

УДК 338.242.2: 330.341.1(621)

Р.І. Жовновач, к.е.н., доц.

Кіровоградський національний технічний університет

ІННОВАЦІЙНІСТЬ ЯК УМОВА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО МАШИНОБУДУВАННЯ

Статтю присвячено проблемі забезпечення конкурентоспроможності підприємств сільськогосподарського машинобудування на інноваційних засадах.

Обґрунтовано необхідність підвищення конкурентоспроможності українських виробників сільськогосподарської техніки на основі виробництва інноваційної продукції більш високої якості, яка б відповідала вимогам споживача та передбачала використання технологій, орієнтованих на вирішення проблеми енергозбереження та екологічного забезпечення. Запропоновано також удосконалення процесу маркетингової підтримки інновацій та перегляду основних аспектів комунікаційної та організаційної діяльності підприємства для досягнення оптимальної взаємодії зі споживачами.

Запропоновані заходи щодо підвищення конкурентоспроможності підприємств-виробників сільськогосподарської техніки на інноваційних засадах сприятимуть забезпеченню відродження вітчизняного машинобудування для агропромислового комплексу і перетворенню його у високоефективну, інтегровану у світове виробництво галузь.

Ключові слова: конкурентоспроможність підприємства, інновація, інноваційний розвиток, маркетингова діяльність, сільськогосподарське машинобудування.

Постановка проблеми. У сучасних умовах глобалізації економіки та поглиблення євроінтеграційних процесів в Україні інноваційний розвиток підприємств сільськогосподарського машинобудування є необхідною умовою підтримання достатнього рівня їх конкурентоспроможності. За таких обставин, підприємства, які здатні здійснювати свою господарську діяльність на інноваційних засадах, мають додаткові переваги у боротьбі з численними конкурентами та можливість утримувати активну позицію як на внутрішніх, так і на міжнародних ринках сільськогосподарської техніки. На разі актуальність проблеми підсилюється тим, що більшість підприємств СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО МАШИНОБУДУВАННЯ знаходиться в активному пошуку засобів вирішення проблеми мінімізації негативного впливу

наслідків фінансової кризи, відновлення докризового становища на ринку та забезпечення нових конкурентних переваг у довгостроковій перспективі.

Аналіз результатів останніх досліджень та публікацій. В основу теорії конкуренції, яка відображає економічний розвиток підприємництва на інноваційних засадах, покладено праці таких відомих дослідників, як П.Друккер, М.Портер, М.Туган-Барановський, Й.Шумпетер. Дослідженням впливу інновацій на рівень конкурентоспроможності підприємств сільськогосподарського машинобудування приділено значну увагу в роботах вітчизняних науковців, зокрема таких, як В.Адамчук, О.Богма, В.Воронкова, В.Гриньова, В.Іванишин, В.Кравчук, Н.Краснокутська, О.Кузьмін та ін. Проте фрагментарність дослідження зазначеної проблематики зумовлює необхідність її поглибленого вивчення.

Мета дослідження полягає у визначенні особливостей формування та підтримання у довгостроковій перспективі конкурентоспроможності підприємств сільськогосподарського машинобудування на інноваційних засадах.

Викладення основного матеріалу. Інновації є одним із найважливіших чинників забезпечення стабільності функціонування, економічного розвитку та формування конкурентоздатності підприємств сільськогосподарського машинобудування. Визначаючи зв'язок між інноваціями та конкурентоспроможністю, М.Портер зазначив, що вони обумовлюють здатність підприємства підтримувати стабільно сильні позиції на розвинутому конкурентному ринку [11].

Етимологічно термін «інновація» має латинське походження, є іменником від *innovare* — у перекладі «оновлювати» або «змінювати», складається з частки *in* — «into» — «в» + *novus* — «новий».

Засновниками теорії інновацій, відповідно до різних наукових думок, вважають українського вченого М.Туган-Барановського та американського економіста австрійського походження Й.Шумпетера. У своїй праці «Промислові кризи в сучасній Англії, їх причини і вплив на народне життя», виданій у Санкт-Петербурзі в 1894 р. і перекладеній німецькою в 1901 р. та французькою в 1913 р. мовами, М.Туган-Барановський зазначав, що підприємство керує споживанням, що відбувається через нагромадження капіталу та його інвестування в нові технології і підприємство [16].

Як науковий термін слово «інновація» вперше введено Й.Шумпетером у працях «Теорія економічного розвитку» (1912) та

«Капіталізм, соціалізм і демократія» (1942 р.) як нова функція виробництва, «нова комбінація» [19]. Він також представляв нововведення (інновації) як стрижень конкуренції нового типу, що є набагато більш дієвим, ніж цінова конкуренція, розглядав конкуренцію, засновану на відкритті нового товару, нової технології, нового джерела сировини, нового типу організації. [20].

У сучасній економічній літературі немає єдиного підходу до визначення поняття «інновації». Відповідно до існуючих визначень цього поняття, залежно від об'єкта і предмета дослідження, його представлено як: процес, систему, результат, товар, продукт, технологію.

Законом України «Про інноваційну діяльність» встановлено, що інновації – це новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені конкурентоспроможні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно покращують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери, а інноваційна діяльність — діяльність, що спрямована на використання і комерціалізацію результатів наукових досліджень та розробок і зумовлює випуск на ринок нових конкурентоздатних товарів та послуг [14].

Основою для визначення типів інновацій, відповідно до предмета та сфери їх застосування, є виокремлення Й.Шумпетером п'яти нових комбінацій або інновацій [19]:

- 1) виробництво нового продукту чи відомого продукту в новій якості;
- 2) впровадження нового методу виробництва;
- 3) освоєння нового ринку збуту;
- 4) залучення для виробничого процесу нових джерел сировини або напівфабрикатів;
- 5) проведення реорганізації (уведення нових організаційних форм).

Л.Водачек та О.Водачкова передбачають чотири основні види інновацій на підприємстві: інновації продукції; інновації процесів (технологічні); інновації робочої сили (людського чинника); інновації управлінської діяльності [2].

С.Ф. Покропивний [10] та П.С. Харів [17] поділяють інновації на три групи: технічні (нові види товарів, зміни в технології), організаційні (впровадження нових методів організації виробництва, праці, зміни в організаційній структурі), соціально-економічні (нові

підходи до мотивування та стимулювання персоналу, а також упровадження нових економічних підходів щодо управління підприємством). Подібними є класифікації інновацій Н.Чухрай та Р.Патора [18] «за типом інновації (за сферою застосування)», які виокремлюють технічні та технологічні, організаційні й економічні, суспільні (позавиробничі) інновації та їх поділ «за місцем застосування». О.Є. Кузьмін і група авторів [7] поділяють інновації на управлінські, організаційні, соціальні, промислові тощо.

Керівництво Осло [21] запропонувало виділити такі чотири типи інновацій: продуктову (покращення функціональних або споживчих характеристик продукту), процесову (види діяльності, спрямовані на скорочення питомих витрат або підвищення якості продукту), організаційну (запровадження нових організаційних методів у діловій практиці, трудовому процесі або в зовнішніх зв'язках підприємства) та маркетингову (запровадження нових методів маркетингу: зміни в дизайні та упаковці продукту, його просуванні та розміщенні або в методах ціноутворення). В інструкції щодо заповнення форми державного статистичного спостереження № 1-інновація «Обстеження інноваційної діяльності промислового підприємства» розглядаються такі ж види інновацій: продуктові (введення у виробництво нового товару або удосконалення технічних характеристик уже існуючих товарів), процесові (впровадження нових чи покращення існуючих методів виробництва продукції, способів постачання сировини та основних матеріалів на підприємство, доставки продукції до кінцевих споживачів), маркетингові (втілення нових маркетингових методів при просуванні продукції підприємства на ринок), організаційні (зміна організаційної структури підприємства, організації зовнішніх зв'язків, методів організації праці, управління підприємством) [5]. Аналогічної думки щодо основних видів інновацій дотримується група авторів [15], розподіляючи їх на: продуктові (введення у виробництво нових товарів чи послуг, які мають абсолютно нові чи значно покращені властивості або інший спосіб використання), процесові (в основу покладено новий чи значно удосконалений спосіб виробництва або постачання товару), організаційні (впровадження нової організації виробництва чи менеджменту), маркетингові (полягають у зміні маркетингової стратегії підприємства).

В.Г. Воронкова поділяє інновації за об'єктом інноваційної діяльності: продуктові, маркетингові, технічні, технологічні, організаційні, соціальні, комплексні [3]. Дещо розширеною, залежно

від характеру застосування, є класифікація інновацій А.А. Пересади, який окрім розглянутих раніше розглядає такі їх види: товарні (розробка нової продукції), технологічні (впровадження нового способу виробництва), маркетингові (знаходження нових постачальників сировини чи напівфабрикатів), соціальні (здійснення змін, що сприяють підвищенню життєвого рівня населення), ринкові (освоєння нових ринків збуту товарів), управлінські (зміни в управлінській структурі), екологічні (реалізація заходів, що сприяють покращанню захисту довкілля) [9].

Таким чином, інновація є кінцевим результатом інноваційного процесу, що охоплює всю науково-технічну, виробничу, організаційну, маркетингову та інші види діяльності виробників, які, зрештою, орієнтовані на задоволення потреб споживачів, а отже, і на конкурентоспроможність підприємства та його продукції. Кожна з наведених інновацій може бути віднесена до окремого визначеного типу або поєднувати ознаки декількох із них.

Досягнення конкурентних переваг вітчизняних виробників сільськогосподарської техніки та їх утримання у довгостроковому періоді можливе лише за умови здійснення постійних удосконалень, тобто безперервних інновацій. О.С. Богма та О.В. Болдуєва [1] називають схильність і здатність до безперервного розвитку, оновлення та змін діяльності на основі засвоєння нововведень інноваційністю та розглядають її як головну ознаку конкурентоспроможності підприємства.

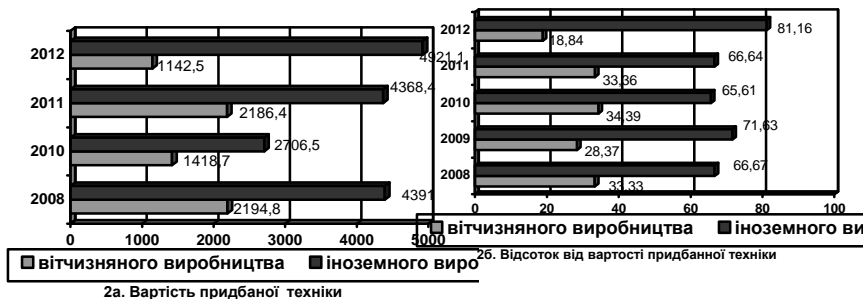
Наразі в Україні актуальною залишається проблема забезпечення інноваційного розвитку підприємств сільськогосподарського машинобудування. Внаслідок цього вітчизняні споживачі віддають перевагу імпортній сільськогосподарській техніці, що негативно впливає на економіку країни, зокрема суттєво послаблює її виробничий та інноваційний, і, як наслідок, конкурентний потенціал підприємств. Відповідно до даних Міністерства аграрної політики та продовольства [8], частка сільськогосподарської техніки іноземного виробництва, придбаної в Україні протягом 2008–2012 рр. становила 51,81–65,96 % (рис. 1).



Примітка: побудовано на основі [8]

Рис. 1. Придбання сільськогосподарської техніки в 2008–2012 рр.*

Аналіз динаміки вартості придбаної сільськогосподарської техніки, продемонстрований на рисунку 2, засвідчує, що придбання сільськогосподарської техніки іноземного виробництва у вартісному вираженні складає 81 %, що в 4,3 раза перевищує обсяги витрачання коштів на техніку вітчизняного виробництва. Вітчизняні споживачі-сільгоспвиробники готові вкладати гроші у придбання більш дорогої техніки іноземного виробництва, яка відрізняється від вітчизняних аналогів низкою техніко-економічних характеристик (надійність, потужність, універсальність, комфорт, енергозбереження, екологічність, оснащення електронними системами керування, вузлами й агрегатами).



Примітка: побудовано на основі [8]

Рис. 2. Вартість придбані сільськогосподарської техніки в 2008–2012 рр. *

Необхідно зазначити, що висока вартість іноземної сільськогосподарської техніки залишається основною перепоною на шляху завоювання західними виробниками популярності серед вітчизняних сільгоспвиробників. Також за ціновими характеристиками вітчизняна техніка для агропромислового комплексу та техніка, яка виробляється на території країн СНД, залишається конкурентоспроможною, але за якістю і надійністю вже зараз значна її частина не гірша від зарубіжних аналогів. Так, В.Кравчук та ін. [6] підкреслюють технічне відставання вітчизняного сільськогосподарського машинобудування, визначивши, що частка машин 2–3 покоління (модернізовані, комбіновані та складні, автоматизовані, універсальні знаряддя) у загальному обсязі ринку сільськогосподарської техніки України становить, відповідно, 10 та 40 % вітчизняного й іноземного виробництва.

Водночас технічний рівень сільськогосподарської техніки іноземного виробництва підвищуються. В.В. Іванишин [4] відмічає, що протягом останніх років сільське господарство в економічно розвинутих країнах стало інноваційною галуззю, яка базується на застосуванні високих технологій, досконалої і надійної техніки. Провідні фірми-виробники ведуть активну інвестиційну технічну політику на удосконалення і створення технічних засобів на основі новітніх досягнень науки й техніки, забезпечують виробництво високопродуктивних та якісних технічних засобів, які відповідають вимогам передових ресурсозберігаючих та енергозаощаджуючих сільськогосподарських технологій.

Таким чином, для відновлення конкурентоспроможності підприємств на інноваційних засадах вітчизняним виробникам сільськогосподарської техніки, перш за все, необхідно вирішити проблему виробництва продукції нової якості, яка має бути наукоємною, оснащеною сучасними засобами управління її роботою, а також передбачати використання технологій, орієнтованих на комплексне вирішення проблеми енергозбереження та екологічного забезпечення. Виробництво інноваційної техніки є найбільш перспективним напрямом забезпечення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств сільськогосподарського машинобудування з точки зору її економічної ефективності та екологічної безпеки. На вирішення цієї проблеми спрямована Державна цільова програма реалізації технічної політики в агропромисловому комплексі, продовжена Кабінетом міністрів України до 2015 р., метою якої є формування та підтримка функціонування системи інженерно-технічного забезпечення агропромислового комплексу [13]. Прийняття змін до Закону України «Про стимулювання розвитку вітчизняного машинобудування для агропромислового комплексу» [12] сприяє підвищенню конкурентоспроможності підприємств сільськогосподарського машинобудування завдяки спрощенню організації спільного виробництва інноваційної техніки та отримання для АПК. Як результат, підприємства сільськогосподарського машинобудування отримали можливість використання в конструкціях вітчизняної техніки елементної бази провідних світових виробників.

Враховуючи вагомий вплив споживачів сільськогосподарської техніки на діяльність підприємства-виробника, підвищення конкурентоспроможності підприємств, забезпечення їх інноваційного розвитку повинно здійснюватися на маркетингових засадах, що обумовлює необхідність концентрації всіх його ресурсів на досягненні єдиної мети – отримання задоволеного споживача. Саме вміння визначити потреби споживача, розробити сільськогосподарську техніку, яка б відповідала їх вимогам, а також успішне просування інноваційного товару може суттєво вплинути на прийняття ринком нововведення.

Поєднання інноваційної та маркетингової діяльності підприємств сільськогосподарського машинобудування є запорукою формування ефективного управління конкурентоспроможністю підприємств, що забезпечить, з одного боку, нові конкурентні переваги в довгостроковій перспективі, а з іншого – створить умови для підвищення інноваційності підприємств.

Практичне втілення управління конкурентоспроможністю підприємств на інноваційних засадах вимагає також удосконалення роботи маркетингової служби підприємств та перегляду всіх основних аспектів комунікаційної та організаційної діяльності підприємства, яке повинно розробляти свої завдання, структуру та основні процеси для досягнення оптимальної взаємодії з клієнтами, враховуючи при цьому вплив зовнішнього середовища з одного боку, і можливості підприємства з іншого.

За таких умов, доцільним є формування спеціального підрозділу – відділу роботи з клієнтами (CRM-відділу), який дозволяє сформуванню політики і тактики роботи з клієнтами, розробити маркетингові методи впливу на споживача, а також забезпечити більш оперативне впровадження нових технологій з утримання клієнтів та зміцнення їхньої лояльності.

Основне завдання відділу полягає в управлінні лояльністю різних клієнтських груп із метою налагодження співробітництва з одними і відмови від роботи з іншими. Завдяки створенню на підприємстві такого відділу вирішується конфлікт між відділами маркетингу та збуту, на які було покладено виконання зазначених функцій раніше.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Враховуючи вимоги забезпечення інноваційного розвитку вітчизняної економіки, інноваційна діяльність підприємств сільськогосподарського машинобудування, перш за все, повинна бути спрямована на випуск техніки нового покоління та удосконалення процесу маркетингової підтримки інновацій.

Реалізація запропонованих заходів щодо забезпечення конкурентоспроможності підприємств сільськогосподарського машинобудування на інноваційних засадах сприятиме збільшенню відповідності її якості та обслуговування вимогам споживача, що у підсумку призведе до підвищення ступеня задоволеності клієнтів, а отже, до отримання додаткових конкурентних переваг виробника у довгостроковій перспективі.

Таким чином, результати дослідження мають велику практичну значимість для перспективи розвитку українського ринку сільськогосподарської техніки, оскільки дозволять підтримати українського виробника в умовах посилення глобалізації економіки та входу на ринки нових учасників, наростити їх конкурентний потенціал та зміцнити своє становище на національному й світовому ринках, на що будуть спрямовані подальші дослідження.

Список використаної літератури:

1. *Богма О.С.* Роль інновацій у забезпеченні конкурентоспроможності національної економіки / *О.С. Богма, О.В. Болдуєва* // Вісник Запорізького національного університету. – 2010. – № 3. – С. 166–170.
2. *Водачек Л.* Стратегія управління інноваціями на підприємстві : сокр. пер. со словац. / *Л.Водачек, О.Водачкова* ; авт. предисл. *В.С. Рапопорт*. – М. : Экономика, 1989. – 167 с.
3. *Воронкова В.Г.* Теоретичні засади управління інноваційним процесом в Україні / *В.Г. Воронкова* // Вісник Нац. ун-ту «Львівська політехніка» / «Проблеми економіки та управління». – Львів. – 2008. – № 628. – С. 417–423.
4. *Іванишин В.В.* Тенденції розвитку світового ринку сільськогосподарської техніки / *В.В. Іванишин* // Ефективна економіка [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1509>.
5. Інструкція щодо заповнення форми державного статистичного спостереження N 1-інновація «Обстеження інноваційної діяльності промислового підприємства», затверджена Наказом Держкомстату від 01.10.2008 р. № 361, зареєстрована в Міністерстві юстиції України 29 жовтня 2008 р. за № 1047/15738.
6. *Кравчук В.* Стратегія технічного переоснащення АПК та прогноз розвитку сільськогосподарського машинобудування / *В.Кравчук, О.Григорович, В.Погорілий та ін.* // Техніко-технологічні аспекти розвитку та випробування нової техніки і технологій для сільського господарства України. – 2012. – Вип. 16 (30). – С. 3–13.
7. Інвестиційна та інноваційна діяльність : монографія / *О.Є. Кузьмін, С.В. Князь, Н.В. Тувакова та ін.* ; за наук. ред. проф., д-ра екон. наук *О.Є. Кузьміна*. – Львів : ЛБІ НБУ, 2003. – 233 с.
8. Міністерство аграрної політики та продовольства України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.minagro.kiev.ua>.
9. *Пересада А.А.* Управління інвестиційним процесом / *А.А. Пересада*. – К. : Лібра, 2002. – 472 с.

10. *Покропивний С.Ф.* Підприємництво: стратегія, організація, ефективність : навч. посібник / *С.Ф. Покропивний, В.М. Колот.* – К. : КНЕУ, 1998. – 352 с.
11. *Портер М.* Международная конкуренция / *М.Портер.* – М. : Прогресс, 1993. – 895 с.
12. Про внесення змін до Закону України «Про стимулювання розвитку вітчизняного машинобудування для агропромислового комплексу», Закон України від 6 листопада 2012 р. N 5478-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу : zakon4.rada.gov.ua/laws/show/5478-17.
13. Про затвердження Державної цільової програми реалізації технічної політики в агропромисловому комплексі на період до 2015 року, Постанова Кабінету Міністрів України від 30 травня 2007 р. N 785 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : zakon1.rada.gov.ua/laws/show/785-2007-p.
14. Про інноваційну діяльність, Закон України від 04.07.2002 № 40-IV / Верховна Рада України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua>.
15. Інноваційний розвиток регіонів: питання теорії та практики : монографія / *В.П. Соловійов, Г.І. Кореняко, В.М. Головатюк.* — К. : Фенікс, 2008. — 224 с.
16. *Туган-Барановський М.И.* Периодические промышленные кризисы. История английских кризисов. Общая теория кризисов / *М.И. Туган-Барановський.* – Петроград, 1923. – 4-е изд. – 384 с.
17. *Харів П.С.* Інноваційна діяльність підприємства та економічна оцінка інноваційних процесів : монографія / *П.С. Харів.* – Тернопіль : Економічна думка, 2003. – 326 с.
18. *Чухрай Н.* Товарна інноваційна політика: управління інноваціями на підприємстві : підручник / *Н.Чухрай, Р.Патора.* – К. : Кондор, 2010. – 398 с.
19. *Шумпетер Й.* Теория экономического развития (Исследования предпринимательской прибыли, капитала, кредита, процента и цикла конъюнктуры) / *Й.Шумпетер.* – М. : Прогресс, 1982. – 455 с.
20. *Шумпетер Й.А.* Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия / *Й.А. Шумпетер.* – М. : Эксмо, 2007. – 864 с.
21. Oslo Manual: Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data. – 3rd Edition : OECD. – 2006. – 112 p.

ЖОВНОВАЧ Руслана Іванівна – кандидат економічних наук, доцент кафедри економічної теорії, маркетингу та економічної кібернетики Кіровоградського національного технічного університету.

Наукові інтереси:

- управління конкурентоспроможністю підприємства;
- маркетингова діяльність підприємства.

Тел.: (моб.) (050)972-78-73.

E-mail: ruslana_z_77@mail.ru.

Стаття надійшла до редакції 05.09.2013