

гійонів, різний рівень соціально-економічного розвитку призводять до того, що особливого значення набуває так звана регіональна політика, насамперед регіональна система та стратегія інноваційного розвитку для кожного регіону.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Теоретична та прикладна цінність здійсненого дослідження полягає в тому, що на основі вивчення літературних джерел запропоновано власне визначення терміна "економічний регіон" через виділення його основних характеристик. Окрім цього, запропоновано розглядати економічний регіон як цілісну систему, в межах якої можна виділити керівну та керовану системи, а також удосконалено класифікацію економічних регіонів залежно від здатності створювати та запроваджувати інновації. Отримані результати дадуть змогу у перспективі здійснювати дослідження щодо класифікації вітчизняних економічних регіонів за ознакою здатності створювати чи впроваджувати інновації, а також щодо удосконалення діяльності керівної та керованої систем регіону і покращення взаємодії між ними у сфері інноваційності.

Література

1. Великий тлумачний словник української мови. [Електронний ресурс]. – Доступний з: <http://www.slovnyk.net>.
2. Дейнека О.І., Демченко В.В. Кластери та конкурентоспроможність прикордонних територій / О. Дейнека, В. Демченко // Регіональна економіка. – № 2 (48). – 2008. – С. 276-279.
3. Kosiedowski W. Zarządzanie rozwojem regionalnym i lokalnym. Problemy teorii i praktyki. – Toruń: TNOiK, 2001.
4. Ковальова Ю. Кластер як новий інструмент модернізації економіки / Ю. Ковальова // Схід. – № 5(83). – 2007.
5. Кузьмін О.Є., Мельник О.Г. Теоретичні та прикладні засади менеджменту : навч. посіб. – 2-ге вид. [перероб. і доп.]. – Львів : НУ "Львівська політехніка", "Інтелект-Захід", 2003. – 352 с.

УДК 339.166.5:347.772

Асист. Я.П. Ухачевич; студ. О.А. Пашко –
НУ "Львівська політехніка"

ІННОВАЦІЇ ЯК ВИРІШАЛЬНИЙ ЧИННИК ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВІТЧИЗНЯНОГО МАШИНОБУДУВАННЯ НА СВІТОВОМУ РИНКУ

Досліджено проблеми забезпечення конкурентоспроможності вітчизняної галузі машинобудування. Обґрунтовано роль інновацій у формуванні конкурентних переваг та відродженні галузі машинобудування на якісно новому конкурентному рівні. Запропоновано оптимальний підхід щодо поетапного запровадження найефективніших методів і форм інновацій на різних етапах реалізації нової інноваційної політики галузі, яка дасть змогу в найкоротші терміни забезпечити належний рівень конкурентоспроможності продукції вітчизняного машинобудування.

Assist. Ya.P. Uhachevych; stud. O.A. Pashko – NU "L'vivs'ka Politekhnikha"

Innovations as decision factor of competitiveness providing of domestic machinery industry in the world market

The article investigates the issue of competitiveness of domestic machinery industry. Investigated the role of innovation in the formation of competitive advantages and the re-

val of the field of engineering to a new competitive level. An optimal approach to the phased introduction of the most effective methods and forms of innovation at different stages of implementing a new innovation policy field, which will soon provide the proper level of competitiveness of domestic production engineering.

Постановка проблеми. Дослідивши досвід розвинених індустріальних країн [1-3], можна зазначити, що конкурентоспроможність національних економік значною мірою формується розвитком національної промисловості як основного сектора матеріального виробництва, в якому сконцентровані найвищого рівня кваліфікації трудові ресурси, найважливіші науково-технічні досягнення та найбільш значні капіталовкладення. Машинобудування як головний складник промисловості відіграє особливу роль, оскільки продукує не тільки предмети праці (для споживчого ринку), а й засоби праці (для індустрії). Саме тому від технічного та якісного рівня продукції машинобудування та від кількісних параметрів самої галузі машинобудування (виробничих потужностей та продуктивності технологічних процесів) залежать якісний і кількісний рівні задоволення в предметах та засобах праці як національного ринку споживання, так і експортні можливості національної економіки.

Поряд з тим, в умовах ринкової конкуренції ефективний збут на внутрішньому та зовнішніх ринках продукції машинобудування можливий лише за певних умов. Саме тому, аналіз сучасного стану галузі машинобудування та причин її занепаду в розрізі дослідження чинників і умов забезпечення конкурентоспроможності видається особливо актуальним і важливим завданням.

Аналіз останніх досліджень. На жаль, система економічної політики України, сформована ще в 1994 р., не враховує систему заходів як щодо забезпечення конкурентоспроможності машинобудівних підприємств, так і щодо реалізації нової інноваційної політики [4]. Переважна частина наукових досліджень не мають системного комплексного взаємозв'язку інновацій як визначального чинника забезпечення конкурентоспроможності машинобудівної галузі, як найбільш наукомісткого і високотехнологічного сектору економіки, хоча окремо активно розглядаються і досліджуються, зокрема в роботах таких відомих вітчизняних науковців, як: Й. Петрович, О. Семенів, С. Буняк, А. Сидорова, Г. Анісімова, І. Одотюк, О. Кузьмін, Н. Горбань, так і в зарубіжних авторів: Балабанов, С.В. Валдайцев, Л. Волдачек, В.П. Воробйов, П.Н. Завлін, С.Д. Ільєнкова, А.К. Казанцев, Г.Д. Ковальов, Э.И. Мединський, Н.Н. Молчанов, А.И. Муравйов, Р.А. Фатхутдінов, М. Хучек, И. Ансофф, Р. Гриффін, Дж. Мурхед, С. Роббінс та інші. Недостатньо вивчені і самі форми інновацій, які в найбільшій мірі придатні для застосування у сучасному становищі галузі машинобудування. Не розглянуто також негативного впливу світової економічної кризи як на фінансування інноваційних процесів, так і на забезпечення конкурентоспроможності продукції машинобудування.

Формулювання завдання. На основі аналізу сучасного стану галузі машинобудування України та досліджень сутності економічної категорії конкурентоспроможності визначити визначальний чинник (критерій) забезпечення конкурентоспроможності галузі машинобудування та запропонувати основні підходи щодо стратегії та тактики його управління з метою відродження галузі машинобудування на якісно новому рівні.

Виклад основного матеріалу. Для ефективного функціонування всієї економіки галузь машинобудування повинна перебувати на особливо високому рівні свого розвитку. Проаналізувавши обсяги реалізованої промислової продукції машинобудування протягом 2004-2008 рр., видно, що у відсотках до всієї реалізованої промислової продукції ці обсяги змінюються у межах 12,5 % – 14,5 % [9, 10]. Структуру промисловості України у 2008 р. відображено на рис. 1. З цієї діаграми видно, що машинобудування за обсягами реалізації займає четверте місце після металургійної галузі, виробництва та розподілу електроенергії, газу та води, а також харчової промисловості. Динаміку зміни обсягів реалізації промислової продукції протягом 2004-2008 рр. відображено на рис. 2.

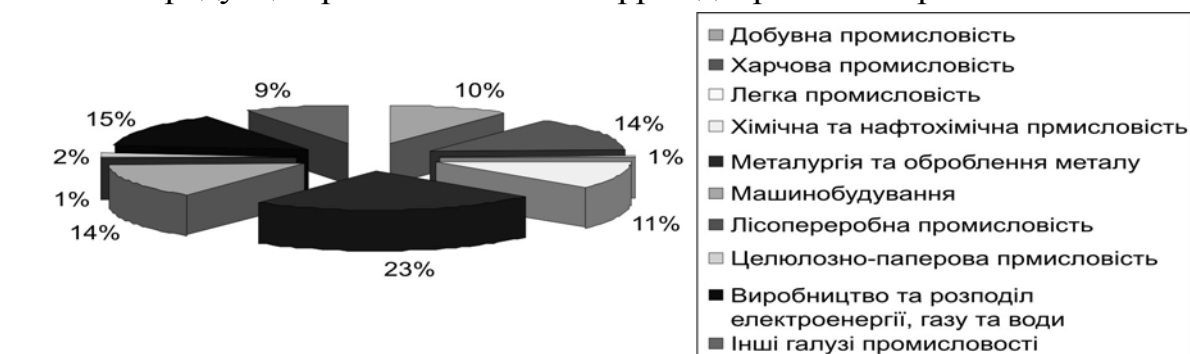


Рис. 1. Структура промисловості України у 2008 р.

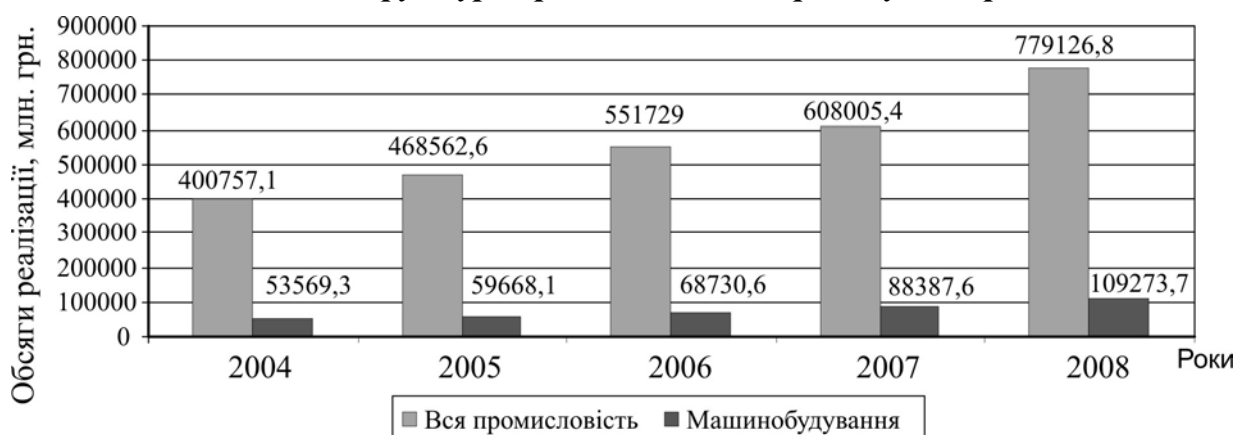


Рис. 2. Порівняльна динаміка зміни обсягів реалізації промислової продукції та продукції машинобудування України за 2004-2008 рр.

Структуру ж самої галузі машинобудування станом на 2008 р. зображено на рис. 3. Найбільшу частку галузі займає виробництво транспортних засобів та устаткування – 52,9 % і постійно збільшується, оскільки у 2004 р. вона становила 37,6 % усієї галузі, у 2005 р. – 42,5 %, у 2006 р. – 44,8 %, у 2007 р. – 47,8 %. Динаміку зміни структури галузі машинобудування наведено у табл. 1.

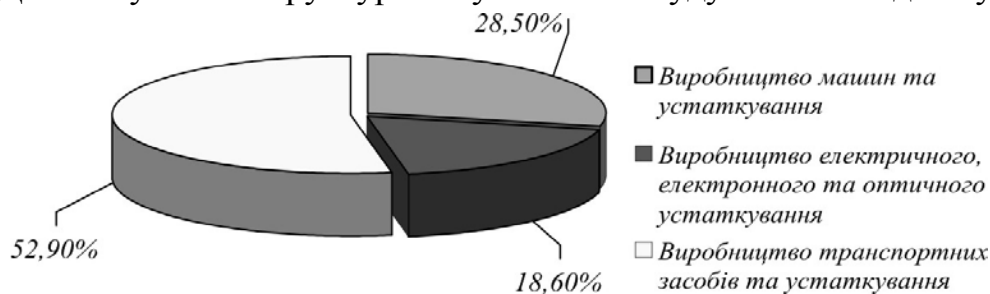


Рис. 3. Структура галузі машинобудування у 2008 р.

Табл. 1. Динаміка зміни структури галузі машинобудування України за період 2004-2008 рр.

Вид галузі	2004 р.		2005 р.		2006 р.		2007 р.		2008 р.	
	млн грн	%	млн грн	%	млн грн	%	млн грн	%	млн грн	%
Машинобудування	53569,3	100	59668,1	100	68730,6	100	98339,9	100	109273,7	100
Виробництво машин та устаткування	16988,5	31,7	20762,3	34,8	22423,2	32,6	30100,4	30,6	31184,1	28,5
Виробництво електричного, електронного та оптичн. устаткув.	16437,2	30,7	13530,5	22,7	15510,3	22,6	21216,5	21,6	20323,8	18,6
Виробництво транспортних засобів та устаткування	20143,6	37,6	25375,3	42,5	30797,1	44,8	47023,0	47,8	57765,8	52,9

Здійснивши аналіз обсягів і структури експорту та імпорту вітчизняного машинобудування, можна зазначити, що більшість продукції машинобудівної промисловості імпортують з-за кордону (табл. 2), що свідчить про те, що вітчизняна продукція не може повністю задовольнити українських споживачів за параметрами конкурентоспроможності [9]. Найбільшу частку імпортованої продукції машинобудування займають: механічне обладнання; машини та механізми; електронне обладнання та їх частини; пристрої для записів або відтворення зображення і звуку. І з кожним роком цей обсяг імпорту зростає. Так, у 2004 р. обсяг імпорту механічного обладнання, машин та механізмів, електронного обладнання та їхніх частини, пристроїв для записів або відтворення зображення і звуку становив 4740 млн дол. США, а у 2008 р. – становив уже 13378,6 млн дол. США, що у 2,8 раза більше. Отже, обсяги імпортованої продукції в Україну продукції машинобудівної галузі промисловості щороку стрімко зростають і значно перевищують обсяги експорту [9] (табл. 3). Також простежується значне зниження обсягів експорту продукції машинобудівної промисловості у 2005 р. через значне скорочення виробництва. У 2008 р. було експортовано в інші країни світу лише 9,8 % усієї виробленої продукції машинобудування, що свідчить про низький технічний рівень продукції галузі порівняно з іншими країнами, а отже, – і про низьку конкурентоспроможність наших товарів машинобудівної промисловості на світовому ринку.

У підсумку такий незадовільний стан з експортним потенціалом продукції машинобудування призвів до встановлення чіткої тенденції негативно-го торговельного сальдо, яка обтяжує весь платіжний баланс економіки України ось уже 5 останніх років, рис. 4.

Такий незадовільний стан галузі машинобудування пояснюється насамперед низькою конкурентоспроможністю (КС) машинобудівних підприємств, які не тільки вже не здатні конкурувати на зовнішніх світових ринках збуту, а й витісняються вже й з внутрішнього національного ринку через не конкурентоспроможність своєї продукції.

Табл. 2. Динаміка імпорту продукції галузі машинобудування України за період 2004-2008 рр., млн. USD

Назва обладнання	Імпорт продукції галузі машинобудування України									
	2004 р.		2005 р.		2006 р.		2007 р.		2008 р.	
	млн. \$	%	млн. \$	%	млн. \$	%	млн. \$	%	млн. \$	%
Усього	7234,3	25,0	9562,0	26,5	13020,5	28,9	18795,2	31,1	25470,0	29,8
Механічне обладнання; машини та механізми; електронне обладнання та їх частини; пристрої для записів або відтворення зображення і звуку	4740,7	16,4	6342,3	17,6	7873,4	17,5	10578,6	17,5	13378,6	15,6
– Котли, машини, апарати і механічні пристрої	3214,3	11,1	4051,8	11,2	5191,4	11,5	7436,6	12,3	9570,3	11,2
– Електричні машини і устаткування	1526,4	5,3	2290,5	6,3	2682,0	6,0	3135,1	5,2	3808,3	4,4
Транспортні засоби та шляхове обладнання	2493,6	8,6	3219,7	8,9	5147,1	11,4	8216,6	13,6	12091,4	14,2
– Залізничні або трамвайні локомотиви, шляхове обладнання	188,6	0,7	145,8	0,4	183,5	0,4	334,1	0,6	632,6	0,7
– Наземні транспортні засоби, крім залізничних	2246,1	7,8	3023,1	8,4	4898,3	10,9	7770,8	12,8	11370,3	13,4
– Аеронавігаційні або космічні апарати	43,6	0,2	35,9	0,1	49,3	0,1	86,7	0,1	45,0	0,1
– Плавучі засоби морські або річкові	15,3	0,1	14,9	0,0	16,0	0,0	25,1	0,0	43,6	0,1

Табл. 3. Динаміка експорту продукції галузі машинобудування України за період 2004 -2008 рр., млн. USD

Назва обладнання	Експорт продукції галузі машинобудування України									
	2004 р.		2005 р.		2006 р.		2007 р.		2008 р.	
	млн. \$	%	млн. \$	%	млн. \$	%	млн. \$	%	млн. \$	%
Усього	5068,3	15,5	4497,7	13,1	5411,6	14,1	8282,7	16,8	10665,3	16,0
Механічне обладнання; машини та механізми; електронне обладнання та їх частини; пристрої для записів або відтворення зображення і звуку	3031,0	9,3	2841,8	8,3	3330,5	8,7	4977,1	10,1	6341,2	9,5
– Котли, машини, апарати і механічні пристрої	1801,9	5,5	1924,5	5,6	2051,5	5,3	2738,3	5,6	3497,8	5,2
– Електричні машини і устаткування	1229,1	3,8	917,3	2,7	1279,0	3,3	2238,2	4,5	2843,4	4,2
Транспортні засоби та шляхове обладнання	2037,3	6,2	1655,9	4,8	2081,1	5,4	3305,6	6,7	4324,1	6,5
– Залізничні або трамвайні локомотиви, шляхове обладнання	1492,8	4,6	965,0	2,8	1067,0	2,8	1840,2	3,7	2656,7	4,0
– Наземні транспортні засоби, крім залізничних	255,7	0,8	368,3	1,1	587,2	1,5	999,0	2,0	1243,8	1,9
– Аеронавігаційні або космічні апарати	131,0	0,4	143,6	0,4	238,6	0,6	252,5	0,5	224,6	0,3
– Плавучі засоби морські або річкові	157,9	0,5	178,9	0,5	188,4	0,5	213,1	0,4	198,9	0,3

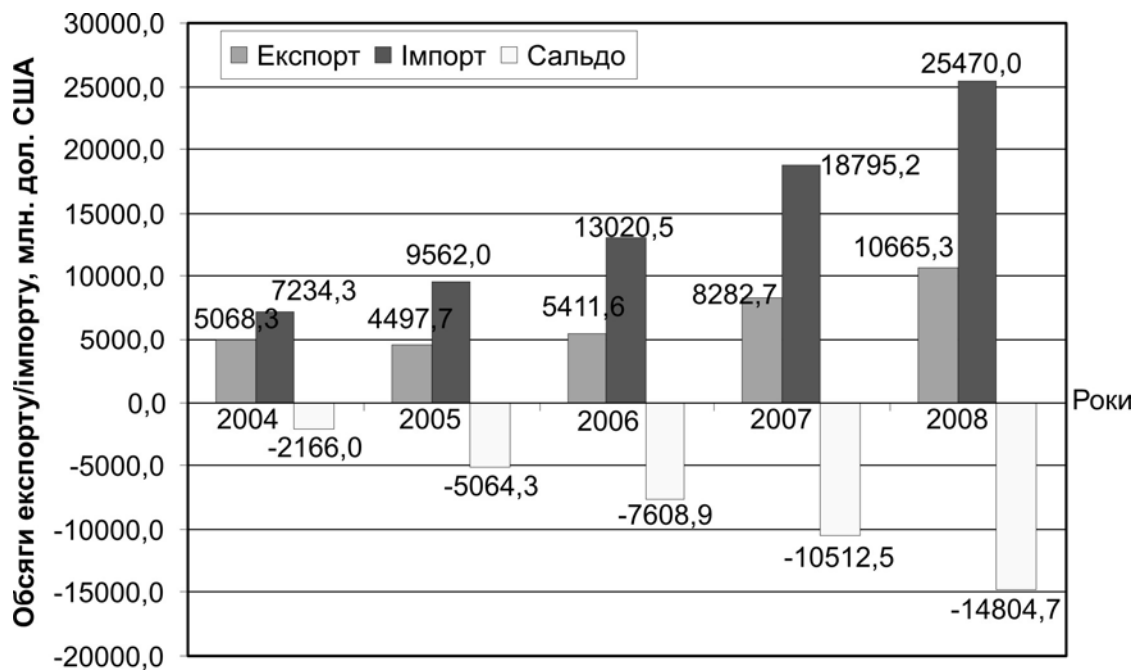


Рис. 4. Динаміка обсягів експорту, імпорту та торговельного сальдо продукції вітчизняного машинобудування за період 2004-2008 рр., млн USD

Складність вирішення проблеми забезпечення КС галузі машинобудування на сучасному етапі, на наш погляд, умовно можна розділити на три рівні:

- 1) ця проблема задавна і тривалий час уряд не вирішував її належним чином, що призвело до занепаду галузі та до виникнення певної диспропорції у структурі промисловості України, коли провідна і визначальна галузь промисловості за своїм потенціалом опустилась вже на 4 місце і поступившись "обслуговуючим" її галузям металургії та оброблення металу, виробництва та розподіл електроенергії, газу та води і навіть харчовій промисловості (рис. 1). На наш погляд, така диспропорція виникла через надмірну монополізацію галузі машинобудування в секторі державної власності, тоді як інші галузі були приватизовані і, отримавши належне фінансування і ефективний менеджмент, більш ефективно розвивались;
- 2) у зв'язку з складністю (багато різних чинників) самої економічної категорії "конкурентоспроможність" та відсутністю досвіду управління;
- 3) у зв'язку з негативним впливом на розвиток машинобудування світової економічної кризи в 2008-2009 рр. та "внутрішніми" політичними, правовими, фінансовими, організаційними та іншими недоліками державного управління.

І хоча негативний вплив цих зовнішніх і внутрішніх чинників на КС галузі машинобудування є дуже істотний, на наш погляд, його вирішення знаходиться більше в політичній та макроекономічній площинах, тому в цій роботі зупинимось на найбільш важливому рівні вирішення проблеми – проблемі забезпечення конкурентоспроможності галузі машинобудування.

Зазначимо, що сьогодні економічна категорія "конкурентоспроможність" (КС) хоч і не нова, все ж надалі досить складна для розуміння, а отже – і для управління. Здійснені дослідження в [13] показують, що складність полягає в тому, що за цим багатозначним терміном криється надзвичайно велика кількість чинників, які визначають потенційну здатність конкурувати. Крім цього, існують різні рівні конкуренції, тому важливо спочатку остаточно з'ясувати саме ці аспекти.

Насамперед, треба розуміти, що процес забезпечення КС є суб'єктивною реакцією учасників конкуренції на дію об'єктивного ринкового явища конкуренції, а тому підлягає управлінню, причому на різних адміністративно-господарських рівнях (на рівні промислового підприємства, на галузевому, загальнодержавному та міжнародному рівнях), існують різні об'єкти управління на різних адміністративно-господарських рівнях управління (наприклад, на рівні машинобудівного підприємства – це корисність товару, вартість його споживання, сервіс та імідж підприємства та товару). Існують різні аспекти управління КС: науково-технічні, економіко-виробничі, організаційно-маркетингові, юридично-правові, соціальні, емоційно-психологічні. У часі управління потрібно здійснювати на різних стадіях "життя" продукції і при цьому застосовувати різні види менеджменту. Саме тому, забезпечення КС пропонуємо здійснювати тільки завдяки застосуванню комплексного системного підходу до управління (рис. 5).

По-друге, на ринку збуту не конкурують ні національні економіки, ні машинобудівні підприємства, а лише їхня продукція, в якій фактично закульовано весь науково-технічний, виробничий, маркетинговий, фінансовий та інші потенціали не тільки безпосереднього виробника, а й всієї національної економіки. Тому, ми деякою мірою поділяємо думку М.І. Гальвановського, В.М. Жуковської, І.Н. Трофімової та В.І. Коршунової, де в загальному випадку конкурентоспроможність визначають як "...володіння властивостями, які створюють переваги для суб'єкта економічного змагання", [14, с. 7]. Причому ці властивості можуть за своєю природою належати до різних об'єктів (видів продукції, підприємств, їхніх груп, які утворюють об'єднання, і навіть до окремих країн), а тому всі конкурентні ринкові відносини потрібно розділяти на певні рівні конкурентоспроможності. Однак погодитись з поділом, який запропонували ці ж автори в [14, с. 7], не можна, оскільки до мікрорівня віднесено і ринкову конкуренцію конкретних видів продукції і підприємств одночасно.

Тому ми пропонуємо такий поділ рівнів конкурентоспроможності:

- *мікрорівень* – відображає ринкову конкуренцію конкретних видів продукції та послуг, що супроводжують її на ринку збуту, де визначальними є характеристики самої продукції/послуги (технічний рівень, якість, ціна споживання, сервіс тощо);
- *мезорівень* – охоплює підприємства, корпоративні об'єднання підприємств і фірм конгломератного типу, галузі економіки, де визначальними є показники ефективності використання наявних виробничих ресурсів галузей (продуктивність праці, капіталомісткість, наукомісткість, рівень експортної орієнтації та імпоротної залежності галузі, ступінь відповідності рівня розвитку галузі загальному рівню розвитку національної економіки тощо);
- *макрорівень* – на цьому рівні розглядають конкурентні позиції на світовому ринку народногосподарських комплексів (національних економік).

Оскільки визначальним (базовим) рівнем КС є *конкурентоспроможність продукції* (КСП), то дослідження сутності цієї категорії та механізмів її управління мають винятково важливе значення як для теорії, так і для практики управління.

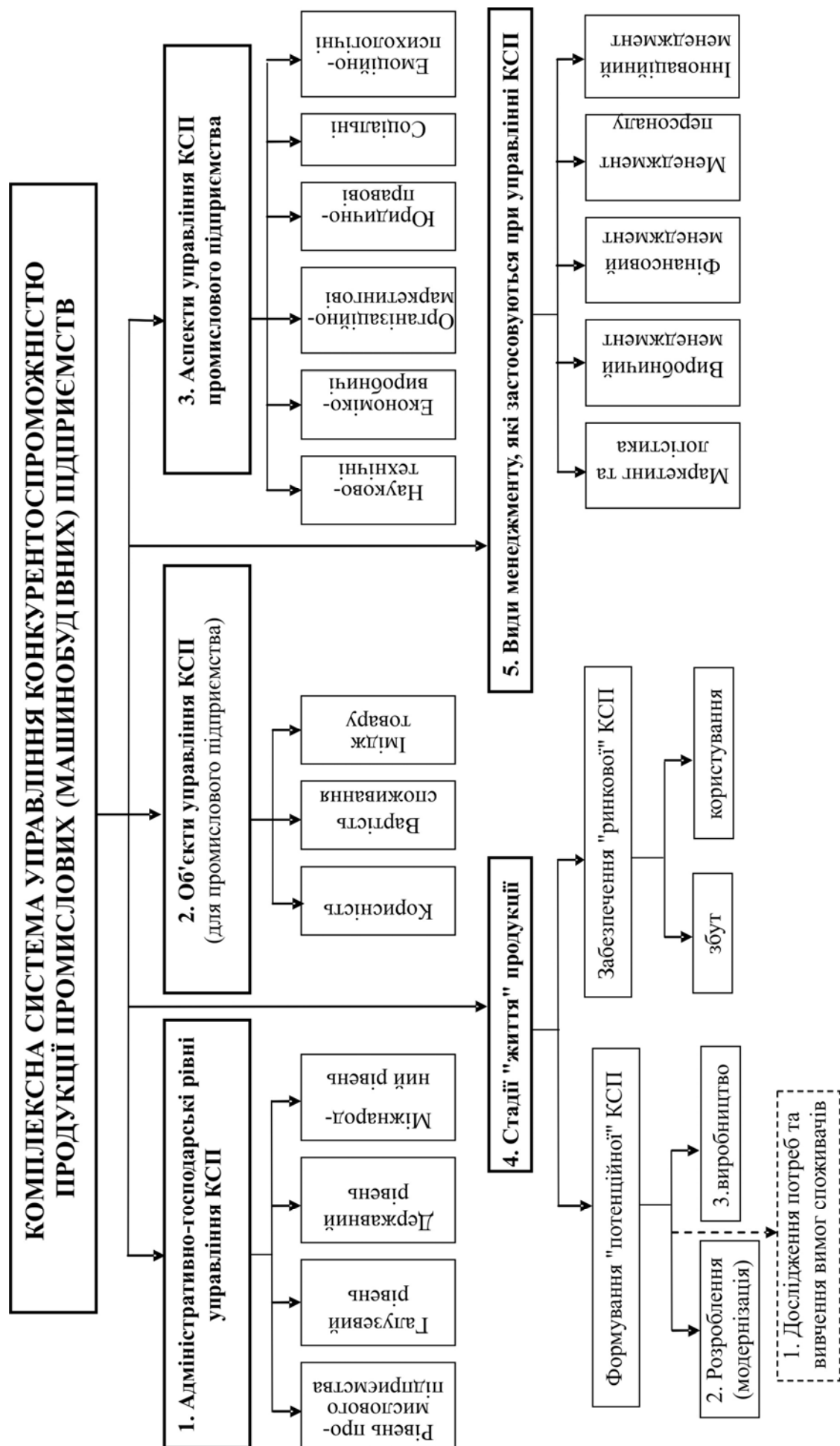


Рис. 5. Комплексна система управління конкурентоспроможністю продукції промислових (машинобудівних) підприємств

Здійснені аналітичні дослідження чинників забезпечення КСП та їхня класифікація [13] дає змогу визначити об'єктивну сутність економічної категорії КСП та зробити низку важливих висновків, а саме:

1) сутність економічної категорії КСП повинна враховувати як аспекти спроможності краще задовольняти потреби споживача, так і аспекти ринкових умов, що склались на цей час, які визначають можливість продукції якнайшвидше реалізуватись. Для внутрішнього ринку (у короткотерміновий період) доцільно застосовувати дещо спрощений підхід. Оскільки об'єктивні чинники забезпечення КСП за своєю сутністю в основному визначають характеристику і можливості впливу зовнішнього середовища на підприємницьку діяльність суб'єктів конкуренції і (або) взагалі не піддаються управлінню (наприклад, сукупність природно-кліматичних чинників, деякі історично сформовані соціальні чинники), або можуть управлятися лише певною мірою державою – її законодавчими і виконавчими органами влади, а тому можна стверджувати, що вони створюють однакові умови господарювання для всіх суб'єктів конкуренції, а отже, не є принципово різними в межах обмеженого ринку певної країни (наприклад, України). Тому, у вузькому (спрощеному) розумінні змісту КСП, коли динаміка зовнішніх чинників відносно стабільна в часі і є однаковою за своєю дією на інших суб'єктів певного ринку, визначальними є суб'єктивні чинники впливу на КСП, якими менеджер може управляти.

Однак, навіть з огляду таких міркувань, сутність категорії КСП, на відміну від традиційного (якісно-цінового) підходу, набирає значно ширшого змісту: КСП – це сукупність властивостей, наданих продукції під час розроблення, виробництва та в процесі реалізації і післяпродажного обслуговування, які забезпечують їй переваги над виробами конкурентів як за ступенем задоволення потреб споживача та рівню затрат на її придбання й експлуатацію, так і за ступенем інформованості, доступності та зручності для споживача в здійсненні купівлі та в процесі експлуатації, що сприяє її найшвидшій реалізації на певному ринку в певний період часу;

2) отже, на відміну від традиційного підходу до проблеми забезпечення КСП, аналізу і управлінню повинні підлягати не тільки якісно-цінові аспекти КСП, які виражають співвідношення корисності до вартості споживання продукції, а й маркетингові, емоційно-психологічні, комерційні та інші аспекти, дія яких на споживача і визначає реальну ринкову КСП;

3) категорії КСП притаманні властивості відносності (тобто порівняльності з конкуруючими виробами), адресності (тобто відповідності певної продукції певній потребі), а також відповідності конкретному ринку і часу, тому ідея якоїсь абстрактної конкурентоспроможності продукції є неприйнятною;

4) у ширшому змісті категорія КСП відображає в собі і ті властивості продукції, які формуються чинниками зовнішнього середовища підприємства та покупців і відповідно впливають на продукцію як під час її розроблення і проектування, виробництва та збуту, так і в період формування потреби, смаків і вподобань у покупця;

5) оскільки динаміка зовнішніх чинників впливу на КСП істотно впливає на її рівень, то вона потребує постійного моніторингу, аналізу та адекват-

ної підприємницької реакції. У країнах з перехідною економікою найбільш динамічними є сукупність об'єктивних чинників, які формуються внаслідок державного регулювання. Тому державні органи влади повинні здійснювати такий контроль і регулювання, які б забезпечували можливість створення відповідних конкурентних національних переваг вітчизняним машинобудівним підприємствам;

б) для розвиненої лібералізованої ринкової економіки поняття внутрішньої і зовнішньої КСП принципово не відрізняються за змістом. Внутрішня КСП є основою для зовнішньої і відрізняється лише відмінностями вимог до продукції, які діють на ринках різних країн. У процесі інтеграції України в СОТ, Європейський союз і світове співтовариство будуть дедалі більше стиратись як відмінності вимог до продукції, так і відмінності між поняттями внутрішньої і зовнішньої КСП.

Поняття "конкурентоспроможність підприємства" також на сьогодні є неоднозначним у сучасній науці. Так, у [15, с. 19] під цим терміном "розуміють його здатність досягати конкурентних переваг над іншими підприємствами на конкретному ринку", а згідно з [16, с. 28] "конкурентоспроможність фірми – це здатність виробляти й реалізовувати швидко, дешево, якісно, продавати в достатній кількості, при високому технологічному рівні обслуговування, ... це можливість ефективно розпоряджатись власними і позиковими ресурсами в умовах конкурентного ринку". У роботі [17, с. 13] автори справедливо зазначають, що це комплексне поняття, яке характеризується ще й "... системою показників, що відображають наявність, розподіл і використання фінансових ресурсів підприємства", тобто відображає ще й фінансові аспекти щодо платоспроможності і кредитоспроможності підприємства.

Конкурентоспроможність галузі ще об'ємніше і ширше поняття. Так, у [16, с. 27] під нею розуміють "...здатність фірм входити до складу галузі, швидко реагуючи на зміну в її структурі, брати до уваги тенденції до зміни, відновлювати свої соціально-економічні системи і зберігати досягнутий рівень конкурентоспроможності виробництва". І якщо конкурентоспроможність галузі визначається наявністю технічних та організаційних умов для створення, виробництва й збуту машинобудівної продукції високого технічного рівня і якості з витратами не вищими ніж в конкуруючих галузях, то в понятті "конкурентоспроможність національної економіки" сконцентровано ще ширше коло чинників, які, крім науково-технічних, технологічних, інвестиційних, управлінських й маркетингових, враховують й чинники переваг системи політичного державного устрою, особливості податкової системи, грошово-кредитної системи, наукового і кадрового потенціалу країни, її зовнішньоекономічні зв'язки, розвиток національної інфраструктури, ефективність державного управління і багато іншого. Таким чином, загальну картину забезпечення конкурентоспроможності можна відобразити таким чином (рис. 6).

Враховуючи таку велику кількість чинників впливу на КС на мікро-, мезо- та макрорівнях, виникає логічне питання яким же чином і за яким критерієм слід здійснювати управління КС?

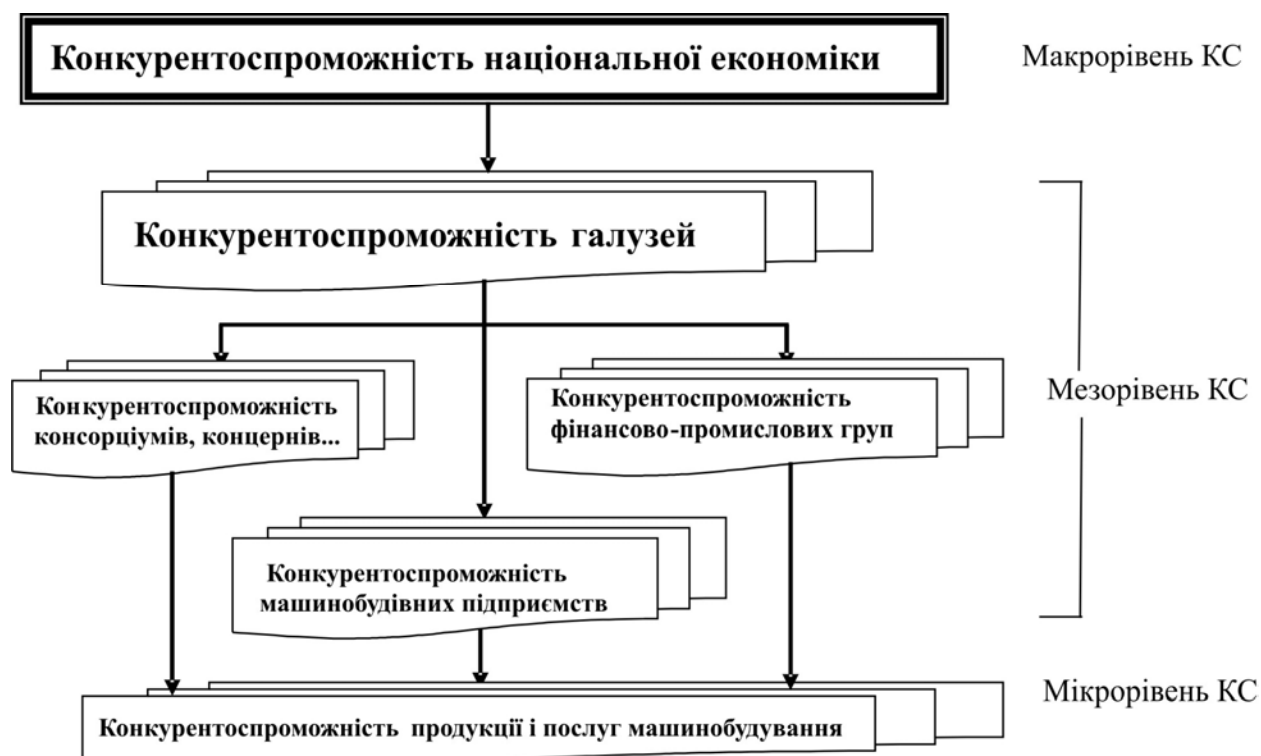


Рис. 6. Рівні конкурентоспроможності

На нашу думку, потрібно скористатись багатовіковим досвідом конкуренції провідних індустріальних країн та дослідження зарубіжних вчених. Так, відомий американський економіст М. Портер у [18, с. 43] виділяє п'ять основних сил конкуренції, яким треба протидіяти підприємству, і які фактично визначають інтенсивність конкуренції в галузі чи ринковій ніші: суперництво між наявними конкурентами, загроза появи нових конкурентів, загроза появи товарів-замінників, здатність постачальників і покупців торгуватись. Інший австро-американський вчений Й. Шумпетер запропонував у своїй економічній теорії для подолання спротиву ринкових сил конкуренції використання науково-технічного прогресу, який завжди йде попереду досягнень людства, а саме запровадження інновацій. Саме його "нова комбінація" новизни, яка полягає в створенні нового товару, нової технології, відкриття нового ринку, нового джерела або виду сировини, запровадження нових принципів організації діяльності фірми, здатні найефективніше протидіяти всім силам конкуренції і перемагати [18, с. 197].

Саме тому, вважаємо, що одним із методів покращення стану галузі машинобудування є запровадження ефективної інноваційної політики. Безпосередньо інновації повинні стосуватися впровадження нових технологій та нових видів техніки, що продукується, використання нових матеріалів і навіть виробництво нових видів техніки для задоволення "старих" потреб.

Проте, якщо проаналізувати в Україні інноваційну активність підприємств машинобудівної промисловості протягом 2004-2006 рр., то простежувалося її зниження, і тільки у 2007 р. – ледь помітне зростання [10].

Так, на прикладі підгалузі виробництва машин та устаткування видно, що у 2004 р. кількість інноваційно активних підприємств становила 204, уже

у 2005 р. – знизилася до 173, у 2006 р. – до 157 і лише у 2007 р. – зросла до 189 підприємств (табл. 4). Загалом лише 23,3 % машинобудівних підприємств у 2007 р. запровадило інновації.

Табл. 4. Кількість інноваційно активних підприємств машинобудівної промисловості

Промисловість	2004 р.		2005 р.		2006 р.		2007 р.	
	усього	% до заг. к-сті п-ств	усього	% до заг. к-сті п-ств	усього	% до заг. к-сті п-ств	усього	% до заг. к-сті п-ств
Машинобудування	444	24,4	394	22,0	360	20,2	421	23,3
- виробництво машин та устаткування	204	20,5	173	18,1	157	16,7	189	20,0
- виробництво електричного, електронного та оптичного устаткування	155	28,9	142	26,2	135	24,7	162	27,6
- виробництво транспортних засобів та устаткування	85	29,8	79	26,7	68	22,7	70	25,0

Такі негативні тенденції щодо інноваційної активності підприємств не тільки не сприяють розвитку вітчизняного машинобудування, а й унеможливають забезпечення конкурентоспроможності наших товарів на світовому ринку, оскільки не створюються нові конкурентні переваги, та не формуються нові сприятливі можливості на ринку. Крім цього, як справедливо доводять автори в [19, с. 10-13], еволюція типів організаційно-економічного розвитку від екстенсивного типу до інтенсивного на сьогоднішній час вже входить в нову фазу розвитку – інноваційної моделі розвитку економіки, яка здатна більш ефективно конкурувати на світовому ринку.

Яким же чином у нових економічних умовах негативного впливу світової економічної кризи можна вирішити проблему інноваційного розвитку галузі машинобудування та в кінцевому наслідку забезпечити конкурентоспроможність її продукції? На наш погляд, це складне завдання можна вирішити завдяки вирішенню таких трьох підзавдань:

1. Які б не були життєво важливі мотиви використання інновацій вітчизняними суб'єктами конкуренції для створення конкурентних переваг, вони не зможуть бути реалізовані без створення державою належного (якомога вищого) якісного рівня *інноваційної інфраструктури*. Як правило під нею розуміють сукупність систем і служб, які необхідні для функціонування галузі машинобудування (і не тільки її), або для забезпечення умов життєдіяльності суспільства. Насамперед, мають на увазі виробничу інфраструктуру (дороги, мости, порти, митниці, банки, склади, зв'язок та інше), по-друге, говорять про соціальну інфраструктуру (школи, бібліотеки, театри, лікарні і т. д.). Саме тому, використовуючи традиційну економічну класифікацію галузей, виділяють інфраструктурні галузі господарства (транспорт, зв'язок, освіта, охорону здоров'я тощо). Таким чином, виконуючи важливі обслуговуючі функції, на-

ціональна інфраструктура забезпечує успішне протікання всіх господарських і соціальних процесів (як матеріальних, так і інформаційних).

Однак, для активізації в Україні та в галузі машинобудування інноваційних процесів, потрібно створити особливу інноваційну інфраструктуру як сукупність всіх підсистем, що забезпечать доступ до різного виду ресурсів інноваційного процесу і (або), надаючи ті чи інші послуги учасникам інноваційної діяльності, а саме:

- а) фінансова (особливо важлива в умовах фінансової кризи): різного типу фонди (бюджетні, венчурні, страхові, інвестиційні), а також інші фінансові інститути, такі як, наприклад, фондовий ринок, особливо в секторі високих технологій, а також відновлення функціонування фінансово-кредитної системи та забезпечення стабільності національної валюти;
- б) виробничо-технологічна (або матеріальна): технопарки, інноваційні-технологічні центри, бізнес-інкубатори і т. д.;
- в) інформаційна: бази даних і знань та центри доступу до них, а також аналітичні, статистичні, інформаційні і інші центри (тобто організації, які надають послуги), відродження та збільшення фінансування вітчизняної фундаментальної та прикладної науки та її інтеграції з індустрією;
- г) нормативно-правова: завершення ВРУ формування і затвердження повного гармонізованого з законодавством Євросоюзу та вимогами СОТ пакету економічних законів та стимулів до підприємницької та інноваційної діяльності, вдосконалення податкової системи, особливо в частині мотивації і надання премій та пільг для ризикової інноваційної діяльності, відновлення та збільшення кількості вільних економічних зон та запровадження мораторію на будь-які принципові зміни у законодавстві принаймні на 10 років;
- д) кадрова: навчальні заклади щодо підготовки і перепідготовки кадрів в галузі наукового і інноваційного менеджменту, технологічного аудита, маркетингу і т. д.;
- е) експертно-консалтингова: організації, що надають послуги щодо вирішення проблем інтелектуальної власності, стандартизації, сертифікації, а також центри консалтингу, як загального, так і спеціалізованого на окремих сферах (фінансів, інвестицій, інжинірингу, маркетингу, управління і т. д.).

Якщо така інноваційна інфраструктура буде доповнена урядом визначеними і затвердженими державними пріоритетами національного розвитку, конкретними державними програмами розвитку (зокрема і галузей машинобудування) та наданий всім суб'єктам інноваційної діяльності доступ до потрібних їм ресурсів і послуг (до дешевих фінансових ресурсів; до будівель і споруд, обладнання, приладів тощо; до потрібної достовірної і свіжої інформації; до кадрових ресурсів належної кваліфікації, або до систем, які забезпечують підвищення їх кваліфікації; до різного виду спеціальних послуг, які можуть бути надані кожному суб'єкту інноваційної діяльності), то це створить потрібну базу і стимули для початку бурхливого інноваційного процесу в Україні особливо в галузі радикальних (революційних) інновацій.

2. Зрозуміло, що реалізація наведеної вище базисної умови інноваційного процесу інноваційної інфраструктури – справа не одного року і пот-

ребує, крім політичної волі уряду й президента України, скоординованості всіх гілок законодавчої і виконавчої влади. У таких умовах сьогодні машинобудівні підприємства повинні знаходити свої оптимальні шляхи до формування і реалізації свого інноваційного потенціалу вже сьогодні, не гаючи часу.

Якщо розглянути "життєвий" цикл інноваційного проекту підприємства зі врахуванням ймовірних джерел інвестування на різних його стадіях (рис. 7, згідно з [20, с. 287]), то можемо зауважити, що найбільші ризики радикальні інновації мають на етапах 3 і 4, який ще отримав назву "інноваційний лаг", оскільки фундаментальні дослідження (ФД) та частково прикладні дослідження (ПД) мають бюджетне фінансування, а найбільш затратними для підприємства є дослідницько-конструкторські розробки, виробництво та випробовування дослідного взірця техніки, технологічна підготовка виробництва, тобто етап впровадження у серійне виробництво та вивід на ринок. Лише наступний етап росту дає змогу нарощувати доходи підприємства і покривати ризикові інвестиції.

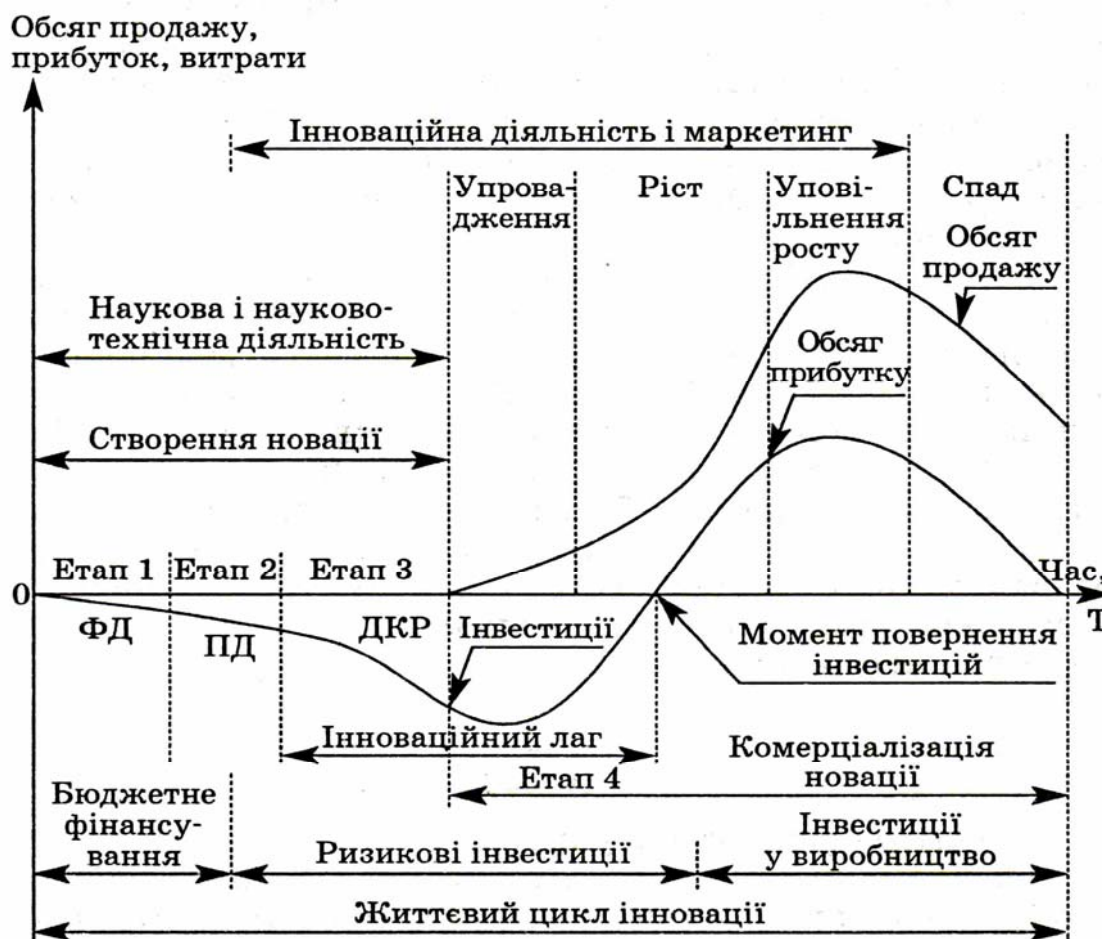


Рис. 7. "Життєвий" цикл інноваційного проекту з урахуванням ймовірних джерел інвестування на різних його стадіях

З огляду на це, ми пропонуємо (у теперішніх кризових умовах, коли фактично відсутні як бюджетне фінансування, так і досить обмежені власні та залучені фінансові ресурси) зменшення ризику за рахунок скорочення "інноваційного лагу". Цього можна досягнути за рахунок запровадження тих найпередовіших новачій, які вже реалізовані, скажімо, в інших країнах й почали реалізовуватись на інших ринках збуту, які не перетинаються і не конку-

рують з вітчизняним, шляхом придбання ліцензії, франшизи тощо на виробництво вже існуючої техніки певної відомої торгової марки чи успішного бренду¹. Такий стратегічний підхід дає змогу ініціатору успішно вирішити відразу декілька складних завдань: 1) знаходиться не тільки джерело успішної інновації, а й купується вже готовий інноваційний продукт, який пройшов інноваційний лаг та всі ризики, які з ним пов'язані, а також видно вже перший досвід реакції "чужого" ринку на дану інновацію; 2) разом з інноваційним продуктом є можливість придбати інноваційну технологію його виробництва, підготувати в продавця інновації свої кадри, отримати відсутні в Україні визначальні вузли, агрегати, матеріали чи сировину, скористатись досвідом маркетингу тощо; 3) незважаючи на певні фінансові затрати на придбання інновації, вони часто бувають значно менші, ніж самостійно проходити початкові етапи 1-4 та нести ризики щодо успіху сприйняття на ринку нової техніки.

Звичайно, є в пропонованому підході і серйозна вада. Вона пов'язана з тим, що не завжди вдається придбати найновіший інноваційний зразок техніки². А це означає, що ініціатор інновацій або взагалі не зможе запровадити таку радикальну інновацію і надалі випускати застарілу техніку або обмежуватись її (частковими) модифікаціями, або впровадженою виявиться не інновація, а морально застаріла техніка, яка не зможе надати підприємству конкурентних переваг на світовому ринку. Саме тому цю стратегію ми пропонуємо виключно в короткотерміновий кризовий період, поки в Україні не буде сформовано інноваційну інфраструктуру та розвинуто власні науково-дослідні інститути – тобто джерела найсучасніших інновацій.

3. У випадку ж, коли в Україні буде належно розвинена інноваційна інфраструктура для реалізації власного повноцінного інноваційного процесу, його реалізацію підприємство має здійснювати за всіма канонами інноваційного менеджменту на основі маркетингового інноваційного процесу, узгодженого з відповідною конкурентною стратегією підприємства, розгляду якого буде присвячено нашу наступну роботу.

Літератури

1. Васильєв Ю.П. Управление развитием производства в США, или взгляд в будущее. – М. : Изд-во "Экономика", 2006. – 479 с.
2. Диксон П. Бизнес-тренды: Стратегическое моделирование будущего. – М. : Изд-во "Эксмо", 2005. – 480 с.
3. Silbergliitt R., Anton Ph., Howell D., Wong A. The Global Technology Revolution 2020. Executive Summary. RAND. National Security Research Division, 2006. – p.
4. Утверджувати інноваційну модель економічних перетворень. Виступ Президента України Л.Д. Кучми на науково-практичній конференції 21.02.2003 р. (УК №36 від 25.02.03 р.).

¹ Такий стратегічний підхід до інноваційної діяльності ми застосували ще в 1997 р. на Львівському торговому тоді підприємстві ТЗОВ "ТД ТДК", яке спеціалізувалось на торгівлі запчастинами - тросами дистанційного керування. Після зниження рентабельності торговельних операцій до критичної межі в 5% було прийнято і реалізовано рішення про придбання ліцензії на збиральне виробництво в Львівській обл. тросових приводів дистанційного керування відомої провідної американської фірми "Cablecraft". Сьогодні це підприємство успішно конкурує не тільки на внутрішньому ринку, а постачає свою продукцію фактично всім провідним автомобіле-трактор- та комбайнозбиральним підприємствам Росії, Білорусії та Казахстану.

² Сьогодні часто можна спостерігати, як, наприклад, китайські виробники автотехніки купують (а то й відверто копіюють) вже зняті з серійного виробництва успішні марки авто попередніх поколінь відомих брендів.

5. Петрович Й.М., Семенів О.М., Буняк С.О. Концептуально-методичні підходи до формування моделі прискореного інноваційного процесу на підприємствах України // Вісник НУ "Львівська політехніка", 2003. – № 484. – С. 3-11.
6. Сидорова А., Анісімова Г. Напрями інноваційного розвитку в промисловості України // Економіка України. – 2009. – № 3. – С. 19-26.
7. Оdotюк І.В. Інвестиційний фактор інноваційних зрушень у наукомісткому виробництві промисловості України // Економіка і прогнозування. – 2008. – № 1. – С. 29-49.
8. Кузьмін О.Є., Горбань Н.І. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства (організації) : навч. посіб. – Львів : Вид-во НУ "Львівська політехніка", 2004. – 188 с.
9. [Електронний ресурс]. – Доступний з: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
10. Статистичний щорічник України за 2007 рік. – К. : Видавництво "Консультант", 2008.
11. [Електронний ресурс]. – Доступний з: <http://www.gks.ru>.
12. [Електронний ресурс]. – Доступний з: <http://www.stat.gov.pl>
13. Ухачевич Я.П. Класифікація факторів забезпечення конкурентоспроможності продукції // Вісник ДУ "Львівська політехніка" : Проблеми економіки та управління. – Львів : Вид-во ДУ "Львівська політехніка", 1998. – № 345. – С. 205–211.
14. Коршунов В.І. та ін. Маркетинг та питання управління конкурентоспроможністю і матеріаломісткістю продукції : монографія / В.І. Коршунов, В.І. Савченко, І.Ю. Пасічник та ін. / за ред. В.І. Коршунова. – Х. : Основа, 1999. – 188 с. – Рос. мова.
15. Кузьмін О.Є., Горбаль Н.І. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства (організації) : навч. посіб. – Львів : Вид-во НУ "Львівська політехніка", 2004. – 188 с.
16. Должанський, І. З., Загорна Т.О. Конкурентоспроможність підприємства : навч. посіб. – К. : Центр навч. літ-ри, 2006. – 384 с.
17. Хома І.Б. та ін. Фінансовий аналіз : навч. посіб. / І.Б. Хома, Н.І. Андрушко, К.М. Слюсарчик. – Львів : Вид-во НУ "Львівська політехніка", 2009. – 344 с.
18. Юданов А.Ю. Конкуренція: теорія и практика : навч.-практ. посіб. – 2-е изд. [испр. и доп.]. – М. : Ассоциация авторов и издателей "тандем", изд-во "ГНОМ-ПРЕСС", 1998. – 383 с.
19. Менеджмент та маркетинг інновацій : монографія / за заг. ред. д-р екон. наук професора Ілляшенка. – Суми : ВТД "Університетська книга", 2004. – 6161 с.
20. Йохна М.А., Стадник В.В. Економіка і організація інноваційної діяльності : навч. посіб. – К. : Вид. центр "Академія", 2005. – 400 с.

УДК 336.71 *Ст. викл. О.С. Червінська, канд. екон. наук; студ. А.В. Мазур; студ. Л.З. Червінська – НУ "Львівська політехніка"*

ПРОБЛЕМИ БАНКІВСЬКОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ КЛІЄНТІВ В УМОВАХ СТАБІЛІЗАЦІЇ ФІНАНСОВОЇ КРИЗИ

Обґрунтовано можливі напрямки активізації та стабілізації депозитної політики банку як складника формування ресурсів комерційних банків. Досліджено сучасні тенденції у сфері кредитної політики зі застосуванням іноземного досвіду.

Ключові слова: депозитний вклад, кредит, обслуговування клієнтів, ресурсна база банку.

*Senior lecturer O.S. Chervinska; stud. A.V. Mazur;
stud. L.Z. Chervinska – NU "Lviv'ska Politekhnik"*

Problems of bank service of customers in the conditions of stabilizing of financial crisis

Grounded possible directions of activation and stabilizing of deposit policy of bank, as a constituent of forming of resources of commercial banks. Investigational modern tendencies are in the field of credit policy with the use of foreign experience.

Keywords: deposit, credit, service of customers, resource base of bank.