

ЗАРУБЕЖНИЙ ОПИТ ФОРМИРОВАНИЯ ЭЛЕМЕНТОВ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЙ ШИННОГО ПРОИЗВОДСТВА

Чернышева Е.М.

Статья посвящена систематизации зарубежного опыта для формирования элементов стратегии предприятий шинного производства. Учеными современными тенденциями в потреблении шинной продукции на мировом рынке. Определены направления повышения конкурентоспособности мировыми производителями по производственной составляющей. На основе структуры продаж на первичном и вторичном рынках шин доказано преимущественное влияние тенденций вторичного рынка на производство шин. При помощи анализа структуры продаж шин определен рейтинг десяти крупнейших мировых производителей. Проанализированы затраты мировых производителей на исследования и разработки, а также инвестиционные направления повышения экологичности шинной продукции по материалологической составляющей. Обосновано, что ведущие мировые производители шин и материалов для шинного

производства сформировали стратегический подход к решению экологических проблем производства и эксплуатации шин. Выявлено существование сегмента зарубежных производителей и сегмента отечественных производителей на рынках Китая и России. Определено, что для обеспечения экологичности продукции ведущие мировые производители предлагают изменения в конструктивных параметрах шин, а для стратегического позиционирования шинной продукции создают брендовые технологии. Доказано, что высокая доля импорта на мировом рынке шин обуславливает создание национальных ассоциаций производителей шинной продукции с целью защиты и поддержки интересов национальных производителей в условиях международной конкуренции. Проанализировано характер деятельности таких ассоциаций в Европе, Индии, Китае и России. Доказано, что отсутствие ассоциаций предприятий в шинном производстве Украины снижает их защищенность от конкуренции со стороны иностранных производителей шин.

Ключевые слова: стратегия предприятия, шинное производство, конкурентоспособность продукции, технология производства, географический вектор роста.

УДК 339.137.2 : 330.341.1

Яворска М., Петрик І., Кокот Д.

ІННОВАЦІЙНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ В ЯКОСТІ ДЕТЕРМІНАНТІВ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ НА ЄВРОПЕЙСЬКИХ РИНКАХ

Компанії, ефективно працюючи в реаліях економіки та піддаючись постійним змінам, потребують каталізатор, яким є інновації. Одиниці, здатні створювати нові продукти, демонструють перевагу у конкуренції не лише тільки такими засобами, як ціна і бажання отримати мінімально можливу вартість. Інновації сьогодні є ключем до конкурентної стратегії та її основою. У даній статті зроблена спроба надати проблему інноваційних підприємств в Україні як детермінант конкурентоспроможності на європейських ринках. Проблема ілюструється на основі емпіричних досліджень, здійснених на вибірці з 100 українських підприємств.

Ключові слова. Інновація, українські підприємства, конкурентоспроможність, ринок, маркетинг, новаторство.

В даний час економічна реальність, показує, що метою кожної компанії є прагнення до досягнення успіху на ринку. Сучасні підприємства прийшли працювати в дуже конкурентному середовищі на світовому ринку. Зростаючий темп інновацій і технологічного розвитку, а також фрагментація ринків і завищені очікування клієнтів індивідуальних продуктів, призводять до особливо бурхливих і швидких змін в бізнес-середовищі.

Інноваційність підприємств залишається обумовлена багатьма детермінантами природи як екзогенними та ендогенними. Метою даної статті є надання проблем інноваційних підприємств в Україні як детермінант конкурентоспроможності на європейських ринках. З цією метою здійсне-

не емпіричне дослідження, здійснено на вибірці з 100 українських підприємств. Це дослідження спрямоване на позначення ступеня іноваційності українських підприємств.

Україна займає площу 603,7 тис. км² і є найбільшою країною в Європі. Україну населяє 51 млн громадян, з яких близько 73% українців, 22% росіян, 1% білорусів, молдаван і євреїв, а також поляків, румунів, угорців, болгар, греків, татар[1]. Україна є країною, яка отримала незалежність в результаті розпаду колишнього Радянського Союзу. Завдяки геополітичного розташування, населення і площі, яку займає Україна, її можна вважати одним з найбільш важливих європейських країн. Перетворення в Україні є предметом багатьох досліджень і супе-

речливих оцінювань [2].

Україна, в зв'язку з її економічним потенціалом може розраховувати на швидкий і простий перехід до демократії і вільного ринку [3]. Незважаючи на це, в перші місяці незалежності були помічені проблеми. Ідея полягала в тому, що Україна була обмежена енергетичними ресурсами. Крім того, була проблема залежності від російських нафти і газу. З 1990 року було поступове зниження ВВП в 1990 році на 3,4%, в 1991 році отримання незалежності – на 10%, в 1992 р, на 13,7% [4]. Криза була пов'язана з розривом загальних економічних зв'язків і відсутністю будь-яких дій, спрямованих на створення нових структур. Це призвело до економічної кризи. Генезис цього стану лежить головним чином у відношенню до управління державою. Керівництво не проявило готовності здійснювати реформи [5]. Це впливає з бажання будувати державні структури, які могли б впоратися з проблемами дестабілізації ситуації всередині країни, яка мала місце в Росії і деяких західних країнах. Інша причина криється в неправильному розумінні ідеї ринкової економіки. Руйнівним недоліком була ідея управління значної частини економічного потенціалу колишньої імперії, який не був розроблений, щоб функціонувати незалежно один від одного. Важливу роль відіграє сильне промислове лобі, яке розроблено в дні колишнього Радянського Союзу, в результаті підвищення індустріалізації [6].

У березні 1992 року був виданий Закон про приватизацію. Це передбачувало продаж 65% державних підприємств протягом п'яти років [7]. Прогресивне зубожіння переважної більшості населення сприяло численним протестам, а також урядовій кризі. У жовтні 1992 року Канцелярію прем'єр-міністра зайняв Л. Кучма, прихильник ринкових реформ і представник тісної співпраці з Росією. Він отримав на шість місяців незвичайну довіреність з метою реалізації плану реформ [8]. Згідно з указом ринкової економіки, адміністрація Кучми призвела до лібералізації цін на більшість товарів. Винятком були природні монополії, підприємства і громадський транспорт, де підтримувалися субсидії. Лібералізація мала також частково охопити валютний ринок. Прем'єр-міністр Кучма планував відновити систему адміністративного управління економікою. У вересні 1993 року він подав у відставку. У той же час, Верховна Рада прийняла постанову про протермінування парламентських і президентських виборів. Економічна ситуація та економіка України вже була у руїні. У 1993 році рівень інфляції становив 10 200%, на думку Світового банку, і був найвищим у світі [9].

Інша проблема полягає в міжнародній ізо-

ляції України, яка є результатом неузгодженості в реалізації обіцянок влади з ядерного роззброєння (Україні після розпаду Радянського Союзу припадало 15% радянської ядерної зброї). Тільки в січні 1994 року в Москві президенти Сполучених Штатів, Росії і України підписали тристоронню угоду. На її основі був визнаний статус України як держави, яка не має ядерної зброї [10]. У 1993 році в Україні знову почала свою діяльність Комуністична партія. Її мета полягала в тому, щоб почати зусилля для встановлення більш тісних зв'язків з країнами СНД, а також в силу відтворення СРСР [11].

Влітку 1994 року відбулися президентські вибори, де виграв Л. Кучма. Хоч в своїй передвиборчій програмі передбачав економічний союз з Росією, він оголосив серед іншого, про економічний проект щодо радикальної зміни, бажання подолати відмінності між Східною і Західною Україною і прагнення зміцнити президентську владу. Основні пункти програми були: маркетизація обмінного курсу, усунення імпортих субсидій, лібералізації цін і скорочення дефіциту бюджету. Оголошені реформи були серйозним наслідком для українського населення, швидкого зростання цін і орендної плати, яка раніше була символічною. Було укладено так званий нульовий варіант в обміні з Росією. На практиці це означало ліквідацію зобов'язань Росії Україною за роки існування СРСР. Ця програма була реалізована послідовно, не менше, однак, в середині 1995 року, в результаті тиску з боку різних груп, був ще один спад в його реалізації. Позитивно закінчилася лише боротьба з інфляцією. У 1996 році вона впала нижче 1% [12].

Паралельно з прийняттям реформ і виходом України зі стану ядерної енергетики МВФ і Світового банку, і США почали фінансову підтримку економічних перетворень. Навесні 1995 року Україна стала членом Ради Європи, також приєдналась до програми НАТО «Партнерство заради миру» [13].

Менш оптимістичною була ситуація всередині країни. Основною проблемою соціально-економічного життя в Україні була корупція. Це була криміналізація економіки і влади мафіозних кланів. Настільки ж серйозною проблемою стало розширення сірої зони (приблизно 50% продукції та послуг), через надмірне державне регулювання і високі податки, а також в приватизації України. У 1994–1998 рр. з індексу людського розвитку України впав з 45 на 95 місце. З 1993 року, є низьким рівень народжуваності і зростаюча хвиля еміграції. 1993–1999 рр. пов'язані зі зниженням реального ВВП. У 1999 році його рівень досяг 44,7% в порівнянні з рівнем 1991 року [14].

У 1999 році, напередодні президентських виборів Л. Кучма представив Раді багато указів, спрямованих на санітарно-економічні зміни. Більшість з них були заблоковані (між іншими, що стосуються приватизації, право продавати землю, спростити податкову систему). Під впливом БС і МВФ в новому уряді прем'єр-міністром був Ющенко, який розглядається як прихильник радикальних реформ. Л. Кучма отримав перемогу на наступних президентських виборах в листопаді 1999 року. Проте, західні спостерігачі визнали вибори «вільними, але не справедливими» [15].

Адміністративна реформа розпочата з прем'єр-міністром Ющенко призупинена чотири місяці по тому. Тільки тимчасово вдалося послабити статус Міністерства промислової політики. Проте, він швидко відновлюється після зняття Ющенка. Він вважається центром протекціонізму, патерналізму і ефективних заходів проти реструктуризації [16]. Економіка була відзначена з явними ознаками поліпшення. З 2000 року підтримується високий зріст ВВП, в 2001 році темпи зростання на 9,1%, 4,6% в 2002 році, а в 2009 році було збільшення на 4%, хоч у 2000 році ВВП становило тільки 58% від його рівня 1990 року. Уповільнення темпів економічного зростання з другої половини 2001 року був пов'язаний з відставкою прем'єр-міністра Ющенка і призначенням на посаду А. Кінаха. Останній звинувачується в реставраційній бюрократії, некомпетентності членів уряду, реалізація політики селективної підтримки окремих регіонів, галузей і підприємств, а також неготовність уряду прискорити приєднання України до структур СОТ і ЄС [17].

У 2002 році як були позитивні ефекти заходів: було зафіксовано зростання доходів населення на 22,1%, реальна заробітна плата на 18,2% і пенсій на 20%. Також має високу динаміку оборот у зовнішній торгівлі. У 2002 році експорт збільшився на 10,4%, а імпорт на 9,4%. В 2003 році рівень інфляції не перевищує 6%. У цей період було недостатнє зростання інвестицій – в 2002 році - 6% [18]. Такий стан справ був пов'язаний зі зберіганням високого рівня 21,8% за той же період, процентні ставки з комерційних кредитів (в 2001 році – 31,9%) [19].

Поліпшення економічної ситуації породило певну надію. Усувається ризик припинення адміністративних реформ. Слід зазначити, що без успішної трансформації інституційний клімат здавався вельми сумнівним. Інтеграція в економіці все ще дуже сильна. Можна зробити висновки, що країна поки не могла остаточно визначити своє місце і роль в побудованій соціально-економічній системі.

Висока якість людського капіталу в Україні

є позитивним аспектом залишків радянської епохи. Проте, з точки зору вимог сучасних знань і навичок, якими вони повинні бути оновлені, низькі темпи зміни призвели до того, що в роки перших перетворень в Україні, в принципі, рівень зайнятості не змінився, а безробіття не росло, не дивлячись на зниження обсягів виробництва. Зниження зайнятості в Україні має поступовий характер. Це явище погано пов'язані зі станом економіки в цілому. Особливо низькі значення зареєстрованого безробіття навіряд чи були.

Розбіжності між цими двома показниками, в основному через високе приховане безробіття і зайнятість в неформальному секторі. В результаті низького рівня допомоги з безробіття, багато людей вважають за краще зберігати статус працівника, навіть залишаючись в неоплачуваній відпустці або робота на неповний робочий день, а у вільний час робота в неформальному секторі. Допомога безробітним виплачується з фонду зайнятості (протягом перших трьох місяців роботодавець платить еквівалент повної заробітної плати).

Амортизатором безробіття в Україні є відносно низький пенсійний вік 60 років для чоловіків і 55 років для жінок. Пенсії виплачуються з Пенсійного фонду, який фінансується за рахунок внесків роботодавців, працівників і державного бюджету [14].

Систему української соціальної допомоги слід розглядати в якості найбільш складних в Європі. Є багато різних видів допомоги, яка виплачується з різних назв і багатьох установ, в результаті 3% від ВВП надходить домогосподарствам у вигляді пільг, але їх соціальна функція неправильно заповнена [15].

Певні форми соціальної допомоги оплачуються безпосередньо з державного бюджету, такі як освітні посібники в період високої інфляції. – компенсація за зростання цін. Розмір допомоги значною мірою залежить від рівня середньої заробітної плати в Україні, і вони залишаються дуже низькими. У перші роки перехідного коефіцієнта, який вимірює нерівність доходів, подвоїлася. За даними Світового банку, в Україні зростає бідність і злидні, що становило в 2012 40% населення. Поглиблене реформування системи соціального забезпечення знаходиться в стадії підготовки.

Найбільш чутливі ділянки української економіки – ринок праці. Її розвитку сприяла радикальна економічна і політична реформа, в 90-х роках двадцятого століття. Багато факторів, слугували для посилення явища зовнішньої міграції. Безсумнівно, це було скорочення виробництва, різке зниження рівня життя громадян, і не проста ситуація в області державних фінансів [19].

Будь-яка організація, яка хоче вижити в непередбачуваному середовищі, повинна прагнути до інновацій і бути інноваційною. Ці два терміни часто ототожнюють. У науці, інновація розглядаються як невід’ємний атрибут управління компанії, відкриваючи можливості для новаторства. Тому інновації можна назвати здатністю створювати щось нове або вносити істотні зміни. Цей термін означає також можливість впровадження нових продуктів на ринок, відкриваючи нові ринки, використовуючи поєднання стратегічної орієнтації та інноваційні процеси. У свою чергу, інновації можуть бути здійснені для визначення змін в технології, економіці, організації, екології та соціальній сфері організації. Всі ці зміни повинні отримати практичне застосування.

Інновації можуть бути проаналізовані в суцільному контексті. Потім визначається блок інноваційних компетенцій. Це може бути продовжено на організаційному рівні (встановлюється інноваційний потенціал організації) і на макроекономічному рівні (ідентифіковано в країні або регіоні через здатність операторів шукати та адаптувати впровадження та поширення інновацій). Інновації підприємства в перспективі повинні бути проаналізовані організаційним рівнем, де інноваційний потенціал об’єкта визначаються як здатність організації для здійснення і поширення інновацій. Цей процес залишається величезною мірою визначеним організаційними відносинами та їх мережею.

Аналіз літератури з управління чітко показує, що в найбільш вигідному становищі перебувають компанії, що має здатність мобілізувати ресурси, знання, технології і досвід, в результаті, можуть запропонувати нові продукти і по-

слуги, і перш за все інноваційні способи, які вони створюють. Таким чином, інновації несуть конкурентний характер.

У літературі існує кілька концепцій, пов’язаних з питанням про конкурентоспроможність. Є такі категорії, як: конкуренція, конкурентоспроможність і конкурентні переваги. Крайній термін для змагань часто визначається як «арени», де компанії конкурують за клієнтів. Поняття конкурентоспроможності може бути визначений як ефект конкуренції. Він показує, як компанії конкурують на ринку за користь клієнта.

У літературі можна зустріти різні концепції побудови конкурентної переваги. Визначення терміна «конкурентна перевага» були наведені в таблиці.

Цікаву концепцію конкурентоспроможності запропонував Майкл Е. Портер. Вона включає в себе пошук конкурентних переваг в структурі галузі, в якій працює підприємство. Портер сформулював концепцію п’яти конкурентних сил. В її свідомості в кожному секторі п’ять ключових факторів. До них відносяться: ринкова влада постачальників, ринкова влада покупців, загроза появи заміників, загроза появи нових конкурентів і суперництво між конкурентами. Ці сили визначають інтенсивність конкуренції в цьому секторі, в той час як конкурентна перевага є результатом позиції, яку компанія займає в цьому секторі.

Портер є автором трьох стратегій, які можуть бути прийняті організацією з метою створення конкурентних переваг. До них відносяться: стратегія розділення (якість), керівництво, лідерство витрат і концентрація. На цій основі, Портер вказує, що можна створити конкурент-

Огляд визначення конкурентних переваг

Автор	Визначення
Ліам Фехей	Все, що позитивно відрізняє продукцію або саму компанію від конкурентів в очах клієнтів
Девід Алан Аакер	Конкурентною перевагою є те, що компанія домагається кращих результатів, ніж конкуренція або робить щось краще, ніж вони роблять
Леслі В. Руї, ФілісДж. Холанд	Конкурентна перевага найкраще виражається в здатності компанії зробити щось, що ваші конкуренти не можуть зробити або, принаймні, роблять це гірше, ніж ви
Джеймс А.Ф. Стоунер	Сильні і слабкі сторони організації щодо поточних і майбутніх конкурентів
Джей Б. Барні	Можливість реалізації стратегій, які не в змозі реалізувати поточні і майбутні конкуренти
Стратегор	Краще, ніж майстерність конкуренції певних компетенцій, які є вирішальним фактором успіху в даній сфері діяльності
Чарльз В. Хофер, Ден Шендел	Унікальне положення організації в порівнянні з конкурентами отриманої за рахунок власних моделей ресурсів розвитку
Майкл Е. Портер	Мета стратегії полягає в тому, щоб отримати і зберегти конкурентну перевагу
ГербертСімон	Більш високий рівень досягнень щодо конкуренції

Примітка: джерело [12].

ну перевагу, пропонуючи унікальний продукт, відмінною рисою якого є висока якість і, отже, висока ціна, але не тільки. Можна створити його, пропонуючи стандартний продукт за нижчою ціною, ніж конкуренція. Недоліком концепції Портера є відсутність важливості ресурсів підприємства та їх вплив на побудову конкурентних переваг [13].

Дослідження стосувалося сектора малого і середнього бізнесу, який діє в Україні. Анкета була адресована компаніям з різною правовою природою, які в основному є приватною власністю. Більше половини випробовуваних здійснювали мікропідприємства, тобто компанії, з використанням до 10 осіб (64% від загального обсягу зразка). 18% – респондентів невеликі компанії, що мають чисельність персоналу менше 50 осіб, в той час як 8% респондентів входить в число середніх підприємств.

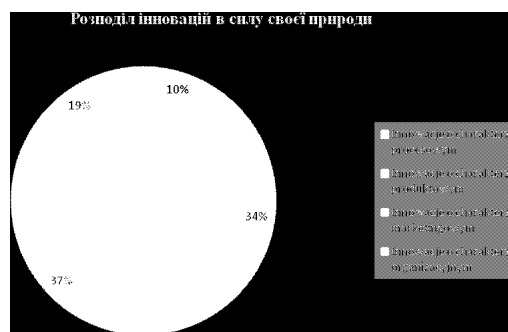
Аналізи були піддані інноваційні процеси, які були прийняті у минулому, і все ще приймаються, процес дослідження також відноситься до інноваційної діяльності, що планується підприємствами в майбутньому. Дослідження також – типу співпраці з організаціями роботодавців з навколишнього середовища компанії з точки зору інноваційної діяльності, а також використання програм підтримки інновацій.

Серед відповідей на питання, що стосуються того чи зробила компанія інноваційну діяльність протягом останніх трьох років, більше 2/3 респондентів, тобто. 68% відповіли ствердно, а 1/3 опитаних, тобто 16 – негативно. Це доводить збільшити рівень інформованості про необхідність впровадження інноваційної діяльності серед підприємств з сектора малого і середнього бізнесу.

З питань виду інноваційних заходів більшість респондентів вибрали відповідь щодо маркетингових інновацій, тобто ті, які покладаються на впровадження нових маркетингових стратегій (37% респондентів). Серед відповідей на другому місці були інноваційні продукти, спрямовані на впровадження нових видів продукції і послуг (34%). Третьою була відповідь щодо організаційних інновацій, поставлена задача впровадження нових методів ведення бізнесу (19% респондентів).

Серед підприємств сектора МСП в Україні найменш ймовірними, були нововведення, спрямовані на розробці новаторських методів виробничого процесу (рисунок).

Більшість респондентів, які планують вжити заходів в найближчому інноваційному майбутньому.



Джерело: власне опрацювання

Висновки

Безсумнівно, компанія, її успіх на ринку, більшою мірою зобов'язана своїм інноваціям. Інновації залишаються важливим фактором для створення конкурентної переваги, та впровадження нових ідей і рішень. Його похідною є здатність створювати і впроваджувати інновації, і їх поглинання. Інновації нерозривно пов'язані з активним залученням інноваційних процесів і зусиль у цьому напрямкі.

Емпіричні дослідження ясно показують, що українські підприємства починають розуміти, що для того, щоб вижити на європейському ринку, необхідно впроваджувати інновації.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Babanin O., Dubrovsky V., Ivaschenko O.: Ukraine – The Lost Decade and Coming Boom? Kyiv. – 2002.
2. Cho H. J., Pucik V.: Relationship between Innovativeness, Quality, Growth, Profitability, and Market Value. „Strategic Management Journal”, nr 26/2005.
3. Corbet J., Gummich A.: The Soviet Uion at the Crossroads. Deutsche Bank, Frankfurt 1990.
4. Danneels E., Kleinschmidt E.J.: Product Innovativeness from the Firm’s Perspective: Its Dimensions and their Impact on Project Selection and Performance. Institute for the Study of Business Markets, The Pennsylvania State University, ISBM Report 2000. <http://citeseerx.ist.psu.edu/>
5. Hilami M. F., Ramayah T., Mustapha Y., Pawanchik S.: Product and Process Innovativeness: Evidence from Malaysian SMEs. „European Journal of Social Science”, nr 16/ 2010.
6. Hrycak J.: Historia Ukrainy 1772-1999. Narodziny nowoczesnego narodu. Instytut Europy Wroclawskowschodniej, Lublin 2000.
7. <http://www.msz.gov.pl/>
8. Klineciewicz K.: Tworzenie innowacji przez wspolprace międzyorganizacyjną. W: A. K. Koźmiński, D. Latusek- Jurczak (red.): Relacje międzyorganizacyjne w naukach o zarządzaniu. Wolters Kluwer Business, Warszawa 2014.

9. *Motyka G.*: Ukraina. „Europa Hrodkowowschodnia 1999”. Rocznik IX. Warszawa 2001.

10. *Niedzielski P.*: Innowacyjność. W: K. B. Matusiak (red.): Innowacje i transfer technologii. Siownik pojęć. Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa 2005.

11. *Oniszczyk M.*: Teraz Ukraina. „Rynki Zagraniczne”, nr 62/2003.

12. *Rybicki J., Pawiowska B.*: Kapitał intelektualny jako podstawa budowy przewagi konkurencyjnej. Materiały konferencyjne V Konferencji Naukowej, z cyklu Wiedza i innowacje, pod tytułem Ochrona wiedzy i innowacji, Uniwersytet Jagielloński, Kraków 2009, www.instytut.info/Vkonf/site/31.

13. *Serezyk W. A.*: Historia Ukrainy. Zakład Narodowy im. Ossolińskich, Wrocław-Warszawa-Kraków 2001.

14. *Smolarek M.*: Znaczenie zmian innowacyjnych w kontekście strategii małych i średnich przedsiębiorstw. W: P. Niedzielski, J. Guliński, K.B. Matusiak (red.): Kreatywność – Innowacje - Przedsiębiorczość. „Zeszyty Naukowe” nr 579. Wyd. Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2010.

15. *Tidd J., Bessant J.*: Zarządzanie innowacjami: integracja zmian technologicznych, rynkowych i organizacyjnych. Wolters Kluwer Business, Warszawa 2013.

16. www.worldbank.org.ua

17. *Yeleyko I.*: Specyfika migracji zarobkowej ludności na Ukrainie. Wyd. Lwowskiego Narodowego Uniwersytetu im. Iwana Franko, Lwów 2009.

18. *Zienchuk M.*: Spojrzenie ogólne: kolejne próby stabilizacji. W: M. Dąbrowski i R. Antczak (red.): Ukraińska droga do gospodarki rynkowej 1991-1995. PWN, Warszawa 1996.

19. *Āelazny W.*: New age kontra Eurazja. „Sprawy Narodowościowe”, nr 18/2001.

Надійшла до редакції 12.04.2017

Рецензент д.е.н. Л.Д. Гармідер

ИННОВАЦИОННОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ В УКРАИНЕ В КАЧЕСТВЕ ДЕТЕРМИНАНТОВ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ НА ЕВРОПЕЙСКИХ РЫНКАХ

Яворска М., Петрик И, Кокот Д.

Компаниям, эффективно работающим в реалиях экономики и подвергающимся постоянным изменениям, требуется катализатор, которым являются инновации. Единицы, способные создавать новые продукты, демонстрируют преимущество в конкуренции не только такими средствами, как цена и желание получить минимально возможную стоимость. Инновации сегодня являются ключом к конкурентной стратегии и ее основой. В данной статье сделана попытка представить проблему инновационных предприятий в Украине как детерминант конкурентоспособности на европейских рынках. Проблема иллюстрируется на основе эмпирических исследований, проведенных на выборке из 100 украинских предприятий.

Ключевые слова: инновация, украинские предприятия, конкурентоспособность, рынок, маркетинг, новаторство.

INNOVATION OF ENTERPRISES IN UKRAINE AS DETERMINANTS OF COMPETITIVENESS IN EUROPEAN MARKETS

Jaworska M., Petryk I., Kocot D.

Companies that work effectively in the realities of the economy and are subject to constant changes need a catalyst that is innovation. Units capable of creating new products demonstrate an advantage in competition not only by means such as price and the desire to get the lowest possible cost. Innovation today is the key to competitive strategy and its foundation. This article attempts to present the problem of innovative enterprises in Ukraine as a determinant of competitiveness in European markets. The problem is illustrated on the basis of empirical studies conducted on a sample of 100 Ukrainian enterprises.

Keywords: innovation, Ukrainian enterprises, competitiveness, market, marketing, innovation.