

М.А. Заєць, Н.С. Мамонтенко
Одеський національний політехнічний університет

ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ПІДВИЩЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПАТ “ОДЕСКАБЕЛЬ” НА ІННОВАЦІЙНІЙ ОСНОВІ

© Заєць М.А., Мамонтенко Н.С., 2013

Обґрунтовано необхідність побудови системи управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства з використанням інструментарію інноваційного розвитку, досліджено головні чинники, що визначають інноваційну конкурентну стратегію підприємства.

Ключові слова: міжнародна конкуренція, конкурентоспроможність, інноваційний розвиток, інноваційна стратегія, підприємство.

М.А. Zayets, N.S. Mamontenko
National Polytechnic University of Odessa

DEVELOPMENT STRATEGY OF RAISING THE COMPETITIVENESS OF PGSC “ODESKABEL” ON AN INNOVATIVE BASIS

© Zayets M.A., Mamontenko N.S., 2013

In this paper the necessity of building management system international competitiveness of enterprises using innovative development tools, investigated the main factors that determine the competitive strategy of enterprise innovation.

Key words: international competition, competitive, innovative development, innovation strategy, enterprise.

Постановка проблеми. Формування потенційної можливості господарюючих суб'єктів до конкурентної боротьби і досягнення ефективних результатів у сьогодишніх умовах ускладнюється у зв'язку з необхідністю постійного пристосування до умов, що змінюються, це вимагає, своєю чергою, пошуку науково-обґрунтованих концепцій функціонування і розвитку підприємства, підвищення його конкурентоспроможності. Розробка таких концепцій обумовлює необхідність глибокого дослідження як самої економічної категорії конкурентоспроможності, її особливостей і ознак, так і сутність впливу загальносвітових тенденцій, політичних чинників, особливостей конкретно-історичної стадії розвитку на процес її формування і вдосконалення. Тобто в ринковій економіці категорія конкурентоспроможності є однією з ключових, оскільки її рівень визначає успіх або невдачу в діяльності підприємства, а підвищення конкурентоспроможності продукції і як наслідок зростання її експорту є засобами для підвищення рівня життя населення країни.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання підвищення міжнародної конкурентоспроможності на різних рівнях присвячено чимало ґрунтовних, наукових праць в українській і світовій економічній науці. Вагомий внесок у розробку цього напрямку здійснили такі відомі українські науковці, як Л. Антонюк, О. Білоус, В. Гальчинський, В. Гець, В. Дергачова, О. Кузьмін, Д. Лук'яненко, Ю. Макогон та інші. У зарубіжній науковій літературі цю проблематику

висвітлено у працях І. Ансоффа, Дж. К. Грейсона, Дж. Данінга, Ю. Іванова, М. Портера, С. Прахалада та інших.

Цілі статті – визначення інструментарію інноваційного розвитку як головного джерела можливостей підвищення міжнародної конкурентоспроможності українських підприємств та обґрунтування необхідності побудови системи управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства з використанням інструментарію інноваційного розвитку.

Виклад основного результату досліджень. Підприємство, що виходить на зовнішній ринок, стикається з принципово новим конкурентним середовищем. В умовах світового ринку конкурують не лише окремі виробничо-господарські одиниці, насамперед конкурують капітали різних країн, тобто йдеться про міжнаціональну конкуренцію в глобальному просторі.

Окрім цього, в умовах міжнародного конкурентного середовища підприємство стикається з набагато більшою кількістю учасників конкурентних відносин, які різняться за своїми економічними, технологічними, маркетинговими характеристиками.

Кожне підприємство прагне отримати якомога вищі економічні результати від своєї діяльності, незалежно від того, діє воно в межах національних кордонів чи в умовах світового ринку.

Найважливішим критерієм, що визначає здатність підприємства досягти очікуваних економічних результатів від своєї діяльності, є конкурентоспроможність, рівень якої залежить від комплексу чинників внутрішнього і зовнішнього середовищ підприємства.

Стратегія інноваційного розвитку підприємства реалізується за допомогою системи заходів, що міститься в стратегічних, поточних (тактичних) і оперативних планах.

Стратегічне планування покликане виявляти, аналізувати і наскільки це можливо прогнозувати економічну, політичну, технічну і суспільну сферу, в якій функціонує підприємство.

Розширюючи асортимент і йдучи в ногу з часом, завод “Одескабель” особливу увагу надає якості вироблюваної продукції.

Адже продукт кабельної індустрії насамперед має бути безпечним, відмінним і довговічним, що забезпечується вживанням сертифікованих високоякісних матеріалів, впровадженням сучасних технологій і постійним контролем якості. Для цього необхідно розробляти і упроваджувати послідовні інвестиційні плани, а також здійснювати серйозні фінансові вливання.

У 2013–2015 роках запланована перша черга будівництва “соціального” житла. У м. Іллічівську планується будівництво п’ятиповерхових будинків, призначених для молоді і середнього класу. Проект реалізується в межах державної програми забезпечення громадян доступним житлом.

Квартири опалюватимуть за допомогою нової продукції заводу “Одескабель” – йдеться про спеціальні нагрівальні кабелі, прокладені прямо в стінах і підлогах. Розробники обіцяють, що кабелі працюватимуть в економному режимі, споживаючи електроенергію лише вночі, коли вона у декілька разів дешевше.

Цей проект здійснюється у межах стратегії розроблення товару ПАТ “Одескабель”.

Стратегія розроблення товару (новий товар – старий ринок) ефективна за наявності у фірми низки успішних торговельних марок. Вона полягає у створенні нових модифікацій товару для існуючих ринків.

У зв’язку з швидкою зміною потреб і запитів споживачів, фірма в умовах конкуренції повинна мати свою програму розробки нових товарів, ПАТ “Одескабель” має свій відділ досліджень і розробок, тому не існує проблеми створення бази проведення досліджень і розробок.

Перед творцями нових товарів стоїть завдання ретельно опрацювати кожен етап розробки.

Нагрівальні кабелі виробництва ВАТ “Одеський кабельний завод “Одескабель” призначені для використання в будівництві й експлуатації житлових і промислових будинків і споруджень. Діапазон їхнього використання не обмежується обігрівом тільки підлог і стін.

Наприклад, ці кабелі використовують для обігріву дахів будинків (захист від намерзання), наземних майданчиків, продуктопроводів, водопроводів під час перекачування рідини тощо.

Широкий спектр застосування кабелів в Україні й країнах СНД обумовлений раціональною конструкцією нагрівальних кабелів.

Переваги виробництва нагрівальних кабелів ПАТ “Одескабель”: ретельно відпрацьована конструкція, налагоджений технологічний процес, досвід експлуатації.

Якість нагрівальних кабелів виробництва ПАТ “Одескабель” досягається завдяки:

- великому досвіду виробництва кабельної продукції;
- високої позиції серед інших виробників кабельної продукції;
- кадровій політиці заводу, наявністю високопрофесійного й відповідального складу керівників і фахівців;
- відпрацьованої технології виготовлення кабельної продукції загалом й нагрівальних кабелів зокрема;
- серйозному підходу до поставок якісної сировини й матеріалів і ретельному вхідному контролю;
- післяопераційному контролю на всіх стадіях виготовлення нагрівального кабелю;
- 100 % контролю основних параметрів нагрівального кабелю під час приймально-здавальних випробувань.

Нагрівальний кабель виробляється на сучасному високопродуктивному, високоякісному встаткуванні, що дає змогу випускати широку номенклатуру виробів.

Основними етапами інноваційної стратегії впровадження нагрівального кабелю ПАТ “Одескабель” є:

- модернізація установок поділу на заводі й інших виробництвах;
- освоєння промислового випуску нових кабельних композицій на основі ПЕВД і ПЕНД;
- удосконалювання технології поділу суміші етаноламінів і реконструкція апаратурно-технологічного оформлення процесу;

У межах маркетингової діяльності проводилася робота з постійними й потенційними клієнтами. Вона укладалася в опитуваннях покупців, вивченні поточних і перспективних потреб, вимог до якості, що випускається.

У планах служби продажів: збільшення обсягів реалізації кабельно-провідникової продукції, зміцнення позицій на наявних і завоювання нових ринків збуту.

Надалі ПАТ “Одескабель” планує:

- розширити обсяг та асортимент продукції, що виробляється, зокрема подвоїти виробництво та реалізації цифрових та ЛАН-кабелів;
- збільшити обсяг поставок продукції;
- залучити зовнішні інвестиції на поліпшення фінансового стану емітента.

Основний вектор ПАТ “Одескабель” впродовж багатьох років підвищення якості продукції та формування сучасної номенклатури виробництва. Для досягнення цих цілей підприємство розвивається безперервно: розробляються плани розвитку виробництва і упроваджуються інвестиційні програми.

Такий розвиток необхідний, адже кабельна галузь належить до сфери нових технологій, яка, за своєю суттю, є безконечним інноваційним процесом, що потребує впровадження нових технологій і устаткування, раціональних капіталовкладень.

Під час формування системи управління міжнародною конкурентоспроможністю на інноваційній основі доцільно систематизувати підприємства з урахуванням якості новинок, що вони створюють. За цим критерієм підприємства можуть бути класифіковані так:

- відновлення первісних властивостей продуктів і процесів, підприємство здійснює нововведення, які можуть лише відновлювати вже існуючі властивості продуктів і процесів виробництва;
- збільшення продуктивності діючих процесів;

- перегрупування елементів виробничої системи; створення нових продуктів, обумовлене змінами в організації виробництва;
- створення адаптивних інновацій; оновлення додаткових елементів виробничої системи;
- розроблення нових продуктів і технологій на базі наявної виробничої структури;
- створення нових видів техніки й технології – найвищий рівень інноваційної діяльності, який забезпечує стійку конкурентну перевагу.

Висновки і перспективи подальших досліджень. В умовах динамічного розвитку інформаційних технологій, розширення переліку науково-методичних видань та баз даних з практичного досвіду діяльності формування стратегій для різноманітного типу підприємств у конкретних умовах діяльності; націлено на пізнання існуючих і формування нових стратегій управління підприємствами та способів їх вирішення; на досягнення якісно нового рівня.

Визначальним є стратегічний аспект управління підприємством, а саме: формування і реалізація стратегії на підприємстві як інструменту забезпечення ефективної діяльності не тільки на поточний момент, але і на довгострокову перспективу.

Сучасна глобалізована ринкова економіка формує нові вимоги до підприємства.

Вони обумовлюються наявністю жорсткої конкуренції та необхідністю гнучко реагувати на неоднозначні зміни ситуації на ринках і в галузях діяльності підприємств.

Успіх підприємства залежатиме від здатності адаптуватися до змін у середовищі їх діяльності: передбачати і змінювати структуру бізнесу, розробляти і впроваджувати у виробництво нові види продукції, правильно визначати напрями інвестицій за різними видами діяльності тощо, щоб досягти успіху і процвітання підприємства у перспективі.

Стратегія дає можливість підприємству вирішувати в комплексі низку проблем, пов'язаних із: цілеспрямованим випуском нової продукції; розширенням чи скороченням номенклатури та асортименту традиційної продукції; впровадженням та використанням ефективніших технологій; формуванням стратегічного потенціалу, необхідного для досягнення стратегічних цілей; перебудовою виробничої та організаційно-економічної структури; розвитком спеціалізації та кооперації; диверсифікацією діяльності; розвитком маркетингу; удосконаленням організаційної структури управління.

1. Говоруха Ж.А. Питання розвитку інноваційної діяльності України // Актуальні проблеми економіки. – 2007. – № 8. – С. 107–115. 2. Економіка підприємства в умовах ринкових перетворень: Монографія / За заг. ред. О.Г. Янкового. – Одеса: Атлант, 2010. – 390 с. 3. Єрмошенко М.М. Проблеми державного регулювання інноваційного розвитку підприємств і шляхи їх розв'язання // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – № 3. – С. 45–55.