

УДК 631.15

**Зеліско І. М.**, д. е. н., проф.,  
академік Академії економічних наук України,  
Державний університет  
телекомунікацій

## **ІННОВАЦІЙНА ПАРАДИГМА ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

*У статті уточнено економічну сутність інновацій та конкурентоспроможності. Виявлено існуючі проблеми інноваційної діяльності телекомунікаційних підприємств та роль інновацій у підвищенні їх конкурентоспроможності. Обґрунтовано пріоритетні напрями формування інноваційної парадигми підвищення конкурентоспроможності телекомунікаційних підприємств, що посилять їх конкурентні позиції на локальних та глобальних ринках телекомунікаційних послуг.*

**Ключові слова:** телекомунікаційні підприємства, інновації, інноваційна діяльність, конкурентоспроможність, конкурентні переваги.

**Постановка проблеми.** Глобалізаційні засади розвитку світової економіки формують нові вимоги щодо конкурентоспроможності національних економік. Роль України у глобалізаційних та євроінтеграційних процесах, як повноцінного суб'єкта міжнародних економічних відносин, зміцнення конкурентних позицій на світовому ринку, уможливаються розробкою і реалізацією відповідної інноваційної стратегії розвитку, яка забезпечить зростання рівня конкурентоспроможності продукції, послуг, підприємств, галузей та національної економіки.

Сфера телекомунікацій має стратегічне значення у системі формування конкурентоспроможних засад розвитку галузей та сфер національної економіки. Розвиток сучасних телекомунікаційних підприємств відбувається в трансформаційних соціально-економічних умовах функціонування національної економіки та під впливом процесів посилення конкуренції. Сьогодення українського ринку послуг зв'язку та інформатизації характеризується значною динамічністю, потребує постійного швидкого реагування та корегування методів управління, прийняття відповідних стратегічних рішень.

Тема інновацій є найактуальнішою як в наукових, бізнесових, так і урядових колах. Інноваційний розвиток та інноваційний потенціал підприємств - важлива складова формування їх конкурентоспроможності. Тому, за умов поглиблення глобалізації та постійного загострення конкурентної боротьби, фундаментом конкурентоспроможності телекомунікаційних підприємств є інновації, які уможливають їх інноваційний розвиток та підвищують рівень конкурентоспроможності сфери телекомунікацій.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Дослідженням інновацій присвячені наукові праці багатьох іноземних та вітчизняних вчених. Заслужують на особливу увагу фундаментальні дослідження Й. Шумпетера, який розробив інноваційну теорію економічного розвитку. Вагомий внесок зроблено Ф. Котлером у вивчення інновацій в контексті маркетингової політики підприємств. Теорія конкурентоспроможності М. Портера презентувала роль інновацій у формуванні конкурентоспроможності підприємств.

Питанням конкуренції та конкурентоспроможності приділено значну увагу в наукових дослідженнях вчених. В першу чергу необхідно зазначити вклад у дослідження окресленої проблематики, починаючи з відомих представників класичної політекономії Адама Сміта та Девіда Рікардо. Ця проблематика була актуальною і у ХХ столітті. Значний внесок у розв'язання питання конкурентоспроможності здійснили М. Портер та Дж. Кейнс, Й. Шумпетер, К. Макконелл і С. Брю, А. Маршалл, А. Томпсон та М. Трейсі.

Проблема підвищення конкурентоспроможності підприємства набула глибокого та всебічного вивчення в працях вітчизняних науковців: В. Базилевич, І. Булах, С. Войтко, О. Гавриш, В. Геєць, О. Гудзь, О. Дачій, Л. Довгань, С. Ілляшенко, О. Савицька, С. Савчук, П. Стецюк, Н. Хрущ, В. Шарко та ін.

Проте, багато аспектів цієї проблематики залишаються предметом дискусій. За умов глобалізації світової економіки та фінансових і економічних трансформацій в Україні, необхідним є системний підхід щодо розуміння конкурентоспроможності через призму інноваційного розвитку телекомунікаційних підприємств.

**Метою статті** є виявлення існуючих проблем інноваційної діяльності телекомунікаційних підприємств, ролі інновацій у підвищенні їх конкурентоспроможності та обґрунтування пріоритетних напрямів формування інноваційної парадигми підвищення конкурентоспроможності телекомунікаційних підприємств, що посилять їх конкурентні позиції на локальних та глобальних ринках телекомунікаційних послуг.

**Виклад основного матеріалу.** Україна у глобальному рейтингу інноваційності Global Innovation Index у 2017 р. посіла 50 місце, причому за окремими компонентами індексу ("інноваційні зв'язки", "засвоєння технологій", "креативні товари і послуги", "вплив знань" український бізнес перебуває на дуже низьких позиціях. Окрім Глобального інноваційного індексу визначається рейтинг країн за Індексом інноваційної ефективності. Індекс інноваційної ефективності характеризує створення сприятливих умов для інноваційної результативності. За цим показником у 2017 р. Україна на 11 місці, що на одну позицію вище, ніж у 2016 р [10].

За даними Всесвітнього економічного форуму, Україна протягом 2012–2017 років посіла 85 місце за Індексом глобальної конкурентоспроможності, що свідчить про погіршення рейтингу країни в порівнянні з 73 місцем у 2012–2013 рр [6]. Така негативна тенденція щодо конкурентоспроможності національної економіки, торкається багатьох галузей і демонструє надзвичайну важливість розв'язання цього питання для сфери телекомунікацій.

За рівнем технологічності українська промисловість на третину відстає від показників ЄС, за часткою хай-тек продукції в експорті - у 4-8 разів, за енергоефективністю - у десятеро. Завдяки введенню нових технологій приріст ВВП становить 0,7% проти 60-90% у розвинених країнах [1].

Світовий економічний форум в Давосі в цьому році проходив під девізом «Створення спільного майбутнього у розрізненному світі». Вперше на цьому форумі був відкритий Український Дім з темою «Україна: креативність, інновації, можливості» [1]. Проте, український бізнес не достатньо приділяє уваги глобальним процесам та ролі інновацій, можливостям їх запровадження для зростання конкурентоспроможності. Розповсюдженою тенденцією останніх років є зменшення чисельності телекомунікаційних підприємств, що впроваджують інновації. В Україні вважаються інноваційно-активними близько 15 % підприємств, це звичайно негативно впливає на рівень конкурентоспроможності галузей та національної економіки в цілому [4]. Рівень інноваційної активності телекомунікаційних підприємств також залишається не достатньо високим.

Головним драйвером розвитку людства та загального суспільного прогресу були інновації. На підтвердження цього, Ю. Пахомов зазначає, що за інших різних умов найбільші можливості в нарощуванні якісних темпів економічного зростання отримує країна, що домінує серед інших за вагомістю інноваційного продукту [5]. Йозеф Шумпетер презентував економічні інновації та інтерпретував інновацію як нову науково-організаційну комбінацію виробничих факторів, що умотивована підприємницьким духом [9].

Згідно із Законом України «Про інноваційну діяльність» від 3 лютого 2004р. № 1407-IV «...інновації - новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені конкурентоздатні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери [7].

Таким чином, під інноваціями необхідно розуміти нововведення, які несуть позитивні та прогресивні зміни, а також сприяють вдосконаленню процесів та функціонуванню систем.

На сьогодні спостерігаються дві ключові тенденції у сфері телекомунікацій: посилення й ускладнення конкурентних відносин з одного боку та прагнення підприємств до інтеграції бізнес-процесів для досягнення стратегічної стабільності. Розвиток телекомунікаційних підприємств відбувається зі значною динамічністю, проте негативного впливу набуває падіння платоспроможного попиту споживачів, збільшення кількості послуг, що підвищує загальний рівень конкуренції у сфері телекомунікацій.

Питання життєдіяльності та розвитку підприємства, його здатність вижити та отримати позитивний фінансовий результат у жорсткій конкурентній боротьбі - важлива складова його успішного функціонування. Так, досліджуючи міжнародну конкуренцію, М. Портер презентує конкуренцію як динамічний процес, який розвивається, тобто як ландшафт, що безперервно піддається змінам, на якому з'являються нові товари, нові шляхи маркетингу, нові виробничі процеси та нові ринкові сегменти [8, с.171].

У дослідженнях зарубіжних та вітчизняних вчених конкурентоспроможність презентується як здатність економічних суб'єктів пристосуватися до мінливих зовнішніх умов господарювання та через призму наявності конкурентних переваг протягом певного терміну. А. Маршалл, який представляв неокласичну школу, уявляв конкуренцію в якості змагання та зазначав, що «одна людина змагається з іншою, особливо при продажу або купівлі чого-небудь» [3, с.103].

За сучасних фінансових умов ведення бізнесу, конкуренція може бути представлена як економічний процес, що відбувається під час взаємодії, взаємозв'язку та боротьби товаровиробників за покупців та збільшення своєї частки на ринку або суперництво між виробниками чи постачальниками товарів і послуг за найбільш вигідні умови виробництва і збуту [11, с.117].

У сфері телекомунікаційних послуг наявна значна конкуренція серед невеликих провайдерів телекомунікацій, які є підрядниками відомих операторів та провайдерів, що надають послуги доступу до Інтернет. Формування конкурентного середовища телекомунікаційних підприємств відбувається під впливом постачальників технологій та обладнання та споживачів послуг.

Головними секторами конкуренції на ринку телекомунікаційних послуг залишаються мобільний, телефонний фіксований та комп'ютерний зв'язок. На їх долю припадає близько 95 % доходів від надання телекомунікаційних послуг [4]. Характерними рисами конкурентного середовища, в якому функціонують телекомунікаційні підприємства є: швидкі технічні трансформаційні перетворення на основі науково-технічних та технологічних змін, подальший розвиток та поглиблення інтеграційних процесів, лібералізаційний вектор розвитку ринку телекомунікаційних послуг, нецінові методи конкуренції, поступове впровадження інновацій.

Телекомунікаційні підприємства вбачають необхідність подальшого інноваційного вектору розвитку, проте наявні гальмуючі чинники цього процесу: недостатнє державне стимулювання та фінансова підтримка, нестача власних джерел фінансування інноваційної діяльності, незадовільний рівень знань інновацій, обмеженість та інноваційної культури, великі обсяги витрат на впровадження інновацій, високі загрози та значна ризиковість інноваційних процесів, тривалі терміни окупності інноваційних витрат.

Формування конкурентоспроможних переваг телекомунікаційних підприємств відбувається під впливом таких негативних чинників: невідповідність існуючої нормативно-правової бази сучасним вимогам сьогодення; недорозвинутість інституту державно-приватного партнерства; недостатня сприйнятливність підприємствами впровадження інновацій; нестача кваліфікованого персоналу; низький рівень інноваційного потенціалу підприємств; невідповідність існуючих інформаційно - телекомунікаційних технологій потребам ринку телекомунікацій; низький рівень попиту на інноваційну продукцію; повільне

впровадження технологій третього та четвертого покоління (3G, 4G) мобільного радіозв'язку; наявна потреба у модернізації телекомунікаційних мереж фіксованого місцевого зв'язку.

Розповсюдженою тенденцією щодо запровадження інновацій телекомунікаційними підприємствами є модернізація старого обладнання й технологій, тобто відбувається впровадженням зростаючих інновацій. Проте, динамічний розвиток сучасних інформаційно-комунікаційних технологій вимагає випереджаючої імплементації інновацій у порівнянні із конкурентами, що з більшою ймовірністю уможливить формування конкурентних переваг телекомунікаційних підприємств.

Зростання конкурентоспроможності телекомунікаційних підприємств потребує системного підходу щодо застосування інновацій. Основні трансформації відбувалися тільки в контексті технічної модернізації та переформатування організаційної складової в телекомунікаційних підприємствах. Реалізація інноваційної парадигми формування конкурентоспроможності телекомунікаційних підприємств вимагає активної їх участі на світовому ринку високотехнологічних продуктів та інновацій.

Впровадження конкурентоспроможної стратегії розвитку телекомунікаційних підприємств передбачає підвищення конкурентоспроможності на інноваційних засадах, що посилять їх конкурентні позиції на локальних та глобальних ринках телекомунікаційних послуг. Дуже важливо враховувати існуючі тенденції та процеси, що відбуваються у бізнесовому середовищі, в якому функціонують телекомунікаційні підприємства. З цього приводу, дуже слушною є думка О. Гудзь : « ...можливості інноваційної моделі управління підприємствами, нині розширюються під впливом змін бізнесового простору» [2, с.9].

Формування інноваційної парадигми підвищення конкурентоспроможності телекомунікаційних підприємств передбачає наступні складові: нормативно-правове забезпечення інноваційних ідей; державна підтримка та стимулювання інноваційної діяльності (захист та підтримка вітчизняних компаній, фінансове забезпечення патентування промислових зразків, корисних моделей, винаходів за кордоном); надання пріоритетності інноваційним чинникам підвищення конкурентоспроможності для забезпечення позитивної фінансової результативності діяльності підприємств; інформаційна взаємодія та узгодженість розвитку інноваційної діяльності; активізація участі співробітників та креативність підходів щодо забезпечення умов інноваційної діяльності підприємства.

**Висновки.** Забезпечення підвищення конкурентоспроможності та примноження конкурентних переваг телекомунікаційних підприємств уможливлюється інноваційною парадигмою їх розвитку. Пріоритетні напрями інноваційного розвитку телекомунікаційних підприємств потребують переосмислення та системного підходу. Конкурентоспроможна діяльність телекомунікаційних підприємств супроводжується трансформацією концептуальних основ управління та визначенням стратегічних векторів розвитку, ґрунтуючись на сучасній, якісно новій інноваційній платформі.

Імплементація інноваційної парадигми підвищення конкурентоспроможності телекомунікаційних підприємств включає: впровадження інновацій та сучасних інформаційно-комунікаційних технологій; системність процесів впровадження інновацій; безперервність інноваційного розвитку; спрощення процедури ухвалення інноваційних рішень; формування дієвої системи фінансування інновацій; адаптація різноманітних інновацій відповідно до функціонуючих бізнес-процесів на підприємствах; створення нових бізнес-комбінацій та трансформація бізнес-ланцюгів на основі оволодіння та реалізації новітніх знань; реалізація управлінських інновацій, формування випереджувальної стратегії задоволення попиту споживачів.

**Список використаної літератури**

1. Інновації або смерть: як бізнесу вижити на тонучому кораблі «Україна». [Електронний ресурс]. URL: <http://www.epravda.com.ua/publications/2017/08/16/628080/>.
2. Гудзь О. Є. Інноваційні моделі управління підприємств на основі інформаційно-комунікаційних технологій. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. 2018 . № 1 (23). С. 4-11.
3. Маршалл А. Принципы экономической науки . Москва. Прогресс. 1993. Т. 1. 415 с.
4. Офіційний сайт Державна служба статистики України. [Електронний ресурс]. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
5. Пахомов Ю. Потрібно сформувати антикризову систему державного менеджменту. *Урядовий кур'єр*. 20.02.2003. С. 5 – 6.
6. Позиція України в рейтингу країн світу за індексом глобальної конкурентоспроможності 2016–2017. [Електронний ресурс]. URL: <http://edclub.com.ua/analitika/pozyciya-ukrayiny-v-reytingu-krayin-svitu-za-indeksom-globalnoyi-onkurentospromozhnosti-1>.
7. Закон України «Про інноваційну діяльність» від 04.07.2002 р. № 40-IV. [Електронний ресурс]. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/40-15>.
8. Портер М. Международная конкуренция: конкурентные преимущества стран; пер. с англ. Москва: Международные отношения. 2008. 896 с.
9. Шумпетер Й. А. Теория экономического развития. Пер. с англ. Москва: Прогресс. 1982. 354 с.
10. Explore the interactive database of the GII 2017 indicators. [Електронний ресурс].URL: <http://www.globalinnovationindex.org/analysis-indicator>.
11. Paramasivan C. Financial Management . New Delhi : DELHI. 2009. 264 p.

**REFERENCES**

1. (2017). Innovatsii abo smert: yak biznesu vyzhyty na tonuchomu korabli «Ukraine». [Innovation or death: how to survive on the sinking ship «Ukraine»]. Retrieved from <http://www.epravda.com.ua/publications/2017/08/16/628080/>.
2. Hudz , O. Ye. (2018). Innovatsiini modeli upravlinnia pidpriemstv na osnovi informatsiino-komunikatsiinykh tekhnolohii. [Innovative models of enterprise management based on information and communication technologies]. *Ekonomika. Menedzhment. Biznes*, (1(23)), 4-11.
3. Marshall, A. (1993). Principy ehkonomicheskoy nauki. [Principles of Economic Science]. Moscov: Progress .
4. Oficiynyi sayt Dergavnoy slugby statystyky Ukrainy. [Official web-site of Government Statistic Service of Ukraine]. Retrieved from <http://www.ukrstat.gov.ua>
5. Pakhomov, Yu. (2003). Potribno sformuvaty antykrizovu systemu derzhavnoho menedzhmentu. [It is necessary to form an anti-crisis system of state management]. *Uriadovyi kurier*, 5 – 6.
6. Pozytiia Ukrainy v reytynhu krain svitu za indeksom hlobalnoi konkurentospromozhnosti 2016–2017. [The position of Ukraine in the world ranking according to the Global Competitiveness Index 2016-2017]. Retrieved from <http://edclub.com.ua/analitika/pozyciya-ukrayiny-v-reytingu-krayin-svitu-za-indeksom-globalnoyi-onkurentospromozhnosti-1>
7. Verkhovna rada Ukrayiny. (2002). Pro innovatsiinu diialnist vid 04.07.2002. № 40-IV [The Law of Ukraine –About innovation activity(04.07.2002)]. Retrieved from <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/40-15>.
8. Porter, M. (2008). Mezhdunarodnaya konkurenciya: konkurentnye preimushchestva stran [International competition: competitive advantages of countries]. (Trans. from the English). Moscov: Mezhdunarodnye otnosheniya.
9. Shumpeter, Y. (1982). Teoriya ekonomicheskogo razvitiya [The theory of economic development ]. (Trans. from the English). Moscov: Progress .

10. (2017). Explore the interactive database of the GII 2017 indicators. Retrieved from <http://www.globalinnovationindex.org/analysis-indicator>.
11. Paramasivan, C. (2009). Financial Management. New Delhi : DELHI.

**ЗЕЛИСКО ИННА МИХАЙЛОВНА. ИННОВАЦИОННАЯ ПАРАДИГМА ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ.** В статье уточнена экономическая сущность инноваций и конкурентоспособности. Выявлены существующие проблемы инновационной деятельности телекоммуникационных предприятий и роль инноваций в повышении их конкурентоспособности. Обоснованы приоритетные направления формирования инновационной парадигмы повышения конкурентоспособности телекоммуникационных предприятий, что усилит их конкурентные позиции на локальных и глобальных рынках телекоммуникационных услуг.

**Ключевые слова:** телекоммуникационные предприятия, инновации, инновационная деятельность, конкурентоспособность, конкурентные преимущества управления, информационно-коммуникационные технологии.

**ZELISKO INNA. INNOVATIVE PARADIGM INCREASE COMPETITIVENESS OF TELECOMMUNICATION ENTERPRISES.** The economic essence of innovation and competitiveness are clarified in the article. The existing problems of innovation activity of telecommunication enterprises and the role of innovations in increasing their competitiveness are revealed. Priority directions formation of innovation paradigm increase of telecommunication enterprises competitiveness, which will strengthen their competitive positions on local and global markets of telecommunication services, are substantiated.

**Key words:** telecommunication enterprises, innovations, innovative activity, competitiveness, competitive advantages, information and communication technologies.