

УДК 631.15

DOI: 10.31673/2415-8089.2020.025359

Ху Сунцзе  
Державний університет  
телекомунікацій

## ІННОВАЦІЙНА СТРАТЕГІЯ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ

*У статті уточнено економічну сутність інновацій та конкурентоспроможності. Виявлено існуючі ризики інноваційної діяльності телекомунікаційних підприємств та конкурентоспроможності. Обґрунтовано пріоритетні напрями формування інноваційної стратегії підвищення конкурентоспроможності телекомунікаційних підприємств.*

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

**Постановка проблеми.** У сучасному глобальному економічному середовищі формуються нові парадигми конкурентоспроможності національних економік. Роль України та вітчизняних підприємств, як повноцінного суб'єкта міжнародних економічних відносин, зміцнення конкурентних позицій на світовому ринку, уможливлються розробкою і реалізацією відповідної інноваційної стратегії розвитку, яка забезпечить зростання рівня конкурентоспроможності продукції, послуг, підприємств, галузей та національної економіки. Посилення зазначених тенденцій на світовому рівні є причиною виникнення нових ризиків та загроз у діяльності вітчизняних телекомунікаційних підприємств.

Сьогодення українського телекомунікаційного ринку характеризується значною динамічністю, потребує постійного швидкого реагування та корегування методів управління, прийняття відповідних стратегічних рішень. 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.** Заслужують на особливу увагу фундаментальні дослідження Й. Шумпетера [6], яким була розроблена інноваційна теорія економічного розвитку. Теорія конкурентоспроможності М. Портера [5] презентувала роль інновацій у формуванні конкурентоспроможності підприємств.

Проблематика підвищення конкурентоспроможності підприємства набула всебічного вивчення в працях вітчизняних науковців (В. Базилевич, І. Булах, С. Войтко, В. Геєць, О. Гудзь, О. Даций, Л. Довгань, І. Зеліско, С. Ілляшенко, О. Сосновська, 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 інноваційної стратегії розвитку телекомунікаційних підприємств.

**Метою статті** є виявлення існуючих проблем та ризиків інноваційної діяльності телекомунікаційних підприємств, ролі інновацій у підвищенні конкурентоспроможності та

обґрунтування пріоритетних напрямів формування інноваційної стратегії підвищення конкурентоспроможності телекомунікаційних підприємств, що посилює їх конкурентні позиції на локальних та глобальних ринках телекомунікаційних послуг.

**Виклад основного матеріалу.** 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 [5, 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" [4, с.103].

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. В Україні вважаються інноваційно-активними близько 15 % підприємств, це звичайно негативно впливає на рівень конкурентоспроможності галузей та національної економіки в цілому [3]. Рівень інноваційної активності телекомунікаційних підприємств також залишається не достатньо високим.

Аналіз статистичних даних провідних міжнародних організацій, які займаються систематизацією аналітичних показників розвитку галузі технологій та зв'язку різних країн світу та визначенням найбільш актуальних ризиків її функціонування, свідчить про існування певних проблем та тенденцій даної галузі. Відповідно даних Technology and Communications Industry Report [8] топовими ризиками інформаційно-комунікаційної галузі за останні роки є зростання конкуренції, втрата репутації бренду компанії, невідповідність інноваційним потребам клієнтів, втрата професійних кадрових ресурсів, кіберзлочини, часова нерівномірність економічних циклів, втрата інтелектуальної власності, нестабільність нормативно-правової бази, недосконалість інформаційних технологій та порушення ланцюгів постачання продуктів. Зазначені ризики було структуровано за ступенем їх впливу (від 1 до 10 місця) в цілому для галузі та окремо для двох її сфер – технологій та комунікацій (табл. 1).

Джерелом наведеної інформації є результати опитування респондентів різних країн, яким було запропоновано обрати 10 найбільш вагомих ризиків для їх власних компаній із 53 ризиків загального переліку [2].

Найбільш актуальними було виявлено ризики зростання конкуренції, втрати репутації бренду та невідповідності інноваційним потребам клієнтів. Слід зазначити, що конкуренція як невід'ємний атрибут ринкових відносин активізує розвиток інноваційного потенціалу підприємств, стимулює продуктивність їх діяльності та економічне зростання. Наряду з цим ризик зростаючої конкуренції може привести до припинення діяльності недостатньо капіталізованих та фінансово нестійких компаній, що обумовлено наявністю конкурентів з боку іноземних постачальників послуг зв'язку, стрімким розвитком технологій, зміною тарифної політики тощо. З огляду на це більшість телекомунікаційних підприємств розглядають конкуренцію як пріоритетний ризик сучасності, який в цілому займає перше місце в галузі.

Таблиця 1

**Ризики інформаційно-комунікаційної галузі**

Місце	Галузь технологій та зв'язку ( <i>Technology and Communications Industry</i> )	Сфера технологій ( <i>Technology</i> )	Сфера комунікацій ( <i>Communications</i> )
1	Ризик зростання конкуренції	Ризик невідповідності інноваційним потребам клієнтів	Ризик втрати репутації бренду компанії
2	Ризик втрати репутації бренду компанії	Ризик зростання конкуренції	Ризик нестабільності нормативно-правової бази
3	Ризик невідповідності інноваційним потребам клієнтів	Ризик втрати репутації бренду компанії	Ризик зростання конкуренції
4	Ризик втрати професійних кадрових ресурсів	Ризик часової нерівномірності економічних циклів	Ризик кіберзлочинності
5	Ризик кіберзлочинності	Ризик втрати професійних кадрових ресурсів	Ризик втрати професійних кадрових ресурсів
6	Ризик часової нерівномірності економічних циклів	Ризик втрати інтелектуальної власності	Ризик корпоративної відповідальності
7	Ризик втрати інтелектуальної власності	Ризик кіберзлочинності	Ризик злиття та поглинання компаній
8	Ризик нестабільності нормативно-правової бази	Ризик недосконалості інформаційних технологій	Ризик часової нерівномірності економічних циклів
9	Ризик недосконалості інформаційних технологій	Ризик нестабільності нормативно-правової бази	Ризик невідповідності інноваційним потребам клієнтів
10	Ризик порушення ланцюгів постачань продуктів	Ризик порушення ланцюгів постачань продуктів	Ризик банкрутства

Слід зазначити, що ризик невідповідності інноваційним потребам клієнтів є доволі актуальним для вітчизняних телекомунікаційних підприємств, які демонструють недостатній рівень інноваційної активності. Це зумовлено існуванням низки чинників, серед яких можна виділити фінансові (нестача власних фінансових ресурсів, значні витрати на освоєння інновацій, тривалість окупності нових телекомунікаційних продуктів, брак коштів у замовників) – 39%; інформаційні (дефіцит інформації щодо нового обладнання чи телекомунікаційних технологій, відсутність даних щодо існуючих тенденцій розвитку телекомунікаційних ринків, проблеми зі знаходженням зацікавлених учасників щодо партнерства у сфері інноватики) – 19%; ринкові (домінування окремих підприємств на ринку окремих телекомунікаційних послуг, низький попит на інноваційні продукти чи телекомунікаційні технології, високі економічні та фінансові ризики при освоєнні нововведень на телекомунікаційному підприємстві) – 27%; інші (немає необхідності у швидкому впровадженні інновацій, недосконалість нормативного поля у сфері підтримки

телекомунікаційних підприємств, нестача або відсутність досвідчених кваліфікованих спеціалістів для освоєння інновацій) – 15% [2].

Виявлено, що телекомунікаційні підприємства, які здійснюють фінансування освоєння інновацій у контурі 10% від обсягу прибутку, витрачають на впровадження ризик-менеджменту інновацій близько 1-2% від обсягу прибутку підприємства. Як слушно зазначає професор О.Є. Гудзь: «Інноваційна діяльність як процес набуває сенс лише тільки тоді, коли ефективність бажаного результату перевищує можливий ризик в процесі його досягнення. Ризик і інновації – дві взаємозалежні категорії, тому повністю уникнути ризику неможливо в цій діяльності» [1].

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.

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 [7, 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. 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.

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 поколінь (3G, 4G) мобільного радіозв'язку; наявна потреба у модернізації телекомунікаційних мереж фіксованого місцевого зв'язку [2].

Формування інноваційної стратегії підвищення конкурентоспроможності телекомунікаційних підприємств передбачає наступні складові: нормативно-правове забезпечення інноваційних ідей; державна підтримка та стимулювання інноваційної діяльності; 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.** Підвищення конкурентоспроможності телекомунікаційних підприємств уможливлується впровадженням інноваційної стратегії їх розвитку. Інноваційна стратегія

підвищення конкурентоспроможності телекомунікаційних підприємств включає: 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.

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.

### Список використаної літератури

1. Гудзь О.Є. Інноваційні моделі управління підприємств на основі інформаційно-комунікаційних технологій. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. 2018 . № 1 (23). С. 4-11.
2. Зеліско І. М., Сосновська О. О. Аналіз впливу глобальних ризиків сучасності на функціонування вітчизняних підприємств зв'язку. *Бізнес Інформ : науковий журнал*. Харків: Інжек. 2018. № 12. С. 232–238.
3. Інновації або смерть: як бізнесу вижити на тонучому кораблі «Україна». URL: <http://www.epravda.com.ua/publications/2017/08/16/628080/>
4. Маршалл А. Принципы экономической науки . Москва: Прогресс. 1993. Т. 1. 415 с.
5. Портер М. Международная конкуренция: конкурентные преимущества стран; пер. с англ. Москва: Международные отношения. 2008. 896 с.
6. Шумпетер Й. А. Теория экономического развития. / Пер. с англ. Москва: Прогресс. 1982. 354 с.
7. Paramasivan C. Financial Management. New Delhi : DELHI. 2009. 264 p.
8. Technology and Communications Industry Report URL: <http://www.aon.com>.

### REFERENCES

1. 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.
2. Zelisko, I., Sosnovska, O. (2018). Analiz vplyvu globalnyh ryzykiv suchasnosti na funktsionuvannya vitchyznyanyh pidpriemstv zvyazku.[Analysis of the impact of modern global risks on the functioning of domestic telecommunications companies]. *Biznes Inform*, (12), 232–238.
3. Innovatsii abo smert: yak biznesu vyzhyty na tonuchomu korabli «Ukraina». [Innovation or death: how to survive on the sinking ship «Ukraine»]. Retrieved from <http://www.epravda.com.ua/publications/2017/08/16/628080/>.
4. Marshall, A. (1993). Principy ehkonomicheskoy nauki. [Principles of Economic Science]. Moscow: Progress.
5. Porter, M. (2008). Mezhdunarodnaya konkurenciya: konkurentnye preimushchestva stran [International competition: competitive advantages of countries]. (Trans. from the English). Moscow: Mezhdunarodnye otnosheniya.
6. Shumpeter, Y. (1982). Teoriya ekonomicheskogo razvitiya [The theory of economic development ]. (Trans. from the English). Moscow: Progress .
7. Paramasivan, C. Financial Management. New Delhi: DELHI. 2009.
8. Technology and Communications Industry Report [Technology and Communications Industry Report]. Retrieved from: <http://www.aon.com>.

**XU SONGJIE. ИННОВАЦИОННАЯ СТРАТЕГИЯ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ.** В статье была уточнена экономическая сущность инноваций и конкурентоспособности. Выявлены существующие риски инновационной деятельности телекоммуникационных предприятий и их конкурентоспособности. Обоснованы приоритетные направления формирования инновационной стратегии повышения конкурентоспособности телекоммуникационных предприятий.

**Ключевые слова:** телекоммуникационные предприятия, инновации, инновационная деятельность, конкурентоспособность, риск, конкурентные преимущества.

**HU SONGJIE. INNOVATIVE STRATEGY 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, risk, competitive advantages.