

Н.В. АПАТОВА, д.п.н., д.э.н., профессор

Таврический национальный университет им. В.И.Вернадского

ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ КАК ОСНОВА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

В настоящий период мирового финансового кризиса уменьшается покупательская способность населения, происходит спад производства. В данных условиях особенно возрастает роль инновационных товаров, экономящих энергоресурсы и выполняющих несколько потребительских функций. Такие товары обладают наибольшей конкурентоспособностью на рынке и могут производиться малыми и средними предприятиями. В связи с этим необходимо развивать производство инновационных товаров на региональном уровне, поскольку каждый регион имеет особенности производства и потребления и не требует дополнительного регулирования со стороны государства. Проблема регионального инновационного развития является актуальной практически для всех регионов Украины, она требует анализа конкретной сложившейся ситуации, выработки стратегии инновационного устойчивого развития, оценки необходимых для достижения поставленной цели ресурсов.

Целью данной работы является оценка факторов конкурентоспособности, связанных с реализацией инновационного развития региона и повышения его конкурентоспособности.

Конкурентоспособность региона находится в прямой зависимости от конкурентоспособности национальной экономики, которая, как пишет З.С.Варналий, в современных условиях должна базироваться на принципах «7И»: 1) информатизация; 2) интеллектуализация; 3) инновации; 4) институты; 5) инфраструктура; 6) инвестиции; 7) интеграция [1].

К негативным факторам, сдерживающим инновационное развитие Украины, относятся: низкий технологический уровень производства, сдерживающий инновации; преобладание в экспорте продукции с незначительной степенью переработки; несовершенство законодательства и государственной инновационной политики; недофинансирование науки и образования, отсутствия между ними необходимого взаимодействия; неразвитость инновационной инфраструктуры или полное ее отсутствие в ряде регионов; незаинтересованность органов государственной власти в развитии малого и среднего инновационного бизнеса.

Основной рейтинг конкурентоспособности национальных экономик, который ежегод-

но представляется Всемирным экономическим форумом, дает оценку среднесрочных перспектив экономического роста (на 5 – 8 лет), в котором, начиная с 2006г., учитываются 90 факторов (индекс глобальной конкурентоспособности – the Global Competitiveness Index). Достигнув в 2004г. 86 место среди 104 стран – последнее место среди стран Европы (по предыдущему индексу роста конкурентоспособности), Украина начала улучшать свои позиции: в 2005г. – 84 место (из 117 стран), в 2006 г. – 78 (из 125 стран) и в 2007г. – 73 место из 131 страны.

По индексу экономической свободы Украина, по одним оценкам (The CATO Institute, The Fraser Institute) занимает 112 место (в 2004 г. – среди 130 стран и в 2005 г. – среди 141 страны), а по другим (“The Heritage Foundation”, “The Wall Street Journal”) – 114 место среди 152 стран в 2004 г., 101 – в 2005г., 110 – в 2006г., 135 – в 2007г. и 133 – в 2008г. По уровню развития человеческого потенциала – 70 место в 2002г., 78 – в 2003г., 77 и 76 соответственно в двух последующих годах среди 177 стран. По индексу качества жизни – 56 место в 2006г., 64 – в 2007г. и 62 – в 2008г. среди 192 стран.

В последние годы Департаментом ООН по экономическому и социальному развитию рассчитывается экспериментальный индекс общества, основанного на знаниях (индекс К-общества – Index of Knowledge Societies), который определяется тремя основными индикаторами – интеллектуальными активами общества, перспективностью развития общества, качеством его развития. В указанных индикаторах учитываются 15 наборов данных, включающих: уровень охвата молодежи образованием и информацией; количество магистральных телефонных линий на 1 тыс. человек; количество пользователей Интернет на 1 тыс. человек; инвестиционный климат в стране; равномерность в распределении материальных и социальных благ; уровень детской смертности; процент природных заповедников от общей площади земель и другие. В 2005г. Украина занимала 43 место из 48 возможных, опередив только Бразилию, Колумбию, Еги-

© Н.В. Апатова, 2009

пет, Тринидад и Тобаго, Мадагаскар. В международных экологических рейтингах Украина занимала 110 место из 122 стран в 2001г., 137 из 142 стран в 2002г., 108 из 146 стран – в 2005г. (по индексу экологической устойчивости) и, соответственно 51 место среди 133 стран и 75 среди 149 стран в 2006г. и 2008г. (по новому индексу экологических достижений). В 2006 – 2007г. Киев включен в список самых грязных городов мира (167 место из 215) по оценкам компании «Mercer Human Resource Consulting» [2].

Анализируя конкурентоспособность экономики Украины, В.Попова пишет: «Для объяснения постоянного роста разрыва по уровням развития между развитыми и развивающимися странами в Ежегодном докладе Организации промышленного развития ООН за 2002г. используются понятия «верхний путь» и «нижний путь» обеспечения конкурентоспособности национальной экономики (“high road to competitiveness”, “low road to competitiveness”). Понятие «верхний путь» означает экономический рост за счет освоения новых знаний и технологий, развития собственных НИОКР и инновационного производства; это путь присущ экономике, основанной на новых знаниях. Понятие «нижний путь» означает выход на международные рынки за счет экспорта сырья и полуфабрикатов, привлечения иностранных инвесторов ценой предоставления в их неоспоримое распоряжение национального ресурсного потенциала и дешевой рабочей силы» [3, с.6]. В Украине идут «нижним путем», разрыв в доходах самых богатых и самых бедных составляет 30 раз, по данным Счетной палаты Украины, почти 27% населения живут ниже черты бедности и почти 70% – на уровне бедности [4].

Для повышения конкурентоспособности национальной экономики предлагают различные механизмы, среди которых следует отметить: 1) сокращение доли промышленной продукции в ВВП до 30-32%, а долю сельскохозяйственной продукции – до 5-8%; 2) увеличение доли финансовой деятельности, образования и здравоохранения, суммарно до 30-35%; 3) осуществление стратегия модернизации, используя возможности национальной науки; 4) разработать инновационную стратегию с многоуровневой реализацией от государства до малого предприятия. Это позволит перейти к «верхнему пути» наращивания конкурентоспособности, что, в свою очередь, приведет к повышению уровня образования и квалифика-

ции, обеспечит отечественный рынок промышленными товарами собственного производства, сократит относительную долю некачественного физического труда, увеличит население городов и улучшит условия жизни сельских жителей, а также будет способствовать распространению информационных технологий и росту гуманитарного и научного потенциалов

Оценка конкурентоспособности регионов, как одной из ключевых характеристик его комплексного развития, представляет несомненный интерес для региональных властей, которые призваны постоянно и активно действовать в направлении обеспечения, поддержания и наращивания конкурентных преимуществ территории. Она позволяет выяснить возможности того, как максимально использовать сильные стороны региона, а слабые нейтрализовать или превратить в преимущества.

В настоящее время появился новый тип конкуренции – инновационная конкуренция, преобладающий в случаях монопольного производства, но отличающийся от традиционной монополии тем, что в основе конкурентной борьбы находится интеллектуальный капитал. Существует специфика инновационной конкуренции и для экономического агента, которую отмечает Г.В.Гейер. Экономический агент, во-первых, создает новый сегмент рынка; во-вторых, получает возможность определять цены и условия торговли; в-третьих, оказывается в положении, когда в некотором временном промежутке конкуренты не могут возникнуть в принципе и появляются лишь по мере диффузии новых знаний и инновации [4].

В условиях инновационной конкуренции меняется роль потребителя, производителю необходимо постоянно учитывать его возрастающие потребности, отражать это в новизне, уникальности, оригинальности товара, что, в свою очередь, увеличивает риски и неопределенности.

Г.В.Гейер отмечает следующие новые факторы инновационной конкурентоспособности, относя к экзогенным переменным такие как научно-технический прогресс, мировой «банк знаний», рынок технологий, а к эндогенным – инновационную активность предприятий, восприимчивость и мотивацию для использования инноваций, маркетинг, эффективность производства и обеспеченность ресурсами.

В современной экономике «конкуренция как способ сосуществования субъектов хозяй-

ствования в условиях стремительных изменений рыночной среды» [169, с. 6] изменяет свою природу, что проявляется в следующем: 1) трансформации роли потребителей, когда потребитель сам формирует для себя ценность товара или услуги и тем самым влияет на товарную политику предприятий; 2) глобализации, дезагрегировании и фрагментировании рынков, что выражается в индивидуализации производства и превращении всех предприятий в глобальные, так или иначе функционирующие в компьютерной сети Интернет; 3) расширении горизонтов и многовекторности конкуренции, распространяющуюся также на такие ресурсы, как финансы и время потребителя; 4) распространении процесса конвергенции, создании нетрадиционных конкурентных групп, цепей «потребитель – посредник – производитель – поставщик ресурсов»; 5) росте спроса на инновации и активизации их повторного использования.

Появление массово-индивидуализированного производства, позволяющего на существующих мощностях предприятий выпускать товары по индивидуальным заказам (аналогично – оказывать услуги), чему также способствует автоматизация производства, способствует формированию «креативной сети созидательной ценности» [6, с. 9], что изменяет качества потребителя. Во-первых, он ощущает свою причастность к производству, меняется его мировоззрение, отношение к процессу производства. Во-вторых, потребитель является созидателем ценности и добавочной стоимости. В-третьих, потребитель может стать источником инноваций.

В деятельности предприятия, внедряющего нововведения и производящего инновационную продукцию, одним из факторов повышения конкурентоспособности становится также инновационный маркетинг. Интегрируясь с логистикой, он дает возможность гибко реагировать на потребности рынка и принимать адекватные решения. Основная цель инновационного маркетинга заключается в разработке стратегии продвижения нововведения на рынок.

В заключение можно сделать следующие выводы. Особенности функционирования экономических субъектов в регионе и совокупность форм социально-экономических отно-

шений определяют следующие условия: социально-экономические, организационно-экономические, организационно-правовые, организационно-технические и организационно-технологические. Социально-экономические условия определяют сложившуюся совокупность общественных отношений; организационно-экономические – наличие институтов, в том числе, финансовых, через которые реализуется деятельность предприятий; организационно-правовые условия определяют наличие или отсутствие нормативной базы, регулирующей деятельность региона в целом и отдельных его элементов; организационно-технические являются определяющими при инновационном развитии, они отражают уровень развития техники и технологий; организационно-технологические отражают структуру принятия и реализации управленческих решений.

Литература

1. Варналії З.С. Інноваційна складова конкурентоспроможності української економіки // Теоретичні та прикладні питання економіки: Зб. наук. пр. – К.: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет». – 2008. – Вип. 15. – С. 32-36.
2. Данилишин Б., Веклич О. Украина в международных рейтингах устойчивого развития. // Экономика Украины. – 2008. – № 7. – С. 13 - 23.
3. Попова В. Конкурентоспособность экономики Украины: источники формирования и социальные последствия // Экономика Украины. – 2008. – № 8. – С. 4-13.
4. Иванов Ю. О показателях экономического благосостояния. // Вопросы экономики. – 2003. – № 2. – С. 101.
5. Гейер Г.В. Совершенствование институционального обеспечения инновационной деятельности предприятий в Украине // Вісник Донецького університету. Сер. В. Економіка і право. – Донецьк. – 2005. – № 2. – С. 74-81.
6. Тарнавская Н. Новейшие направления конкуренции в обществе, основанном на знаниях // Экономика Украины. – 2008. – № 2. – С. 4 – 16

Статья поступила в редакцию 10.04.2009