

УДК 330.341.1-029:62

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ЧИННИК ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Соболева Г.Г.

Харківський національний університет міського господарства
імені О.М. Бекетова

Досліджено теоретичні питання підвищення конкурентоспроможності підприємства. Конкурентоспроможність підприємства залежить від багатьох факторів, комплексне поєднання яких і визначає подальший розвиток підприємства та його продукції на ринку. Підприємства України потребують сучасного теоретичного, методологічного та методичного забезпечення управління процесом формування власних конкурентних позицій, рекомендацій щодо процесів формування попиту на продукцію підприємств, та контролю її якості. Також підприємства потребують впровадження інноваційних технологій у процес виробництва власної продукції на всіх етапах. Аналіз формування власних конкурентних позицій підприємства використовує весь комплекс доступної інформації, носить оперативний характер і цілком підпорядкований волі керівництва підприємства.

Ключові слова: інновація, конкурентоспроможність, технології, ефективність, підприємство, якість.

Постановка проблеми. Найважливіші проблеми, які спіткають українські підприємства пов'язані зі складністю та динамічністю розвитку національного ринку в умовах глобалізації світової економіки, вибір потужної стратегії для формування конкурентних переваг та закріплення наявних конкурентних позицій, втілення у життя прогресивних сучасних технологій через світову економічну кризу. Без здійснення інноваційної діяльності підприємство не стане вносити корективи у свою продукцію, технологію, методи і стиль управління. Тобто перестане розвиватись відповідно до зовнішнього середовища, яке змінюється, а отже більше не буде ефективним щодо споживачів і втратить свою ринкову позицію.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Сучасний стан економіки країни підтверджує, що найбільш прийнятною стратегією її подальшого розвитку є інноваційний напрям. Дослідженню шляхів його реалізації присвячені праці А. Гальчинського, В. Гейця, А. Кінаха, В. Семиноженка, В. Александрової, М. Данька, О. Лапко, О. Олійника, С. Онишка, Т. Щедріної, Ю. Корецького, В. Марцина, В. Павлова та інших авторів. Значення інновацій для підприємства О. Алейнікова характеризує як життєву необхідність для роз-

витку підприємства, забезпечення його конкурентоспроможності в довгостроковій перспективі. Проблеми забезпечення конкурентоспроможності підприємств та ефективності інвестиційних проектів досліджувала О.О. Лапко. Утім, не знайшли відображення у наукових працях питання інноваційно-технологічного розвитку. Проблема розвитку кластерної концепції останнім часом широко висвітлюється як іноземними, так і вітчизняними науковцями та практиками. Проте, методологічні питання щодо розбудови технологічних кластерів як точок зростання економіки регіонів на інноваційній основі, мало опрацьовані.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. В складних сучасних ринкових умовах підприємствам дуже важко знайти оптимальний шлях та розробити комплекс заходів для підвищення конкурентоспроможності власного підприємства за рахунок розробки та втілення у життя ідей пов'язаних із вдосконаленням продукції та наданням споживачу можливості придбання якісної та сучасної продукції по доступним цінам, а також виробництва та продажу новітніх матеріалів які матимуть перспективу у майбутньому, і збільшать прибутки підприємства шляхом інвестування у власне виробництво.

Мета статті. Головною метою цієї роботи розглянути нові підходи до управління конкурентоспроможністю продукції і формування стратегії підприємства з урахуванням стрімкого розвитку науки та техніки.

Виклад основного матеріалу. Основною ознакою сучасного розподілу сил у світі є суттєвий відрив країн-лідерів. Для країн, що належать до інноваційних лідерів, характерна висока концентрація найбільш рентабельних видів бізнесу (продукт з найбільшим вмістом доданої вартості), переважно високотехнологічна структура національного виробництва, винесення за межі країни промислово-технологічного циклу еколого- та ресурсоемних виробництв, зосередження найбільших фінансових потоків [1, с. 115].

Таким чином, конкурентоспроможність, економічне зростання та інноваційна діяльність тісно пов'язані між собою.

Інновація – це створення нового, яке забезпечує підвищення якості продукції (послуг), за потребами ринку [2, с. 24]. Інновація – це кінцевий результат розумової діяльності людини, її фантазії, відкриттів, винаходів та раціоналізації [3, с. 42]. Прикладом інновації є дифузія на ринок удосконаленої продукції. Інноваційна діяльність направлена на створення та комерціалізацію інновацій з метою підвищення якості продукції, поліпшення технології та організації виробництва.

Інноваційна діяльність включає в себе:

- аналіз проблем підприємства;
- здійснення інноваційного процесу;
- забезпечення інноваційної діяльності [2, с. 113].

Управляти конкурентоспроможністю означає – дотримуватися оптимального співвідношення вказаних елементів, направляти основні сили на вирішення таких завдань: підвищення якості продукції, економічності і рівня обслуговування.

Основою успішної інноваційної діяльності являється підпорядкування інтересів фірми цілям проектування, виробництва і реалізації конкурентоспроможної продукції. Перш за все підприємство орієнтується на довготривалий в часі успіх та на споживача. Керівництво підприємства вносить на розгляд питання стосовно прибутковості з позицій якості продукції, конкурентоспроможності.

Головною передумовою інноваційної діяльності є моральне старіння продукції, яка випускається та технологій. Тому кожні три роки на підприємстві треба здійснювати атестацію виробів, технологій, та устаткування робочих місць, аналізувати ринок.

Головною метою інноваційного підрозділу підприємства є: генерування різноманітних ідей для досягнення поставленої інноваційної цілі. На основі таких ідей приймаються технічні рішення.

Практика доказує: нічого так не змушує керівника сконцентруватися на інноваційній ідеї, як пізнання того, що продукт, який підприємство виробляє за короткий час стане застарілим.

Інновація – це робота, яка потребує таланту, знань та винахідливості.

Прибуток від реалізації інноваційного проекту помітно відрізняється від того, який підприємство отримує від реалізації продукції. Тривалі новаторські починання можуть певний час не давати прибутку. Потім інновації повинні швидко про-

гресувати та повернути вкладені в них кошти, по меншій мірі в 5-10 кратному розмірі, інакше їх можна вважати недоцільними. Нововведення розпочинаються з малого, але результати повинні бути масштабними.

Ставка на інновації в сучасних економічних умовах є найбільш перспективним підходом, адже, перемогу в конкурентній боротьбі отримують саме ті учасники ринку, які займають активну позицію у використанні інновацій. Саме інновації визначають конкурентні переваги в ринковій боротьбі, реалізація яких дозволяє активно брати участь у формуванні світової економічної системи завдяки досягненню інноваційної конкурентоспроможності на національному рівні. Вони є також істотними для побудови та результативності бізнес-моделей.

Враховуючи вплив і способи створення конкурентної переваги, важливим є виділення двох головних видів інновацій:

1. Зростаючі інновації (incremental innovation). Це інновації з характером удосконалення продуктів і технологій. Вводяться найчастіше систематично, уможлижуючи поступове зростання чи також підтримування конкурентоспроможності. Їх можна трактувати як чинник, який послідовно, лінійно впливає на зростання конкурентоспроможності.

2. Радикальні інновації. Цей вид інновацій створює не тільки нові технології та продукти, але також нові концепції бізнесу. Їхній стрибкоподібний, загалом революційний характер викликає те, що вони забезпечують часто порівняно тривалу конкурентну перевагу, створюючи нові умови конкуренції. Як приростові, так і радикальні інновації впливають на три важливі сфери, які є вирішальними для конкурентоспроможності (табл. 1.):

1. Економіка і сектори, що її утворюють.
2. Підприємства і реалізовані ними бізнес-діяльності.
3. Продукти і процеси.

Таблиця 1

Сфери впливу інновацій

Види інновацій	Сфери впливу інновацій		
	Економіка та її сектори	Підприємства, бізнес діяльність	Продукти і процеси
Зростаючі	Стосунки між підприємствами (B2B) Інтеграція ланцюга поставок	Процеси удосконалення організації, (реінженіринг, TQM)	Модифіковані процеси і продукти
Радикальні	Нові, інноваційні структури секторів та економіки	Створення нових бізнес-концепцій	Зміна конфігурації процесів Нові продукти

Джерело: [3]

У першій сфері вплив зростаючих інновацій проявляється переважно у побудові бізнес-сунків типу B2B, а також змінах й удосконаленні ланцюга поставок. Своєю чергою, радикальні інновації створюють нові сектори економіки. Створюють їх як так звані підприємства нової економіки, так і інших секторів, що застосовують, наприклад, біотехнології чи нанотехнології. Ви-

никнення нових секторів приводить до структурних змін усієї економіки, посилюючи в ній роль і частку підприємств, які спираються на знання. У сфері підприємств і їхньої бізнес-діяльності зростаюча інноваційність пов'язується з удосконаленнями організації, такими, як, наприклад, реінжиніринг або TQM. Радикальні інновації, в свою чергу, створюють нові бізнес-концепції, які значно більше, ніж, наприклад, нові технології, змінюють систему конкуренції, часто тим самим руйнуючи стан речей. Вплив зростаючих інновацій у сфері продуктів і процесів виражається в їхньому покращанні і модифікації. Радикальні інновації викликають зміни конфігурації процесів, створюють нові продукти та процеси.

Ефективне здійснення інновацій дозволяє створити визначальні стратегічні переваги в найбільш конкурентних галузях. Підприємства – лідери досягають конкурентних переваг завдяки інноваціям – шляхом використання як нових технологій, так і методів роботи, але після досягнення переваг утримання їх стає можливим тільки шляхом постійних вдосконалень, тобто безперервних інновацій. Таким чином, на сучасному етапі світового економічного розвитку головною ознакою конкурентоспроможності стає її інноваційність, тобто здатність системи до безперервного розвитку, оновлення та змін діяльності на основі засвоєння нововведень. Інноваційність також означає використання наявного науково-технічного, інформаційного та інтелектуального потенціалу з метою подальшого розвитку, підвищення результатів діяльності та якості життя.

Інноваційність спирається на процес удосконалення, відкриття нового, тобто на ефективне засвоєння та впровадження нововведень, спрямованих на оновлення технологій, техніки, організації виробництва та розроблення нової продукції, так і на проведення соціальних інновацій, спрямованих на ефективну зміну поведінки персоналу з метою отримання запланованих результатів. Саме поєднання всіх складових дозволяє системі не тільки вижити в умовах заострення конкуренції, але й досягти необхідного рівня конкурентоспроможності. Цікавим є погляд на інновації як важливий елемент формування стратегій, а також бізнес-моделей, які кореспондують з ними. Особливо важливою науково-дослідною

проблемою праці є структури та принципи побудови сучасних бізнес-моделей, в яких особливу роль відіграють різні форми інновацій. Науковці пропонують наступний склад елементів інноваційної бізнес-моделі:

Чотири найважливіші його елементи, тобто базова стратегія, стратегічні запаси, зв'язок і стосунки з клієнтами, цінності мережі взаємопов'язані, створюючи характерні три «мости», що наведені нижче:

1. Базова стратегія ⇒ конфігурація дій ⇒ стратегічні засоби

2. Базова стратегія ⇒ користі для клієнта ⇒ зв'язок і стосунки з клієнтами

3. Стратегічні засоби ⇒ границі діяльності підприємства ⇒ цінність мережі.

Підставою побудови моделі, а, отже, і її елементів, а також поєднувальних «мостів», є потенціал прибутку. Виділяють чотири чинники, які детермінують потенціал:

- ефективність;
- унікальність;
- внутрішню зумовленість;
- задуми і здатність до створення прибутку.

Найважливішими перевагами описаної моделі є трактування її елементів однаковою мірою як джерел інновації, так і сфер їхньої аплікації, а також ідентифікація істотних з погляду впровадження інновацій зв'язків між окремими елементами моделі. В її структурі сильно експонуються стосунки з ринком, переважно з клієнтами, але також з коаліціонерами, постачальниками і партнерами. Для результативності моделі великою мірою вирішальними є внутрішні зв'язки (мости) між складовими моделі, як і зовнішні стосунки. Оригінальним можна визнати підхід, який трактує здатність до формування багатства (цінності) як найвищу мету інноваційної концепції бізнесу, становить критерій його оцінки.

Економічний стан багатьох українських підприємств є незадовільним, що зумовлено їхньою низькою конкурентоспроможністю – не здатні конкурувати на зовнішніх світових ринках збуту та витісняються вже й із внутрішнього ринку. Це насамперед є наслідком того, що в інноваційній сфері вітчизняні підприємства знаходяться в невигідній ситуації в порівнянні з підприємствами економічно розвинених країн. В Україні питанням впровадження інновацій, створенню сприятливого підприємницького середовища, вдосконаленню податкової та фінансово-кредитної систем не приділяють достатньої уваги, не забезпечують сприятливий інвестиційний клімат. Наслідком такої зневаги є низький науково-технічний рівень продукції, низька якість та великі виробничі витрати.

Висновки і пропозиції. Без інноваційного чинника забезпечення конкурентоспроможності стає неможливим. Значну роль в забезпеченні та підвищенні конкурентоспроможності



Рис. 1. Елементи інноваційної бізнес-моделі

Джерело: [4]

підприємств відіграє інноваційна продукція яка є результатом виконання інноваційних проєктів в умовах спецрежиму інноваційної діяльності підприємств. З метою відновлення діяльності існуючої інноваційних структур, поновлення інноваційного розвитку підприємств необхідно вжити кардинальні заходи щодо вдосконалення норма-

тивно-законодавчого регулювання їх діяльності, удосконалити систему фінансування інноваційних розробок при створенні дослідно-промислових зразків нової техніки, запровадити нові форми кредитування інноваційних розробок з залученням механізмів приватно-публічного партнерства при їх впровадженні на підприємствах.

Список літератури:

1. Болюх М. А. Экономический анализ / Болюх М. А., Бурчевская В. З. – М.: Инфра-М, 2008. – 222 с.
2. Баранчев В. П. Управление инновациями / В. П. Баранчев, Н. П. Масленникова, В. М. Мишин. – М.: Высшее образование, Юрайт-Издат, 2009. – 208 с.
3. Волчков О. Н. Інноваційна активність фірми на основі застосування механізму оновлення основних фондів – стратегічний ресурс збереження конкурентоспроможності та економічного росту // Справочник. Інженерний журнал. – 2007. – № 4. – С. 41-46.
4. Шкарлет С. М. Інноваційний розвиток підприємства / Шкарлет С. М., Ільчук В. П. // навчальний посібник – Чернівці: Черніг. нац. технол. ун-т, 2015. – 308 с.

Соболева А.Г.

Харьковский национальный университет городского хозяйства имени А.М. Бекетова

ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Аннотация

Исследованы теоретические вопросы повышения конкурентоспособности предприятия. Конкурентоспособность предприятия зависит от многих факторов, комплексное сочетание которых и определяет дальнейшее развитие предприятия и его продукции на рынке. Предприятия Украины требуют современного теоретического, методологического и методического обеспечения управления процессом формирования собственных конкурентных позиций, рекомендаций относительно процессов формирования спроса на продукцию предприятий, и контроля ее качества. Также предприятия нуждаются во внедрении инновационных технологий в процесс производства собственной продукции на всех этапах. Анализ формирования собственных конкурентных позиций предприятия использует весь комплекс доступной информации, носит оперативный характер и полностью подчинен воле руководства предприятия.

Ключевые слова: инновация, конкурентоспособность, технологии, эффективность, предприятие, качество.

Soboleva H.G.

Kharkiv National University of Urban Economics named after O.N. Beketov

INNOVATIVE TECHNOLOGIES AS A FACTOR OF INCREASING COMPETITIVENESS OF THE ENTERPRISE

Summary

Theoretical issues of increasing the competitiveness of the enterprise are investigated. The competitiveness of the company depends on many factors, the complex combination of which determines the further development of the enterprise and its products on the market. Ukrainian enterprises need modern theoretical, methodological and methodological support for managing the process of forming their own competitive positions, recommendations for the processes of forming demand for products of enterprises, and controlling their quality. Also, enterprises need to introduce innovative technologies in the process of producing their own products at all stages. Analysis of the formation of its own competitive position of the company uses the entire complex of available information, is operational and fully subordinated to the leadership of the enterprise.

Keywords: innovation, competitiveness, technology, efficiency, enterprise, quality.