

**ОЦІНКА ВПЛИВУ ІННОВАЦІЙ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА**

*У статті розглянуті проблеми оцінки впливу інновацій на конкурентоспроможність підприємства, а також наведені моделі управління інноваційною політикою, з метою досягнення вищих результатів господарювання. Ключові слова: інновації, конкурентоспроможність, підприємство.*

*В статье рассмотрены проблемы оценки влияния инноваций на конкурентоспособность предприятия, а также представлены модели управления инновационной политикой, с целью достижения высших результатов хозяйствования. Ключевые слова: инновации, конкурентоспособность, предприятие.*

*In this article it's considered problems of the estimation the influence of innovations on the competitiveness of an enterprise and also resulted a case of an innovative policy, with the purpose of achievement the higher results of menage. Keywords: innovations, competitiveness, enterprise.*

**Постановка проблеми.** Економічні проблеми управління інноваційною діяльністю виробничих підприємств є дуже актуальною проблемою в наш час. Постійний розвиток в науково-технічному секторі дає можливість впроваджувати все більш і більш модернізовані прилади та устаткування на виробничі підприємства, які б дали змогу зробити виробничий цикл більш економічним, щодо використання ресурсів та робочої сили, швидшим та екологічним. Саме тоді постає питання, щодо модернізації виробництва та впровадження нових технологій, задля підвищення конкурентоспроможності підприємства.

**Зв'язок проблеми із важливими науковими чи практичними завданнями.** Одним із головних елементів підвищення конкурентоспроможності підприємств виступає впровадження інноваційних технологій. Саме від масштабності введення сучасних підходів до організації буде залежати його подальший стабільний розвиток. Для вирішення цих завдань підприємствам потрібно постійно оновлювати свою технологічну базу, постійно залучати інвесторів. Враховуючи зміни, що відбуваються в економіці, особливо, за умов фінансової кризи при 50% використанні виробничих потужностей, методика аналізу конкурентоспроможності потребує постійного коригування та вдосконалення.

**Аналіз основних досліджень і публікацій.** На даний час, питання визначення конкурентоспроможності знаходиться в центрі уваги наукових і практичних працівників, йому присвячена значна кількість наукових досліджень і робіт вітчизняних та закордонних вчених, таких як Портер М., Осипов В.М., Продіус Ю.І., Стрелець О.А. та ін. Теоретична модель історичного розвитку конкурентоспроможності бізнес-одиниці була

запропонована Р. Пейсом та Е. Стефаном. Але певні питання дослідження цього поняття ще залишаються відкритими.

**Невирішена раніше частина загальної проблеми.** Серед невирішених проблем, у першу чергу, слід відзначити існуючу невизначеність щодо понятійного апарату, що використовується, й особисто відсутність у вітчизняних і зарубіжних вчених єдиної думки щодо сутності поняття конкурентоспроможність". У роботах багатьох економістів зустрічаються різні трактування щодо визначення цього поняття. Більшість з тих, хто займається проблемами конкурентоспроможності відзначає, що на даний час єдиних підходів про смислове навантаження поняття конкурентоспроможність" ще не існує, це поняття залишається складним, багатоаспектним, таким, що не має універсального формування.

За класичним визначенням М. Портера, « конкурентоспроможність – це визначене сукупністю факторів положення товаровиробника на внутрішніх і зовнішніх ринках, віддзеркалене через сукупність показників» [1, с.231].

Г. Куликов у своїй роботі дає наступне визначення: конкурентоспроможність – це ступінь можливості національних галузей економіки за вільного і справедливого ринку виготовляти товари і послуги, що відповідають вимогам як внутрішнього, так і зовнішніх ринків при одночасному зростанні реальних прибутків найманої праці [2, с.12].

Б. Губський вважає, що у більшості досліджень на усіх рівнях аналізу конкурентоспроможності виділяють цінову та структурну (загальну) конкурентоспроможність. За першим підходом конкуренція здійснюється за рахунок цін, за другим – конкурують умови виробництва . І. Акімова на основі численних зарубіжних підходів виокремлює два аспекти розуміння суті конкурентоспроможності [4, с.67]:

а) перший розглядає конкурентоспроможність з точки зору продуктивності;

б) другий концентрує увагу на взаємозв'язку конкурентоспроможності з результатами діяльності одиниці бізнесу.

**Мета статті і виклад основного матеріалу.** Проблемами впровадження інновацій на сучасних підприємствах займалися такі вчені: Х. Беррі , вважає, що перспективні ідеї не завжди є породженням розумів начальників, більшість з них надходять знизу. Під конкурентоспроможністю підприємства розуміють здатність підприємства адаптуватися до змін зовнішнього середовища і забезпечувати при цьому певний рівень конкурентних переваг. Показник рівня конкурентоспроможності підприємства – узагальнюючий показник життєздатності підприємства, його вміння ефективно використовувати свій виробничий, науково-технічний, трудовий, фінансовий потенціал. Цей показник відображає результати роботи всіх підрозділів, тобто стан внутрішнього середовища, а також здатність його реагування на зміну зовнішнього. При цьому особливо важливою є здатність підприємства оперативно й адекватно реагувати на зміну у поведінці

споживачів, їхніх смаків і переваг, тобто його здатність пропонувати ринку конкурентоспроможну продукцію.

Основні фактори, які найбільшим чином впливають на конкурентоспроможність підприємства. До цих факторів, які є певним чином інтегральними відносяться:

- конкурентоспроможність основної продукції підприємства за рахунок введення інновацій ;
- фінансовий стан та стабільність виробничо-господарської діяльності підприємства;
- обсяги виробництва та наявність відповідної ресурсної бази підприємства.
- позиціонування на перших місцях по якості продукції

Між рівнем конкурентоспроможності продукції та конкурентоспроможністю його виробника існує тісний взаємозв'язок. Конкурентоспроможність продукції є, з одного боку, необхідною умовою стійких конкурентних позицій, а з іншого – наслідком високого рівня конкурентоспроможності самого підприємства.

Критерієм оцінки конкурентоспроможності продукції виступає ціна її придбання, натомість при оцінці конкурентоспроможності підприємства важливим є рівень витрат ресурсів або величина собівартості продукції. Якість показує міру переваги одного виробу над іншими за умов реальної експлуатації або використання товару споживачем. Цей показник характеризує ступінь ринкової відповідності продукту потребам споживача за техніко-експлуатаційними та економічними параметрами. Вона є найважливішою передумовою успіху підприємства на ринку.

Одним із головних елементів підвищення конкурентоспроможності підприємств виступає впровадження інноваційних технологій. Саме від масштабності введення сучасних підходів до організації буде залежати його подальший стабільний розвиток. Для вирішення цих завдань підприємствам потрібно постійно оновлювати свою технологічну базу, постійно залучати інвесторів. Враховуючи зміни, що відбуваються в економіці, особливо, за умов фінансової кризи при 50% використанні виробничих потужностей, методика аналізу конкурентоспроможності потребує постійного коригування та вдосконалення.

Сучасна економіка – це, співтовариство незалежних і прагнучих до економічної самостійності людей, які готові власними зусиллями будувати своє матеріальне забезпечення. З бажання стати такими людьми починається перехід до цивілізованої, ефективної ринкової економіки. Саме такий економічна революція в суспільній свідомості сьогодні понад усе необхідно. Амортизація – це, плановий процес накопичення грошових коштів для відшкодування вибулих основних фондів, на протязі декількох років.

Процес впровадження інновацій охоплює майже всі сторони діяльності підприємства. Сам пошук ефективних організаційних форм управління інноваціями ґрунтується на умілому поєднанні науково-

інноваційних і ринкових чинників. Впровадження цих пошуків у виробництво і є інноваційна діяльність.

Отже інноваційна діяльність – це практичне використання інноваційно-наукового і інтелектуального потенціалу в масовому виробництві з метою здобуття нового продукту, що задовольняє споживчого попиту в конкурентоздатних товарах і послугах.

Важливою характеристикою конкурентоспроможної діяльності є інноваційна активність – цілеспрямована підтримка високої сприйнятливості персоналу підприємства до нововведень за допомогою цілеспрямованих структур і методів управління.

Сама інноваційна діяльність характеризується прискоренням темпів створення новин, їх дифузії, що сприяє поглибленню і розширенню структурних зрушень в економіці, збільшенню розмірів ринку і задоволенню існуючих і виникаючих потреб.

Перебудова економіки на ринкових принципах в нашій країні вимагає:

- забезпечення світового класу якості вироблюваних товарів,
- своєчасного оновлення продукції підприємствами і максимальною зацікавленості впровадження нововведень;
- високій рівень інноваційної активності на базі власного потенціалу.

В той же час світова практика показує, що державна підтримка інноваційної діючої-тільності об'єктивно необхідна. В даний час ефективність інноваційної діяльності підприємства визначається, перш за все, наявністю підлагодженої системи інвестування, кредитування, оподаткування, що функціонують стосовно до інноваційної сфери наукових розробок.

Інновації – це новини, доведені до стадії комерційного використання і пропозиції на ринку у вигляді нового продукту. Справжня новизна продукту завжди пов'язана із зростанням економічного ефекту від його використання. Новизна може бути "відносною", "абсолютною" і "приватною".

Абсолютна новизна характеризується відсутністю аналогів даній новині; відносна – це новизна, яке вже застосовувалося на інших підприємствах, але вперше здійснюється на даному підприємстві ; приватна новизна має на увазі оновлення елементу виробу.

Економічна гідність нововведення полягає в тому, що вигода від впровадження перевищує витрати на його створення. З моменту прийняття до поширення новини набуває нова якість, – стає "інновацією". Лише тоді різні ідеї, винаходи, новий вигляд послуг, продукції отримують визнання споживача і вже в новій якості вони стають інноваціями.

Поняття "інновації" застосовується до всіх новинок , як у виробничій, так і в організаційній, науково-дослідній, учбовій і управлінській сферах, до всіх удосконалень, забезпечуваним економію витрат. Отже, інновації орієнтовані на ринок і споживача.

На практиці інновація класифікується по ряду ознак . По причинах виникнення вони діляться на реактивних – як реакція на нові перетворення,

здійснювані конкурентом, для ведення боротьби на ринку і виживання підприємства, і на стратегічних, впровадження яких визначає придбання перспективних переваг перед конкурентами.

Для підприємства інновації можуть виступити як:

- А) продуктивні – виробництво нового виробу, продукції і послуги, що пов'язане із створенням нового вигляду виробництва; створений новий продукт може привести до зменшення попиту на колишній, що спричинить ліквідацію старих видів виробництва. Отже, кумулятивний вплив інновації продукту полягає переважно в перерозподілі робочих місць;
- Б) ринкові – такі, що відкриваються нові сфери впровадження продукції і тим розширюють простори ринку;
- У) процесорні – вживання нових технологій, структур управління і організація ресурсозберігаючого методу виробництва, продукту або послуги;
- Г) споживчі – направлені на задоволення запитів споживача і формування нових в перспективі.

По інноваційному потенціалу залежно від предметного вмісту і темпу реалізації новини розрізняють наступні види нововведень:

- радикальні (базові), коли застосовують принципово нові винаходи;
- комбінаторні, такі, що характеризуються використанням різних поєднань новин у вигляді конструктивного з'єднання елементів;
- що модифікують, мають спрямованість на вдосконалення, оновлення конструкцій і форм новин.

Проблема комплексної оцінки ефективності впровадження інновацій на підприємство та їх вплив на конкурентоспроможність постійно знаходилася і знаходиться в центрі уваги учених-економістів і керує-лей-практиків різних рівнів і рангів. І перш ніж приступити до розгляду конкретних методик оцінки інноваційних проектів, доцільно зупинитися на деяких методологічних питаннях в області інновацій, орієнтуючись при цьому на сучасний стан і перспективи розвитку економіки країни.

У загальному випадку проблема оцінки ефективності впровадження інновацій виникає перед потенційним інвестором, тобто перед тим господарюючим суб'єктом, у розпорядженні якого знаходяться капітальні ресурси, інвестування яких може принести їх власникові деяку вигоду.

Для вартісної оцінки результатів і витрат можуть використовуватися базисні, світові, прогнозні і розрахункові ціни. Інноваційні проекти повинні відбиратися з врахуванням інфляційного чинника. Інфляція як підвищення рівня цін в економіці вимірюється або індексом зміни цін, або рівнем інфляції. Індекс зміни цін характеризується співвідношенням цін, а рівень інфляції — відсотком підвищення цін

При оцінці ефективності інноваційного проекту порівняння різночасних показників здійснюється шляхом приведення їх до цінності в початковому

періоді, оскільки однакові по величині за-витрати, здійснювані в різний час, економічно нерівнозначні. Значима тривалість життєвого циклу інновацій приводить до не економічної рівноцінності здійснених в різний час витрат і отримуваних результатів.

Це протиріччя усувається за допомогою так званого методу приведеної вартості, або дисконтування, тобто приведення витрат і результатів до одного моменту. Як такий момент часу можна прийняти, наприклад, рік початку реалізації ін-новацій.

**Висновки.** Впровадження інновацій на підприємство та їх вплив на конкурентоспроможність – найуразливіша частина українського малого бізнесу. Малі підприємства у сфері інновацій активно створювалися в 1990-1993 роках. Багато хто з них розпався, не проіснувавши і двох років. Цьому сприяли несприятливі умови для розвитку інноваційного бізнесу, які склались в цей період:

- високі податки;
- складнощі з орендою приміщень;
- дорожня сировина і енергії.

Інноваційним підприємствам не доводилось сподіватися на істотну підтримку держави. Те, що робилося в цій сфері, не вирішувало навіть частини проблем, з якими доводилося стикатися підприємствам, інноваційним бізнесом, що займається. Спад ділової активності в науково-технічній і виробничій сфері, що спостерігається нині, підтверджує той вивід, що без продуманої державної підтримки українському інноваційному бізнесу важко буде встати на ноги

### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Портер М. Международная конкуренция: конкурентные преимущества стран: Пер. С англ. [Текст] – М.:Международные отношения,2005. – 896 с.
2. Якість і конкурентоспроможність продукції. Їх місце в стратегії маркетингу [Текст] // Стратегія економічного розвитку України. – 2007. – Вип. 4. – С. 208-216.
3. Губський Б.В. Інвестиційні процеси в глобальному середовищі. [Текст] – К.: Наукова думка, 1988.
4. Акімова І.М. Промышленный маркетинг. [Текст] – 2-е изд. – К.: Знання, 2001.
5. Соловьев В.П. Инновационная деятельность как системный процесс в конкурентной экономике. [Текст] - Киев – 2004.-С. 558.
6. форми державного регулювання інноваційної діяльності. [Електронний ресурс].- режим доступу : <http://search.ukr.net>
7. Інновації та інноваційний розвиток. [Електронний ресурс].- режим доступу : <http://www.in.gov.ua>