

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

Dashko I.M.

c.e.s.,

*associate Professor of the Department of accounting and management,
Zaporizhzhya National University,
faculty of ZNU in Kryvyi Rih*

INNOVATION AS THE DRIVING FORCE OF ENTERPRISE COMPETITIVENESS

Дашко І.М.

кандидат економічних наук,

доцент кафедри обліку та менеджменту

Криворізький факультет

Запорізького національного університету

ІННОВАЦІЇ ЯК РУШІЙНА СИЛА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Abstract. The article analyzes the nature and types of innovations and interconnections with the competitiveness of the enterprise, identifies the distinctive features of an innovatively active enterprise and substantiates the impact of innovation on the formation of competitiveness.

Анотація. В статті проаналізовано сутність та види інновацій й взаємозв'язок з конкурентоспроможністю підприємства, визначено відмінні риси інноваційно-активного підприємства та обґрунтовано вплив інновацій на формування конкурентоспроможності.

Keywords: *competitiveness, innovations, economy, business activity, processes, market orientation, enterprise*

Ключові слова: *конкурентоспроможність, інновації, економіка, бізнес-діяльність, процеси, ринкова орієнтація, підприємство*

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. У сучасному ринковому середовищі, що постійно змінюється, проблема забезпечення конкурентоспроможності є надзвичайно актуальною для підприємств, що намагаються вести успішну господарську діяльність. Загострення конкуренції ставить нові вимоги до бізнес-процесів діяльності суб'єктів господарювання, тому підтримка конкурентоспроможності підприємства є важливим фактором успішного функціонування у довгостроковій перспективі і виходячи з цього можна сказати, що саме інновації є запорукою успіху сучасних підприємств як підґрунтя модернізації, фактор успішної діяльності, завдяки чому вони сприяють формуванню та підтриманню конкурентоспроможності, а також є стимулом економічного зростання держави. Активна інноваційна діяльність не тільки забезпечує прогресивність розвитку суспільства, а й сприяє підвищенню рівня конкурентоспроможності підприємств [6].

Метою статті є визначення особливостей взаємозв'язку між інноваційною діяльністю та конкурентоспроможністю підприємства й особливостями їх формування на підприємстві.

Виклад основного матеріалу.

Утримання стійкої конкурентної позиції на ринку залежить від визначення та підтримання ключових чинників успіху. Це вимагає постійної уваги до внутрішніх інноваційних процесів і чинників ринкової орієнтації.

У наш час підприємствам дуже важко вести ефективну господарську діяльність через велику кількість конкурентів, тому привабити до себе споживачів можна лише за наявності суттєвих переваг над суперниками. Забезпечення конкурентоспроможності підприємства шляхом створення особливих властивостей продукції чи підприємства в цілому є запорукою успіху на ринку. Основним завданням спеціалістів є забезпечення успіху підприємства через створення переваг, що є складними чи навіть неможливими для копіювання конкурентами. Створення унікального іміджу чи товару створить умови для підтримання лояльності, популярності та відомості серед споживачів, посилить їх увагу до продукції та діяльності компанії, тому задля досягнення дійсно великого успіху підприємствам необхідно забезпечити себе найкращою конкурентною стратегією, що матиме успіх та гарантуватиме підприємству тривале існування й лідируючі ринкові позиції, а наступним кроком після визначення та реалізації існуючих переваг є формування системи управління конкурентоспроможністю [6], головною ознакою якої є 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. Ставка на інновації в сучасних економічних умовах є найбільш перспективним підходом, адже, перемогти в конкурентній боротьбі

отримують саме ті учасники ринку, які займають активну позицію у використанні інновацій [2].

Як приростові, так і радикальні інновації впливають на три важливі сфери, які є вирішальними для конкурентоспроможності:

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

Таблиця 1

Види інновацій та сфери впливу [3]

Види інновацій	Сфери впливу інновацій		
	1. Економіка та її сектори	2. Підприємства, бізнес-діяльність	3. Продукти і процеси
Зростаючі	Стосунки між підприємствами (B2B) Інтеграція ланцюга поставок	Процеси удосконалення організації, (реінжиніринг, TQM)	Модифіковані процеси і продукти
Радикальні	Нові, інноваційні структури секторів і економіки	Створення нових бізнес-концепцій	Зміна конфігурації процесів Нові продукти

У першій сфері вплив зростаючих інновацій проявляється переважно у побудові бізнес-стосунків 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. Виникнення нових секторів приводить до структурних змін усєї 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.

Незважаючи на складнощі, що обумовлені новизною та творчим характером, керівникам підприємств необхідно здійснювати заходи щодо:

- розробки, виробництва і удосконалення продукції та технологій;
- розширення масштабів науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт (НДДКР);
- залучення висококваліфікованих наукових співробітників;
- удосконалення системи управління, стилю керівництва та структури підприємства;
- застосування нових методів комерційної реалізації нововведень.

Це дозволить створювати нову інноваційну продукцію, яка буде пристосована до умов сучасного конкурентного середовища. Для того, щоб слідувати інноваційним змінам визначимо відмінні риси інноваційно-активного підприємства (табл. 2).

Таблиця 2

Особливі характеристики інноваційно-активного підприємства [1]

Ознаки	Характеристики інноваційно-активного підприємства
1	2
Мета діяльності	Розробка інноваційної продукції (технологій), їх використання у власному виробництві чи продаж іншим суб'єктам підприємництва.
Розвиток підприємства	Проведення науково-дослідних робіт, створення та розповсюдження інновацій, що сприяє розвитку інноваційної діяльності.
Ринок	Ринок - новий та невідомий. Існує великий ризик, що продукція буде незатребуваною та не відповідати смакам і уподобанням споживачів.
Ресурси	Головними є не просто матеріальні, нематеріальні, фінансові та людські ресурси, це також постачальники, споживачі, партнери, конкуренти, інтелектуальні ресурси співробітників: знання та компетенції.
Головна цінність	Людські ресурси, що забезпечують умови конкурентоспроможності і довгострокового розвитку
Фінансове забезпечення	Власні фінансові ресурси підприємства, венчурне фінансування, бюджетне фінансування, кредитування, інвестування, благодійництво, спонсорство.

Організаційна структура	Рухома структура, завдяки чому ідеї, знання, інформація рухаються по всьому підприємству: між відділами, керівниками, співробітниками, споживачами, партнерами і постачальниками. Характерне використання децентралізації, персонал приймає участь в управлінських функціях та прийнятті рішень, поділ на тимчасові команди, проектні групи, використання неформальних правил та процедур. Найбільш поширені матрична та проектна структури управління.
Кадрова складова	Структура персоналу: наукові та науково-технічні кадри, науково-допоміжний і обслуговуючий персонал, виробничий та адміністративно-господарський персонал. Саме наукові співробітники (дослідники, інженери, технологи, конструктори, проектувальники, та ін.) беруть участь у НДДКР, створенні наукових знань і підготовці наукових результатів до практичного використання. На патентний відділ покладені завдання з підготовки документації, реєстрацією об'єктів інтелектуальної власності, продаж патентів, ліцензій на їх використання стороннім підприємствам. Співробітники – це інвестиції. До них ставляться особливі вимоги – освіченість, досвід практичної роботи у відповідній галузі, знання стадій розробки інноваційного продукту, високий рівень відповідальності, серйозності, креативності, швидка реакція на зміни та пристосованість до нового, схильність до ризику, гнучкість, можливість працювати понаднормово, вміння вирішувати конфліктні ситуації, постійне вдосконалення власних навичок, бажання навчатися новому.
Соціальна складова	Отримання прибутку та ефективності діяльності, також спрямована на впровадження соціальних інновацій, які вирішують соціальні проблеми
Організація праці	Часто застосовується гнучкий графік робочого часу, надаються можливості для творчої роботи поза робочим місцем.
Процес виготовлення продукції	Інноваційний процес орієнтований на пошук, розроблення і впровадження нового, та складається з таких етапів: виникнення ідеї нововведення, дослідження можливостей, формування концепції, НДДКР (фундаментальні та прикладні дослідження; дослідні та конструкторські роботи), дослідження ринку, апробація, доробка, комерціалізація, задоволення суспільних потреб.
Життєвий цикл товару (ЖЦТ)	Стадії життєвого циклу нового товару: розроблення (зародження ідеї, проведення НДДКР для перетворення ідеї на придатний до промислового виготовлення продукт), виведення на ринок (налагодження технологічного процесу, випуск пробної партії та її ринкова апробація, формування стратегії та каналів збуту), зростання (швидке сприйняття нового товару ринком і швидке зростання прибутків, споживачі відкривають для себе новизну й оцінюють її як споживчу вартість), зрілість (уповільнення темпів збуту внаслідок придбання товару більшістю покупців, товар перестає бути новинкою), занепад (різка падіння збуту й зниження прибутків, товар знімають з виробництва).
Науково- дослідні та дослідно- конструкторськ і роботи	Розглядаються як активи, інвестиції. Управління здійснюється у взаємодії з іншими підрозділами підприємства. НДДКР являються невід'ємною складовою підприємства, що задає напрям його розвитку, визначає стратегію та культуру. На стадії НДДКР ідея нововведення набуває матеріальної форми, теоретичний задум перетворюється на тестовий продукт. Відбувається дослідження інноваційного об'єкту, його техніко-економічному обґрунтуванню, вибору оптимального варіанту конструювання, проведення випробування виробу.
Навчання	Безперервний процес навчання на підприємстві, розвиток необхідних знань та компетенцій, активізація творчої, інтелектуальної діяльності.
Ділові комунікації	Відкрита інформаційна система, інформаційні потоки мало або неформалізовані, повідомлення відправляються часто не структуровані (відсутні стандарти листів, звітів, наказів тощо), перевага надається усним повідомленням ніж письмовим.
Об'єкти інтелектуальної власності (ОІВ) та їх комерціалізація	Власне створення ОІВ, прав власності на результати розумової діяльності працівників підприємства та оформлення довгострокових прав на їх використання. Комерційна реалізація ОІВ здійснюється через: використання у виробничому процесі та постановки їх на баланс власного підприємства, трансфер технологій: внесення у статутний фонд підприємства чи повне / часткове передання всіх прав (патенти, авторські права, торгові знаки і торгові марки, франшизи, ліцензії).
Ризик	Високий рівень ризику, що обумовлено новизною, невизначеністю, творчим та інтелектуальним характером науково-дослідної роботи, можливістю отримання як позитивного, так і негативного результату.

З метою активізації інноваційної діяльності для інноваційно-активних підприємств є доцільним використання таких напрямів як:

1) збільшення джерел фінансових ресурсів інноваційної діяльності за рахунок підвищення ефективності комунікацій між виробниками, ринком науково-технічної продукції; підвищення уваги до такої складової інноваційної діяльності, як реалізація та просування інновацій;

2) активне стимулювання підвищення ефективності маркетингових відділів та впровадження інноваційного маркетингу;

3) стимулювання працівників щодо позитивного сприйняття різних форм та видів інновацій;

4) активна взаємодія із навчальними закладами, особливо на етапах науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт [4].

Якщо розглядати саме вплив інновацій на формування конкурентоспроможності наведено на рис. 1.

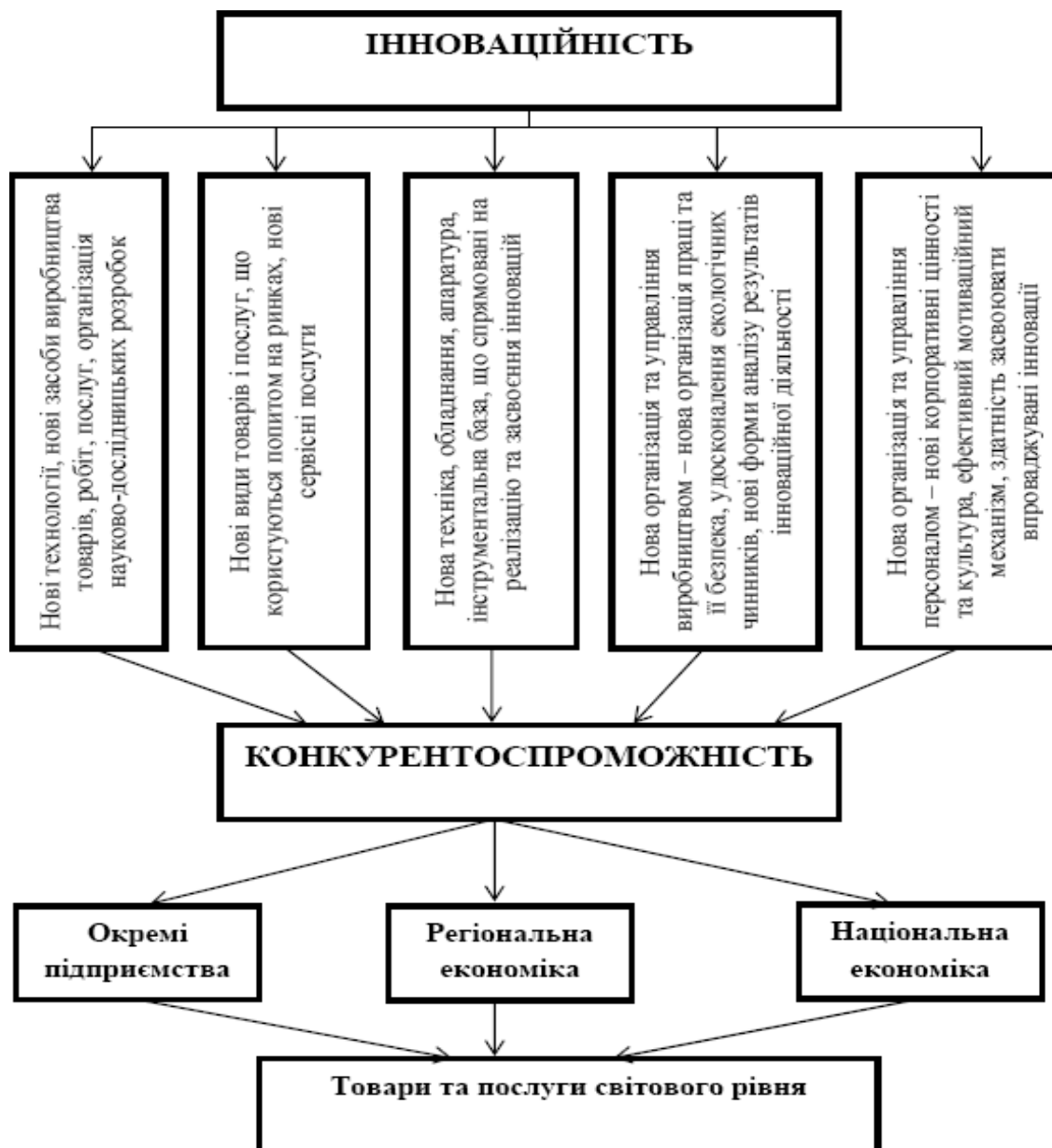


Рис. 1. Вплив інноваційності на формування конкурентоспроможності [2, 3]

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 загострення конкуренції, але й досягти необхідного рівня конкурентоспроможності.

В якості показника, що відображає рівень формування зовнішніх і внутрішніх умов активізації інноваційної діяльності і напрям структурних змін в умовах економічної модернізації, пропонується використовувати величину інноваційної конкурентоспроможності, яку в загальному сенсі можна трактувати, як здатність набувати конкурентних переваг за рахунок ведення інноваційної діяльності, тобто інноваційна конкурентоспроможність характеризує те, наскільки даний суб'єкт використовує наявний інноваційний потенціал, а також наскільки розвинена інноваційна система, в якій він функціонує, оскільки наявність або відсутність елементів інноваційної інфраструктури безпосередньо впливає на можливість ведення інноваційної діяльності і на ефективність інноваційного процесу.

Управління інноваціями на підприємстві має стратегічно визначати напрями інтеграції зусиль у створення нових технологій, продуктів, послуг і процесів на основі розроблення й трансформації ключових компетенцій підприємства відповідно до мінливих факторів і умов зовнішнього середовища. Інноваційний розвиток підприємства можна визначити як циклічний процес, який відображає якісну еволюцію підприємства в часі, що забезпечує йому стійку конкурентну перевагу й стратегічну гнучкість [5].

Висновки. На сьогоднішній момент немає країни, де економічне змагання за лідерство на світових ринках не було пов'язано з інноваціями. Ще більшою мірою це стосується нашої держави, адже створити і особливо утримати національні конкурентні переваги, реалізувати їх в економіці глобального ринку можна лише шляхом інноваційного розвитку, який дозволить досягти необхідний рівень конкурентоспроможності продукції з метою вільного конкурування на світових ринках.

Оцінювання інноваційної конкурентоспроможності характеризує рівень інноваційного розвитку досліджуваного господарюючого суб'єкта, дозволяє запропонувати заходи щодо розвитку інноваційної сфери в рамках

економічної модернізації і інноваційного розвитку, направлених на економічний розвиток території і підвищення добробуту населення.

Отже, накопичення та використання знань у всіх господарських процесах, освоєння інноваційних технологій та продуктів має вагоме значення для забезпечення конкурентоспроможності підприємства. А для досягнення високих показників діяльності у майбутньому величезну роль відграють знання як джерело інновацій та розвитку, що базуються на основі системи управління ними, впровадження інноваційних продуктів і технологій, підвищення рівня компетентності, стимулювання творчої активності персоналу, підготовки та перепідготовки фахівців тощо.

Список літератури:

1. Артеменко Л. П. Формування конкурентоспроможності інноваційно-активних підприємств. Економіка і організація управління, № 1(17). 2014. С. 19-26.
2. Богма О. С., Болдуєва О. В. Роль інновацій у забезпеченні конкурентоспроможності національної економіки. Вісник Запорізького національного університету, № 3 (7). 2010. С. 166-170.
3. Позняк С. В. Інновації як фактор підвищення конкурентоспроможності підприємств. Електронний журнал «Ефективна економіка». № 10, 2015. URL : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4614>
4. Турило А. М., Зінченко О. А. Інновації : сутність і теоретичні характеристики. Актуальні проблеми економіки, № 5. 2005. С. 76-79.
5. Федулова Л. І. Концептуальні засади управління інноваційним розвитком підприємств. Маркетинг і менеджмент інновацій, № 2. 2014. С. 122-135.
6. Ямненко Г. Інноваційні аспекти забезпечення конкурентоспроможності підприємств. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія : «Економіка», 1(178). 2016. С. 47-52.

УДК 330.3:612.6-049.5

JEL Classification C13, O15

Demianenko A. A.,

*PhD student of the Department of Economics and Social Sciences,
Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics*

MECHANISM OF ANALYTICAL SUPPORT FORMATION FOR ASSESSMENT OF HUMAN DEVELOPMENT SECURITY

Дем'яненко А. А.

*аспірант кафедри економіки та соціальних наук,
Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця*