

# ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ЯК ШЛЯХ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

*Кітченко А.П.*

*Науковий керівник: Шевченко І.Ю., к.е.н.*

*Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Жоден ринок не може існувати без конкуренції. Завдяки конкуренції він насичується різними видами товарів, споживачі отримують можливість вибору.

Основним способом участі в конкурентній боротьбі є удосконалення діяльності, тобто модернізація процесу виробництва, поліпшення сервісного обслуговування, розширення асортименту, активна рекламна діяльність тощо.

Кожна держава прагне досягти добросовісної конкуренції за допомогою антимонопольної політики. Як методи використовуються регулювання цін і формування політики оподаткування.

Конкурентоспроможність підприємства – це здатність певного суб'єкта відповідати запитам зацікавлених осіб в порівнянні з іншими аналогічними суб'єктами [1].

При цьому стратегії класифікують за різними ознаками.

Для розуміння зв'язку між стратегією інноваційної діяльності і процесом прийняття інноваційних рішень доцільна класифікація, за якої розрізнялися б запланована стратегія і реалізована. У свою чергу, запланована стратегія складається зі свідомої і нереалізованої, а реалізована включає свідому і виникаючу у процесі реалізації стратегію.

Принципово новою є ідея про виникаючу стратегію, що поєднується з адаптованістю і здатністю впровадити нове.

Цю виникаючу стратегію іноді називають поступовою стратегією, у процесі реалізації якої звичайно відбувається переміщення ресурсів, у тому числі, розвиток або придбання нових. Усередині організації це виглядає як стратегічні інноваційні рішення.

Для вибору стратегії розвитку промислових підприємств з урахуванням інноваційного потенціалу принципово важливими є такі рішення:

- співвідношенні інвестиційної підтримки базових і перспективних підприємств країни;
- співвідношення між орієнтацією на зовнішній і внутрішній науково-технічний потенціал;
- ступінь централізації ресурсів для підтримки науково-технічної діяльності;
- співвідношення короткострокових і довгострокових інтересів. Залежно від ринкової кон'юнктури найпріоритетнішими є інтегруючі інновації, що являють собою фінішні етапи збирання здавання «під ключ» складних наукомістких комплексів з перевірених світовою практикою утворюючих підсистем-модулів [2].

Виходячи із зазначеного, пропонуємо такі варіанти стратегій розвитку промислових підприємств інноваційної орієнтації, згрупованих навколо визначальних принципових підходів.

1. Якісно нова, інтенсивна спрямованість інноваційного розвитку. Нова модель інноваційних перетворень – це переорієнтація на інноваційний шлях розвитку економіки країни на базі найпередовіших ідей, науково-технічних досягнень світового рівня, освоєння конкурентоспроможних наукових і технологічних видів продукції, що відповідають вимогам майбутнього.

2. Загальнодержавна інноваційна стратегія – стрижень економічного процвітання країни.

Розвиток приватного й акціонерного капіталу, розширення можливостей підприємництва підсилюють значення державної політики в зазначеному аспекті.

3. Стратегія докорінних структурних перетворень підприємств на інноваційній основі. Мистецтво структурних перетворень полягає в багаторівневому стимулюванні найефективніших структурних змін у самому широкому плані, націлених на забезпечення високої конкурентоспроможності економіки.

Одним з найважливіших умов успіху підприємства на ринку є конкурентоспроможність продукції.

Національна економіка від підвищення конкурентоспроможності продукції отримує ряд переваг: збільшення експортного потенціалу і прибуткової частини платіжного балансу країни, підвищення життєвого рівня населення і зміцнення економічних позицій держави в світовому співтоваристві.

На конкурентоспроможність впливає безліч факторів, при реалізації яких підприємство буде конкурентоспроможним. Найважливішим завданням менеджерів є визначення ключових факторів успіху та успішне виконання дій по реалізації стратегії.

Вивчення конкурентоспроможності має вестися безупинно і систематично на всіх фазах життєвого циклу продукції. Це забезпечує безперервне управління конкурентоспроможністю в часі.

Методика оцінки рівня конкурентоспроможності повинна включати послідовне застосування диференціального і комплексного методів, заснованих на одиничних і групових показниках, які дозволяють з'ясувати, наскільки властивості оцінюваної продукції задовольняють потребам споживачів. Перспективи подальших досліджень становить розроблення методики оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства.

Література:

1. Иохин В.Я. Види конкуренції: підручник / В.Я. Иохин // Економічна теорія. – 2006. – С. 681

2. Голубков Є.П. Основи маркетингу: Підручник. / Є.П. Голубков. – М. : Видавництво «Финпресс», 1999. – 656 с.