

ІННОВАЦІЇ ЯК ДЖЕРЕЛО ОТРИМАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ В ЕКОНОМІЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

аспірант **Рот-Серв С.В.**,
д.е.н., проф. **Ілляшенко С.М.**
Сумський державний університет (Україна)

В сучасних умовах глобалізації та стрімкого технологічного розвитку надзвичайно актуальним є питання набуття економічними суб'єктами виключних конкурентних переваг. Процеси розвитку, що відбуваються у світовій економіці мають характер безперервності та динамічності. Постійне вдосконалення вже існуючих наукових підходів до вирішення побутових та виробничих завдань і викликів породжує нові види продукції, а часом забезпечує вихід провідними науковцями світу на нові так звані «пласти» науки та технологій. Так, наприклад, проривні технологічні сплески у таких галузях як інформаційні технології, медицина, генна інженерія, нанотехнології та інші наукомісткі галузі, разом зі своєю появою, водночас ставлять питання комерціалізації та можливості масового споживання таких технологій. Таким чином, відбувається так звана поступова «дифузія» технологій на галузеві ринки.

Нові технології у виробничих процесах, в управлінні підприємствами, нові організаційні підходи до ведення бізнесу, надання нових типів послуг, - все це неодмінно призводить до загострення конкуренції на галузевих ринках. Адже завжди існують піонери, лідери галузі, які впроваджують інноваційні розробки першими, таким чином підвищуючи вимоги галузі та вхідні бар'єри на ринки товарів, технологій і послуг. Такі процеси вимагають від економічних суб'єктів шукати нові способи досягнення конкурентних переваг, адже одномоментні, тимчасові, фрагментарні тактичні рішення не дозволяють втримати конкурентні позиції в умовах нестабільності. Для цього необхідні якісно нові підходи, що базуються на розумінні поведінки гравців ринку, передбаченні ринкових тенденцій, здатності до швидкої адаптації та переорієнтації своєї діяльності в умовах невизначеності, ринкової нестабільності, економічних і фінансових криз та соціальних потрясінь. В таких умовах підприємствам та організаціям, незалежно від типу їх діяльності, слід керуватися принципами та підходами, які передбачає інноваційна економіка. Даний тип економіки характеризується безперервним технологічним вдосконаленням, виробництвом високотехнологічних видів продукції чи наданням послуг з використанням інтелектуального капіталу організації. Як наслідок, виробництво високотехнологічної продукції чи надання послуг з високим рівнем доданої вартості. В таких випадках прибуток формується за рахунок використання інтелектуального капіталу підприємства, його нематеріальних активів, таких як, наприклад, індивідуальні знання, досвід чи навички працівників підприємства, організаційна структура, робоча колективна атмосфера, інформаційна інфраструктура, корпоративна культура, імідж підприємства та ін.

Для виробництва наукомісткої продукції чи надання послуг нового типу, насамперед, необхідні інноваційні ідеї, які підприємство може отримувати як із внутрішніх, так і із зовнішніх джерел. Так, наприклад, американський економіст П. Друкер виділяє сім основних джерел інноваційних ідей [1]:

1. Раптові події для підприємства чи галузі, у якій воно працює. Це може бути несподіваний успіх або ж навпаки – невдача. Успішними слід називати тільки ті можливості, що дають підприємству змогу використовувати свої знання та вміння для розширення своїх зон впливу. Невдача ж виникає, як правило, у випадках прорахунків у плануванні чи реалізації проектів.

2. Некогерентність. В даному випадку мається на увазі невідповідність між реальністю та уявленням про неї. Можлива у випадку коли керівники чи особи, що приймають рішення, невірно уявляють ситуацію на ринку та не враховують неявні зміни, що відбуваються у ньому.

3. Нововведення, що виникають при необхідності вдосконалення технологічного процесу. Виникають, як правило, коли застарілі технології обмежують розвиток підприємства, сприяючи тим самим модернізації технологічних процесів.

4. Раптові зміни у структурі галузі або ринку. В результаті появи нових технологій у галузі підприємству слід враховувати ці зміни та корегувати свої стратегічні плани, адже застосування старих підходів у нових умовах не дає максимальних, очікуваних раніше результатів.

5. Демографічні зміни. Підприємству слід враховувати зміни, що відбуваються у кількості населення, його структурі за віком, рівнем освіти, доходами, адже поступово змінюється «портрет» споживача продукції.

6. Зміни у сприйманні та настроях споживачів. В таких випадках не можливо не враховувати тенденції щодо змін цінностей споживачів, адже вони прямо впливають на рішення про покупку тих чи інших товарів.

7. Нові знання, які отримані науковцями чи працівниками окремих підприємств при правильній оцінці можливості їх успішної реалізації можуть стати джерелом ідей для майбутніх інноваційних товарів.

Таким чином, для утримання конкурентних позицій у галузі чи на певному ринку, підприємствам слід використовувати у своїй діяльності інноваційні підходи, що базуються на постійному аналізі економічного середовища та прогнозування можливих технологічних змін у ньому.

1. Друкер, П.Ф. Задачи менеджмента в XXI веке / Питер Ф. Друкер ; пер. с англ. и ред. Н.М. Макарова. - М.; СПб.; К.: Издательский дом «Вильямс», 2003.-270 с.