

УДК 338.24:65.011

НАПРЯМКИ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЯК ОСНОВА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Лисиця Надія Михайлівна, д. соц. н., професор,
професор кафедри економіки і маркетингу
Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця,
e-mail: nmva0908@gmail.com

Ус Марина Ігорівна, к. е. н., доцент
кафедри економіки і маркетингу
Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця,
e-mail: marinaus_@ukr.net

В сучасних умовах глобалізації, постійних змін та загострення конкуренції основою конкурентоспроможності виступають інновації, які дозволяють суб'єктам, що володіють інноваційними конкурентними перевагами, посісти гідне місце на ринку. Проте доводиться констатувати, що застосування інновацій як одного з основних чинників підвищення рівня конкурентоспроможності в Україні системно не здійснюється. Отже, стратегічні завдання розвитку суб'єктів різних рівнів (підприємств, організацій галузей економіки, соціальної сфери тощо) потребують підвищення їх конкурентоспроможності на інноваційних засадах.

Ключовими умовами досягнення вищого рівня конкурентоспроможності є:

- оволодіння новими знаннями ефективної конкурентної боротьби;
- створення конкурентних переваг шляхом застосування інновацій, нових технологій,
- здобутих знань та інформації; адаптації інновацій до наявних на підприємстві процесів;
- утримання власних конкурентних переваг, оскільки будь-яке досягнення конкуренти можуть повторити.

Євразійська рада зі стандартизації, метрології та сертифікації визначає інновації як нові або вдосконалені технології, види продукції або послуг, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що сприяють забезпеченню конкурентоспроможності технологій, продукції та послуг на ринку [1]. Саме інновації «штовхають» модернізацію, яка сприяє організаційному розвитку суб'єктів, що і обумовлює актуальність проблеми.

Метою дослідження є аналіз інноваційної діяльності підприємства, яка забезпечує і підтримує його конкурентоспроможність. Для досягнення мети пропонується вирішення наступних завдань: 1) установлення взаємозв'язку інновацій та конкурентоспроможності підприємства; 2) запропонування можливих варіантів зростаючих інновацій у закладах вищої освіти, які підвищать їх конкурентоспроможність.

Інновації та конкурентоспроможність безперечно взаємопов'язані. Перевагу в конкурентній боротьбі отримують саме ті учасники ринку, які займають активну позицію у використанні інновацій. М. Портер, розглядаючи конкурентоспроможність, стверджував, що вона не дістається у спадок, не є наслідком наявних ресурсів або робочої сили, а ґрунтується на постійному використанні інновацій [2].

Утримання конкурентних переваг стає можливим завдяки постійній спрямованості на пошук, здійснення і впровадження інновацій. Таким чином, фундаментом конкурентних переваг є процес безперервного стимулювання оновлення і вдосконалення, рушійною силою якого виступають інновації.

Враховуючи вплив інновацій на конкурентоспроможність, доцільно виокремити два їх основних види [3]:

1. Зростаючі інновації – це інновації з метою вдосконалення існуючої продукції та наявних на підприємстві технологій і процесів. Вони забезпечують послідовний лінійний вплив на зростання конкурентоспроможності підприємства.

2. Радикальні інновації. Цей вид інновації передбачає появу нового способу виробництва чи раніше невідомого продукту, які започатковують або дають імпульс розвитку нової галузі, нової концепції бізнесу. Їх стрибкоподібний, загалом революційний характер обумовлює те, що вони забезпечують порівняно тривалу конкурентну перевагу, створюючи нові умови конкуренції.

Таким чином, інновації як чинник підвищення конкурентоспроможності – це науково-технічні, технологічні, економічні та організаційні зміни, відмінні від існуючої практики і спрямовані на удосконалення процесів підприємств у цілях забезпечення конкурентоспроможності [3].

Актуальним питанням використання шляху інноваційного розвитку є для вітчизняних наукових та освітніх установ, які самі за своєю сутністю виступають джерелом інновацій та конкурентних переваг.

Визнання європейської інтеграції стратегічним зовнішньополітичним пріоритетом України, підписання Угоди України з ЄС про асоціацію, прийняття нової редакції Закону України «Про вищу освіту», розробка Концепції розвитку вищої освіти на період 2015–2025 рр. висувають нові актуальні завдання перед вищою школою на шляху до європейського і світового освітнього простору для забезпечення високотехнологічного та інноваційного розвитку країни, потреб суспільства, ринку праці у кваліфікованих фахівцях.

Слід зазначити, що в новому Законі України «Про вищу освіту» ключовою є інноваційна складова діяльності закладів вищої освіти (ЗВО) [4]. Основним завданням наукової та інноваційної діяльності університету є здобуття наукових знань шляхом проведення наукових досліджень і розробок та їх спрямування на створення і впровадження нових конкурентоспроможних технологій, забезпечення інноваційного розвитку суспільства та підготовки фахівців інноваційного типу.

Не менш значущою є і прагматична орієнтація інноваційної діяльності ЗВО, яка, як наслідок, забезпечує їх конкурентоспроможність і привабливість для справжніх і потенційних споживачів. Конкурентоспроможність сучасного ЗВО – це результат взаємин роботодавців, студентів та адміністрації ЗВО. Їхня взаємодія і становить інноваційну систему. Конкурентоспроможність ЗВО – це динамічна категорія, яка змінюється, насичується, орієнтується на ринок і споживача. Розвиток інноваційної системи вищої освіти і, як наслідок, інноваційної діяльності університетів, повністю залежить від систематичних моніторингових думок, потреб, цінностей споживачів освітньої послуги, що проводяться ЗВО. Результати опитування роботодавців дають підставу для коригування програм навчання, перегляду переліку компетентностей, які сьогодні затребувані роботодавцями. Знання цих компетентностей сприяє оновленню організації процесу навчання, орієнтації його на потреби ринку. Це формує стабільний попит на спеціальності, які пропонують ЗВО. Проте їхня конкурентоспроможність залежить і від лояльності студентів до них, до процесу навчання. Лояльність передбачає використання на практиці декількох стратегій ведення опосередкованих переговорів з узагальненим споживачем (студентами). До таких стратегій належать стратегії В. Юрі [5], а саме: стратегія «слухання» (коли враховуються потреби потенційного студента, наприклад, бажання кар'єрного росту, високої заробітної плати, приємної атмосфери на робочому місці, можливостей саморозвитку, наявності умов для прояву здібностей лідера). Досить популярною є стратегія «перегляду» проблеми з погляду різних учасників взаємодії. Наприклад, коли одна спеціальність, отримана у ЗВО, дає можливість використовувати набуті знання і навички в різних сферах професійної діяльності. Для цього необхідно поєднати навички, отримані в ЗВО і значущі для роботодавця, вміння вирішувати стереотипні завдання у професійній сфері і теоретичні знання і навички узагальнення досвіду свого та чужого.

Пропоновані стратегії можна використовувати на практиці. Вони можуть стати основою для формування зацікавленості всіх

учасників взаємодії і їх інноваційної діяльності, що, як наслідок, забезпечить конкурентоспроможність ЗВО.

Література

1. Інноваційна діяльність. Терміни і визначення: ГОСТ 31279. 2004. Мінськ : Белгосстандарт, 2005. С. 29.
2. Портер М. Е. Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов. М. : Альпина Бизнес Букс, 2006. 452 с.
3. Бжуска Я. О. Інноваційні моделі бізнесу. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». 2008. № 628. С. 29–35.
4. Про вищу освіту : Закон України від 01.07.2014 № 1556-VII. URL : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>
5. Фишер Р., Юри У. Путь к согласию, или переговоры без поражения. М. : Наука, 1992. 158 с.

