

РОЛЬ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ РИНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ

THE ROLE OF INNOVATION PROCESSES IN PROVIDING COMPETITIVENESS OF INDUSTRIAL ENTERPRISES IN THE CONDITIONS OF MARKET ECONOMY

УДК 339.137.2(477)

Каличева Н.Є.

к.е.н., доцент кафедри економіки та управління виробничим і комерційним бізнесом
Український державний університет залізничного транспорту

Алексєєнко В.І.

магістр
Український державний університет залізничного транспорту

Kalicheva Natalia

Ukrainian State University of Railway Transport

Alyeksyeenko Vyacheslav

Ukrainian State University of Railway Transport

Стаття присвячена проблемам вирішення питань сталого розвитку національної економіки за рахунок забезпечення інноваційного розвитку підприємств у сучасних умовах господарювання. Розкрито підходи до забезпечення конкурентних позицій промислових підприємств за рахунок інноваційного розвитку. Розглянуто основні етапи формування інноваційного процесу на вітчизняних підприємствах. Обґрунтовано характер реалізації інновацій на підприємстві, взаємозв'язок між інноваційним розвитком та конкурентоспроможністю вітчизняних підприємств на внутрішньому та зовнішньому ринках. Визначено, що особливе місце у вирішенні завдань становлення та реалізації інноваційного процесу відведено маркетинговій діяльності як одному з необхідних факторів забезпечення конкурентного розвитку підприємства, адже зміна підходів промислових підприємств до інноваційної діяльності з використанням маркетингових інструментів сприятиме вдосконаленню їхньої діяльності, що забезпечить відповідний рівень конкурентоспроможності підприємства на вітчизняному та світовому ринках.

Ключові слова: інноваційна діяльність, конкурентоспроможність, ефективність, новациї, оновлення, маркетинг, ринок, промислові підприємства.

Стаття посвящена проблемам решения вопросов устойчивого развития нацио-

нальной экономики за счет обеспечения инновационного развития предприятий в современных условиях хозяйствования. Раскрыты подходы к обеспечению конкурентных позиций промышленных предприятий за счет инновационного развития. Рассмотрены основные этапы формирования инновационного процесса на отечественных предприятиях. Обоснованы характер реализации инноваций на предприятии, взаимосвязь между инновационным развитием и конкурентоспособностью отечественных предприятий на внутреннем и внешнем рынках. Определено, что особое место в решении заданных становления и реализации инновационного процесса отведено маркетинговой деятельности как одному из необходимых факторов обеспечения конкурентного развития предприятия, ведь изменение подходов промышленных предприятий к инновационной деятельности с использованием маркетинговых инструментов будет способствовать совершенствованию их деятельности, что обеспечит соответствующий уровень конкурентоспособности предприятия на отечественном и мировом рынках.

Ключевые слова: инновационная деятельность, конкурентоспособность, эффективность, новации, обновление, маркетинг, рынок, промышленные предприятия.

The article is devoted to the problems of solving problems of sustainable development of the national economy by providing innovative development of enterprises in modern economic conditions. The questions on ensuring the competitive positions of industrial enterprises are discussed. The main stages of formation of innovation process at domestic enterprises are considered. The nature of the implementation of innovations in the enterprise and the relationship between innovation development and competitiveness of domestic enterprises in the domestic and foreign markets are substantiated. It has been determined that a special place in solving the problems of formation and implementation of the innovation process is given to marketing activity as one of the necessary factors for ensuring the competitive development of the enterprise. Changing the approaches of industrial enterprises to innovation with the use of marketing will help to improve their activities, which will ensure their level of competitiveness on the domestic and world markets. Innovation is the foundation of modernization processes in the enterprise, because successful development of the enterprise in modern conditions becomes possible only with application of achievements of scientific and technological progress. Therefore, the development of an innovative environment through which the achievement of scientific and technological progress is being implemented at the enterprise is very relevant for its effective development. Technical and technological upgrading of industrial enterprises is a factor contributing to the sustainable development of the national economic system, but the innovative development of the enterprise should be closely linked to marketing activities. After all, knowledge of the latest production technologies, the future demand and the state of market conditions are the main components that will contribute to the economic growth of domestic industrial enterprises. Therefore, the process of transition of the national economy into the phase of economic growth should be based on an effective mechanism with the use of innovative resources to be provided by industrial enterprises.

Key words: innovation, competitiveness, efficiency, innovations, renewal, marketing, market, industrial enterprises.

Постановка проблеми. У сучасних умовах розвиток підприємств є головним чинником забезпечення ефективного функціонування національної економіки. Сьогодні більшість вітчизняних підприємств є банкрутами або фактично не здійснюють господарську діяльність. Лише незначна частка працює ефективно, отримуючи прибуток, а їхня продукція має свого споживача на вітчизняному та світовому ринках [1].

Негативні економічні процеси притаманні майже всім промисловим підприємствам, що приводить до погіршення загальної економічної ситуації в країні, тому головним завданням її стабілізації має бути здійснення промисловими підприємствами ефективної господарської діяльності, а одним зі шляхів виходу промислових підприємств із складного економічного стану є їхній інноваційний розвиток.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Проблеми інноваційного розвитку підприємства розкрито в роботах В.Л. Диканя, Л.В. Лощини, П.П. Микитюка, Ю.С. Шипуліної, О.Г. Шевлюги та інших науковців [2–6], в яких визначено роль інновацій у господарській діяльності підприємств.

Однак вжиття на промислових підприємствах заходів щодо забезпечення інноваційного розвитку потребує уточнення адаптивних змін, спрямованих на вдосконалення виробничої та організаційної структури підприємства, технологічних процесів, асортиментної політики та інших заходів, вжиття яких сприятиме їхньому ефективному розвитку.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження теоретичних та науково-методичних основ забезпечення конкурентоспроможності промислових підприємств за рахунок інноваційного розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження.

В умовах дефіциту фінансових ресурсів, зниження платоспроможності споживачів проблема забезпечення конкурентоспроможності вітчизняних промислових підприємств стає досить актуальною, тому без здійснення комплексної модернізації діючих підприємств не можна подолати кризу в національній економічній системі. Причому доцільно не лише модернізувати обладнання, але й змінити підходи до формування ринкових відносин, розвитку виробничого потенціалу підприємства, активізації інноваційної діяльності, що дасть змогу підприємству повністю змінити свій виробничий потенціал відповідно до вимог ринку.

Інновації є фундаментом модернізаційних процесів на підприємстві, адже успішний розвиток підприємства в сучасних умовах стає можливим лише за умови застосування досягнень науково-технічного прогресу, тому розвиток інноваційного середовища, через яке на підприємстві впроваджуються досягнення науково-технічного прогресу, є актуальним для забезпечення його ефективного розвитку [7].

Здійснення інноваційної діяльності на підприємстві має тісний зв'язок з управлінським процесом, в основу якого покладено створення, освоєння та впровадження інновацій на підприємстві. Зазначимо, що інновації – це безперервний процес постійних змін, для окреслення та систематизації яких необхідно використовувати відповідні класифікації [2], що допоможе враховувати практичні особливості інновацій та спростувати процес управління інноваційною діяльністю на підприємстві, адже процедура запровадження інновацій на підприємстві є досить складною та потребує певних змін у управлінській та організаційній роботі [8].

Зокрема, перший етап запровадження інновацій – це ініціативна пропозиція щодо внесення певних змін у роботу підприємства. Здійснення цього етапу потребує відповідного забезпечення, стимулу та підтримки творчої активності, креатив-

ності тощо. Загалом ринок та прагнення утримати наявні й завоювати нові конкурентні позиції стимулюють керівництво підприємства до активізації інноваційного процесу шляхом підтримки всіх креативних ідей працівників. Саме ініціювання нововведень є одним з напрямів успішного розвитку підприємства, тому введення будь-яких ініціативних пропозицій у його діяльність має бути спрямоване на пошук стратегічних альтернатив розвитку, інновації в яких сприятимуть ефективності функціонування підприємства.

Наступним етапом після вирішення того, вжиття яких саме інноваційних заходів має відбуватися, є організація інноваційного процесу на підприємстві. На цьому етапі відбувається формування групи відповідальних за реалізацію інноваційного рішення. До складу цієї групи включають провідних фахівців та спеціалістів, які оцінюють ефективність інновацій, здійснюють підготовку персоналу, вносять зміни у виробничий процес на підприємстві тощо. Головним завданням цієї групи є швидкість проведення необхідних підготовчих робіт, адже сповільнення вжиття інноваційних заходів та брак коштів, що дуже часто спостерігається на вітчизняних підприємствах, приводять до втрати швидкості виробництва та новизни під час випуску товару на ринок.

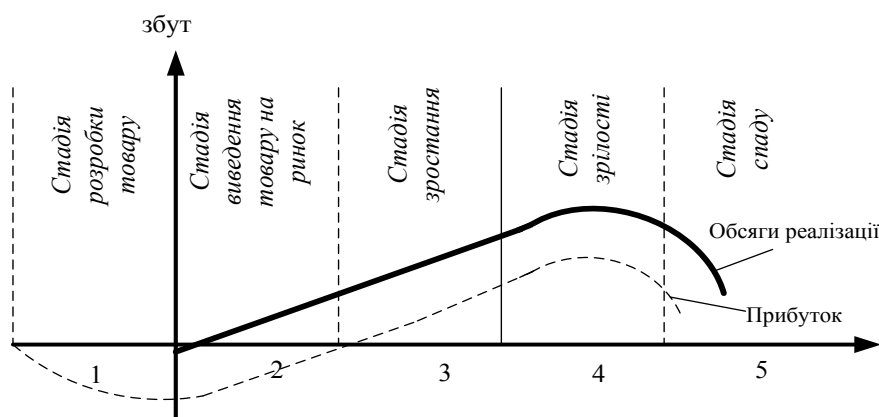
Після затвердження проекту починається його реалізація. На цьому етапі відбувається вжиття заходів із закупки сировини та комплектуючих, монтажу та встановлення обладнання, переналагодження виробничих ліній, виготовлення дослідних зразків продукції, запуску технологічних ліній, виконання виробничої програми тощо.

Останнім етапом є повне використання інноваційної продукції шляхом оцінювання результатів від запровадження інновацій, вистежування їхнього життєвого циклу (рис. 1), визначення ефективності, внесення коректив у виробничий процес тощо.

Також для підвищення ефективності інноваційного процесу необхідно проводити маркетингові дослідження на всіх етапах реалізації інноваційного процесу, адже на сучасному етапі розвитку ринкової економіки маркетинг стає основоположником формування ланцюга «інновація – виробництво – ринок» через підвищення вимог до якості нового виробу шляхом визначення попиту на інноваційну продукцію, оцінювання стану конкурентів на ринку, аналізування конкурентних переваг підприємства тощо [9].

Зокрема, під час дослідження життєвого циклу товару визначається низка факторів, які формують маркетингову діяльність підприємств [10]:

- можливість передбачати потенціальні трансформації у споживчих настроях;
- розкривати зміни у конкурентному середовищі;



Продажі	відсутні	малі	швидке зростання	поступово знижуються	спадають
Собівартість	висока	висока	середня	низька	низька
Прибуток	відсутні	мінімальний	зростає	максимальний	зменшується
Споживачі	відсутні	суперноватори	новатори	звичайні	консерватори
Конкуренти	відсутні	мало	збільшується кількість	багато	зменшується кількість

Рис. 1. Життєвий цикл товару

- своєчасно вносити виправлення у плани маркетингової діяльності;
- проводити аналіз асортименту та номенклатури товарів;
- постійно підтримувати баланс між новими, зростаючими та вже зрілими товарами;
- зменшити ринковий цикл товару за рахунок вжиття заходів науково-технічного прогресу та збільшення кількості інвестицій.

Вся отримана інформація від маркетингових досліджень дає змогу приймати обґрунтовані рішення під час створення нового товару та оновлення наявного. Оцінювання впливу нового товару на обсяги продажів наявних товарів; визначення експортних можливостей; розрахунок життєвого циклу товару на ринку; оцінювання рівня відповідності збутових та обслуговуючих мереж підприємства вимогам реалізації нового товару; аналізування можливостей випуску аналогічної продукції конкурентами; визначення залежності попиту на новий товар від ціни, витрат на рекламу; оцінювання величини прибутку; визначення необхідної частки ринку; організація пробних продажів для оцінювання ринку та інші маркетингові заходи потрібні підприємству для забезпечення конкурентоспроможності на ринку [11].

Таким чином, здійснення інноваційної діяльності на підприємстві є процесом необхідних адекватних змін за всіма напрямками його діяльності, що дасть йому змогу забезпечити стійкі конкурентні позиції на ринку.

Висновки з проведеного дослідження. Інноваційна діяльність підприємств є одним з вирішальних напрямів їхнього подальшого розвитку, адже без упровадження змін та нововведень у діяльність промислових підприємств неможливо забезпечити їхню конкурентоспроможність на ринку та, відповідно, стабілізувати економічну ситуацію в країні, що полягає у випуску нової продукції, оновленні техніко-технологічного стану підприємства, зміні підходів до управління. Проведення маркетингової діяльності на всіх етапах становлення та вжиття інноваційних заходів дає змогу ефективно втілити в життя інноваційний процес за умови раціонального використання матеріальних, фінансових та трудових ресурсів підприємства.

Технічне та технологічне оновлення промислових підприємств є тим фактором, який сприятиме сталому розвитку національної економічної системи, але інноваційний розвиток підприємства має бути тісно пов'язаний з маркетинговою діяльністю, адже прогнозування під час застосування новітніх технологій виробництва для визначення майбутнього попиту та стану ринкової кон'юнктури є тим основним складником, що сприятиме економічному зростанню вітчизняних промислових підприємств. Отже, процес переходу національної економіки у фазу економічного зростання має ґрунтуватись на дієвому механізмі з використанням інноваційних ресурсів, що мають забезпечити промислові підприємства шляхом утвердження власної конкурентоспроможності на ринку.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Каличева Н.Є., Бохан С.Є. Напрями забезпечення ефективного розвитку промислових підприємств в сучасних умовах. *Науковий огляд*. 2017. Вип. 5 (37). С. 5–15.
2. Дикань В.Л., Кірдіна О.Г., Назаренко І.Л., Уткіна Ю.М. Економіка і організація інноваційної діяльності на залізничному транспорті : навчальний посібник. Харків : УкрДАЗТ, 2014. 314 с.
3. Інноваційний розвиток підприємства : навчальний посібник / за ред. П.П. Микитюка. Тернопіль : Принтер Інформ, 2015. 224 с.
4. Лощина Л.В., Мілашенко В.М. Комплексна оцінка інноваційного потенціалу підприємства: теоретико-методичні підходи. Суми : Державний вищий навчальний заклад «Українська академія банківської справи Національного банку України», 2004. URL: <http://dspace.uabs.edu.ua/bitstream/123456789/1234/1/comprehensive%20assessment%20of%20the%20innovation.pdf> (дата звернення: 24.05.2019).
5. Шипуліна Ю.С. Інноваційний потенціал як основа стійкого економічного розвитку господарських систем, його сутність та структура. *Механізм регулювання економіки*. 2004. № 2. С. 71–81.
6. Шевлюга О.Г., Олєфіренко О.М. Дослідження впливу технологічних інновацій на ринок технологій і розвиток підприємства. *Вісник СумДУ. Серія «Маркетинг і менеджмент інновацій»*. 2011. № 4. URL: <http://mmi.fem.sumdu.edu.ua> (дата звернення: 24.05.2019).
7. Каличева Н.Є., Масан В.В., Старцев Д.С. Вплив техніко-технологічних інновацій на ефективний розвиток підприємства. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В.І.Вернадського. Серія: Економіка і управління*. 2018. Т. 29 (68). № 5. С. 51–54.
8. Дикань В.Л. Концепція інноваційного розвитку економіки України. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2015. № 52. С. 9–20.
9. Каличева Н.Є., Пасічніченко І.В., Рубльов О.В. Стратегічні перспективи інноваційного розвитку регіонів. *Вісник Одеського національного університету. Серія: Економіка*. 2018. Т. 23. Вип. 3 (68). С. 26–29.
10. Дашков Л.П., Памбухчянц В.К. Комерція і технологія торгівлі : учебник для студентов высших учебных заведений. 4-е изд., перераб. и доп. Москва : издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2002. 596 с.
11. Каличева Н.Є., Науменко М.О. Маркетингова діяльність підприємств у сучасних умовах функціонування та її пріоритети. *Вісник економіки транспорту і промисловості* : збірник науково-практичних статей за матеріалами XII науково-практичної конференції «Проблеми міжнародних транспортних коридорів та корпоративної логістики». № 54. Харків : УкрДУЗТ, 2016. С. 84.

REFERENCES:

1. Kalycheva N.Je., Bokhan S.Je. (2017) Naprjamy zabezpechennja efektyvnogho rozvytku promyslovykh pidpryjemstv v suchasnykh umovakh. [Areas of ensuring the effective development of industrial enterprises in modern conditions]. *Scientific review*, vol. 5 (37). pp. 5–15.
2. Dykanj V.L., Kirdina O.Gh., Nazarenko I.L., Utkina Ju.M. (2014) Ekonomika i organhazacija innovacijnoji dijaj-

nosti na zaliznychnomu transporti : navchalnyj posibnyk [Economics and organization of innovation in rail transport : a manual]. Kharkiv : UkrDazT (in Ukrainian).

3. Mykytjuka P.P. (2015) Innovacijnyj rozvytok pidpryjemstva : navchalnyj posibnyk [Innovative development of the enterprise : a training manual]. Ternopil : Printer Inform (in Ukrainian).

4. Loshhyna L.V., Milashenko V.M. (2004) Kompl eksna ocinka innovacijnogho potencialu pidpryjemstva: teoretyko-metodychni pidkhody. [Complex assessment of the innovation potential of the enterprise: theoretical and methodical approaches]. *State Higher Educational Institution "Ukrainian Academy of Banking of the National Bank of Ukraine"*. Sumy. Available at: <http://dspace.uabs.edu.ua/bitstream/123456789/1234/1/comprehensive%20assessment%20of%20the%20innovation.pdf> (accessed: 24 May 2019).

5. Shypulina Ju.S. (2004). Innovacijnyj potencial jak osnova stijkogho ekonomichnogho rozvytku ghospodarsjkykh system, jogho sutnistj ta struktura. [Innovative potential as the basis of sustainable economic development of economic systems, its essence and structure]. *The mechanism of regulation of the economy*, no. 2, pp. 71–81.

6. Shevljugha O.Gh., Olefirenko O.M. (2011). Doslidzhennja vplyvu tekhnologichnykh innovacij na rynek tekhnologhij i rozvytok pidpryjemstva. [Research of the influence of technological innovations on the technology market and enterprise development]. *Visnyk SumDU. Serija "Marketing i menedzhment innovacij"*, vol. 4. Available at: <http://mmi.fem.sumdu.edu.ua> (accessed: 24 May 2019).

7. Kalycheva N.Je., Masan V.V., Starcev D.S. (2018) Vplyv tekhniko-tekhnologichnykh innovacij na efektyvnyj rozvytok pidpryjemstva.[Influence of technical and technological innovations on effective development of the enterprise]. *Scientific notes of the Taurida National University named after VI Vernadsky Series: Economics and Management*, vol. 29 (68), no. 5, pp. 51–54.

8. Dykanj V.L. Konceptija innovacijnogho rozvytku ekonomiky Ukrainy. [The Concept of Innovative Development of the Ukrainian Economy]. *Bulletin of the Economy of Transport and Industry* : a collection of scientific and practical articles, no. 52, pp. 9–20.

9. Kalycheva N.Je., Pasichnichenko I.V., Rubljov O.V. (2018) Strategichni perspektyvy innovacijnogho rozvytku rehioniv. [Strategic Perspectives of Innovative Development of Regions]. *Bulletin of the Odessa National University. Sir: Economics. Odessa, ONU them. I.I. Mechnikov*, vol. 23, no. 3 (68), pp. 26–29.

10. Dashkov L.P., Pambukhchjanc V.K. (2002) Kommercyja y tekhnologhyja torghovly: uchebnyk dlja studentov vysshjkh uchebnykh zavedenij. [Commerce and technology of trade: a textbook for students of higher educational institutions]. M. : Publishing and Trade Corporation Dashkov and K (in Russian).

11. Kalycheva N.Je., Naumenko M.O. (2016) Marketynghova dijajnistj pidpryjemstv u suchasnykh umovakh funkcionuvannja ta jiji priorytety [Marketing activity of enterprises in modern conditions of functioning and its priorities]. *Bulletin of the Economy of Transport and Industry: a collection of scientific and practical articles: theses of reports on the materials of the XII scientific-practical conference "Problems of international transport corridors and corporate logistics"*. Kharkiv : Ukrainian State University of Railway Transport, no. 54.