

ИННОВАЦИИ КАК ПУТЬ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

*к.э.н., доц. Мочалова Я.В.,
студент Орлова Н.К.
г. Белгород, Россия*

Белгородский государственный национальный исследовательский университет

Аннотация: в данной статье проведено исследование влияния инноваций на конкурентоспособность российских предприятий. Конкуренция в области инновационной деятельности – это своего рода инновационный конкурс с непредсказуемыми в некоторых случаях результатами при решении научно-технических, социально-экономических и других проблем. Для повышения полезного эффекта от выпускаемой продукции предприятие должно использовать в своей конкурентной борьбе инновационный подход.

Ключевые слова: инновация, инновационное предпринимательство, конкурентоспособность, закономерности социально-экономического развития.

INNOVATIONS AS WAY OF INCREASE OF COMPETITIVENESS OF THE ENTERPRISE

*A.P. Mochalova Ya. V.,
student Orlova N. K.
Belgorod, Russia*

Belgorod state national research university

Abstract: this article investigation of the influence of innovation on competitiveness of Russian enterprises. Competition in the field of innovation – this is the kind of innovation contest with unpredictable in some cases results in solving scientific-technical, socio-economic and other problems. To increase the useful effect of the manufactured products, the company must use its competitive struggle innovative approach.

Key words: innovation, innovative entrepreneurship, competitiveness, regularities of socio-economic development.

Конкуренция в национальной экономике направлена на выполнение ряда функций, при этом самые важные функции – фиксация рыночной стоимости продукции, сведение результатов конкретного труда работников к необходимому общественному труду. Конкуренция также содействует процессам выравнивания индивидуальных стоимостей, что, соответственно, приводит к дифференциации уровня прибыли посредством установления различий по показателям эффективности управления производством и производительности труда. С точки зрения межотраслевых взаимодействий конкуренция направлена на формирование средней нормы прибыли, а также ведет к рациональному перераспределению доходов между отраслевыми предприятиями, регулирует сложившиеся пропорции промышленного производства, помогает осуществить экономический отбор, наконец, поощряет сильнейших экономических субъектов. В современной рыночной экономике процессы конкурентной борьбы должны способствовать активизации предпринимательской деятельности, приводить к интенсификации развития региональных экономик, обеспечивать ускоренное и рациональное применение результатов научно-технического прогресса при организации промышленного производства. Также конкуренция должна обеспечивать полное удовлетворение существующих потребностей в самой разнообразной высококачественной и конкурентоспособной продукции, услугах, позволять охранять все категории потребителей от возможного диктата производителей, помогать бороться с проявлением монополизации отдельных локальных рынков [1, с. 107].

Конкурентоспособными следует считать те товары, комплекс стоимостных и потребительских характеристик которых определяет их успех на целевых рынках, фактически способность данных товаров обмениваться на деньги применительно к условиям широкого предложения для обмена других потенциально конкурирующих продуктов-аналогов. Конкурентоспособные товары – это синтетический показатель, который отражает итоги многих важных слагаемых: уровня эффективности деятельности конструкторских бюро; экономической деятельности предприятий, смежников данных предприятий; работы внешнеэкономических структур по продаже экспортной продукции на различных внешних рынках. Применительно к мировому рынку – это и достигнутый технико-технологический уровень и высокое качество товаров. Здесь же следует указать и умелое маневрирование продукцией применительно к рыночному пространству во времени (арбитраж), а самое главное – максимально возможный учет требований целевых рынков, конкретных групп покупателей. Конкурентоспособные товары предполагают гибкую реакцию экспортеров на требования целевых рынков и экономическое поведение конкурентов. Товары требуемой и ожидаемой потребительской ценности должны быть произведены в необходимом количестве, а также вовремя доставлены покупателям; важно, кроме этого, гарантировать послепродажный сервис на высоком уровне, которой сложился в современной мировой практике обслуживания потребителей [2, с. 203].

Необходимо также указать на тесную взаимосвязь понятий «качество» и «конкурентоспособность».

«технический уровень» и «конкурентоспособность». Правда, ставить равенство между первым указанным понятием и прочими двумя – неправомерно. «Конкурентоспособность» намного шире как понятие, нежели чем понятие «качество» или «технический уровень» продукции. Следует при этом согласиться, что два последних понятия, тем не менее, являются важнейшими составными частями конкурентоспособной продукции. Важное значение для современных предприятий играет контроль над патентами и ноу-хау по выпуску определенных видов продукции. Посредством этого появляются возможности по созданию все новых и новых образцов продукции, придерживаясь при этом одной рациональной базовой модели производства. Обеспечение качества и высоких темпов экономического развития связано с ускоренным решением важнейших задач в области повышения уровня конкурентоспособности предприятий. Повышение уровня конкурентоспособности связано с осуществлением активизации инновационных процессов, например, с внедрением высоких промышленных технологий, включая и ресурсосберегающие технологии. Также указанные процессы предполагают расширение выпуска новой продукции, которая обладает лучшими потребительскими и функциональными свойствами, а также способна успешно соперничать с другими предприятиями на внешнем и внутреннем рынках [3, с. 96].

Конкуренция при организации инновационной деятельности предприятия – это фактически инновационный конкурс, имеющий непредсказуемые для некоторых случаев результаты, связанные с необходимостью решения социально-экономических, научно-технических и прочих проблем. Для обеспечения полезных эффектов от изготавливаемой продукции предприятия должны применять в конкурентной борьбе основные инструменты инновационного подхода. Также, следует реализовать системный подход применительно к становлению результативного воспроизводственного инновационного цикла предприятий посредством оптимального применения всех факторов, элементов, механизмов, посредством включения их в контур интеграции и кооперации технологической структуры, модернизированной техники, технологических укладов, используемого производственного потенциала, производительных сил работников, базовых нововведений в экономике [4, с. 46].

Конкуренция применительно к инновационной сфере – это совокупность экономических процессов взаимодействий, взаимосвязей, а также борьбы между различными выступающими на локальных рынках предприятиями, ориентированных на реализацию целей по обеспечению наилучших возможностей по сбыту продукции, удовлетворению разнообразных покупательских потребностей. Результатом конкуренции на локальных рынках любых видов продукции, включая и инновационной продукции, следует считать как обострение рыночных и производственных отношений, так и развитие науки, предполагающее появление новых вариантов и решений промышленного производства продукции, улучшение имеющихся промышленных технологий по производству, обеспечение притока инвестиций для повышения экономического потенциала прогрессивных отраслей национальной экономики.

С учетом нарастающей конкурентной борьбы за планомерное сокращение загрязнений внешней окружающей среды предприятиям необходимо будет отслеживать последние новейшие тенденции для их последующего освоения в производстве. Здесь важным элементом экономической деятельности предприятий будут инновации, а конкурентоспособность изготовленных продуктов на основе инноваций будет определять и прибыль, и смысл существования предприятий на локальных рынках.

Таким образом, на сегодняшний день в конкурентной среде инновации являются особым преимуществом в развитии, продвижении и закреплении своих позиций на рынке. Любое предприятие привлекает покупателей и инвесторов своей уникальностью. Любая инновация имеет конкретную ориентацию на конечный результат, она изучается как сложный научный процесс, обеспечивающий социально-экономический и технический эффект. Инновационная деятельность направлена на создание необходимых рынков продуктов, услуг и технологий, которая осуществляется в единстве со средой, из этого следует, что только инновационный вектор развития, заложенный в стратегию, позволит осуществить подъем в экономике.

Литература

1. Алешенко, В.В. Теоретико-методологические вопросы конкурентоспособности экономических систем [Текст] / В.В. Алешенко // Маркетинг в России и за рубежом. – 2010. – № 1. – С. 106-112.
2. Томпсон-мл., Артур А., Стрикленд, А. Дж. Стратегический менеджмент: Концепции и ситуации для анализа [Текст] / Артур А. Томпсон-мл., А. Дж. Стрикленд. – М. : Издательский дом «Вильямс», 2012. – 476 с.
3. Фатхутдинов, Р.А. Конкурентоспособность организаций в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент [Текст] / Р.А. Фатхутдинов. – М. : Издательство «Маркетинг», 2014. – 892 с.
4. Филатов, В.В., Колосова, Г.М., Денисова, Н.А. Стратегические подходы к инновационному сервису, формирующему новые региональные рынки в современных условиях развития социально-экономических систем [Текст] / В.В. Филатов, Г.М. Колосова, Н.А. Денисова // Научно-практический журнал «Качество. Инновации. Образование». – № 9. – 2012. – С.44-49.