

*Шпак Галина Борисовна*

канд. экон. наук, доцент

*Болодурина Василина Алексеевна*

студентка

ФГБОУ ВО «Хабаровский государственный  
университет экономики и права»  
г. Хабаровск, Хабаровский край

## **ИНОВАЦИИ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

*Аннотация:* в данной статье авторы раскрывают значение инновационной деятельности в обеспечении конкурентоспособности предприятия, а также показывают, как изменяется качество ресурсной базы инновационного предприятия. Особое внимание в работе уделено соответствию видов инноваций и видов конкурентоспособности предприятия.

*Ключевые слова:* инновации, инновационная деятельность, инновационная активность предприятия, конкурентоспособность предприятия.

Конкурентоспособность является показателем уровня развития хозяйствующего субъекта в сравнении с аналогичными фирмами, действующими на том же рынке.

В постиндустриальной экономике одновременно с развитием науки и техники меняются потребности людей, требования к потребляемым товарам и услугам становятся всё более высокими. Для того чтобы выжить на таком остроконкурентном рынке, современные предприятия вынуждены идти в ногу со временем, создавать принципиально новые продукты, совершенствовать традиционно выпускаемые виды продукции, улучшать собственный имидж, привлекать качественные ресурсы, заботиться об улучшении финансовых результатов.

Среди факторов повышения конкурентоспособности предприятия можно выделить [1]:

- внедрение в производство новейших достижений науки и техники;
- увеличение числа высококвалифицированных сотрудников;

- рост качественных показателей товара или услуги при одновременном уменьшении издержек производства;
- освоение новых внутренних и внешних рынков сбыта продукции.

Используя в производстве достижения научно-технического прогресса, производитель товаров и услуг может создавать принципиально новые товары, совершенствовать технологию производства, значительно повышать качество продукции. Всё это дает возможность предприятию существенно влиять на собственную конкурентоспособность и рыночную позицию.

Для эффективного внедрения в производственный процесс новейших достижений науки и техники необходим высококвалифицированный персонал, который сможет не только реализовать предложенные руководством идеи, но и принять непосредственное участие в инициировании изменений в организации. Инициативные квалифицированные сотрудники представляют собой один из наиболее важных экономических ресурсов предприятия, позволяющих организации выйти на новый уровень развития.

Сегодня лишь небольшая часть российских предприятий уделяет этому вопросу должное внимание. Мотивация сотрудников на результат, улучшение условий работы – важные составляющие успеха, на которые руководители должны обратить внимание, поскольку эти затраты вернутся повышением качества и количества выпускаемой продукции, уменьшением количества обслуживающего предприятия персонала.

Способность хозяйствующего субъекта быть конкурентоспособным закладывается ещё на этапе проектирования производственного предприятия. Следовательно, конкурентоспособностью можно и нужно управлять. Специалисты по маркетингу должны рассчитать соотношение качества, сервиса и стоимости товара или услуги, которое позволит обеспечить конкурентоспособность продукции и приведёт компанию к успеху.

Вначале осуществляется маркетинговый анализ, задачами которого являются:

- изучение платежеспособного спроса на товар или услугу;

- исследование существующих и потенциальных рынков сбыта;
- обоснование ассортимента продукции;
- определение объема продукции;
- оценка возможных рисков, связанных с выведением товара (услуги) на рынок;
- определение возможных резервов повышения качества продукции;
- оценка эффективности производства.

Фирма, которая провела необходимые маркетинговые исследования, не выйдет на рынок с некачественной или маловостребованной продукцией. Её продукция конкурентоспособна и выгодно отличается от продукции других участников рынка.

Показателем конкурентоспособности предприятия на рынке является то, насколько его товар удовлетворяет ожиданиям потребителя. Конкурентный товар более привлекателен для покупателя на действующем рынке по цене и качеству, чем аналогичная продукция других фирм.

Вопрос повышения конкурентоспособности российских предприятий актуален, поскольку только конкурентоспособные предприятия могут эффективно функционировать в условиях рынка. Основные способы повышения конкурентоспособности – это ориентация на потребности покупателя, подстройка под условия рынка, повышение качества продукции, улучшение условий и качества работы персонала, внедрение инновационных разработок в производство.

Из перечисленных путей повышения конкурентоспособности предприятия особое место занимают инновации, так как они оказывают влияние на все составляющие конкурентоспособности. Различают производственно-технологическую, экономическую, социальную и психологическую конкурентоспособность. На эти виды конкурентоспособности влияют разные типы инноваций: технические, маркетинговые, организационные, управленические.

Новшества в организации труда и управлении персоналом дают возможность оптимизировать потери рабочего времени, снизить трудоемкость. Установка оборудования меньшего энергопотребления, снижение отходов производства дает возможность снизить экологический вред и повысить рациональность производства. На рост психологической конкурентоспособности оказывает влияние, например, обновление дизайна, разработка нового стиля, ребрендинг, следование модным тенденциям. Комплексное внедрение инноваций уменьшает издержки, что позволяет сделать стоимость продукции более конкурентоспособной [2].

В международной практике инновацией принято считать окончательный результат инновационной деятельности, представленный в виде нового или модернизированного продукта или технологического процесса для осуществления производства.

В период становления постиндустриального общества ценность стали представлять не только товары, работы и услуги, но и информация, результаты интеллектуального труда. Инновации сегодня чаще всего определяют именно как результат интеллектуальной деятельности. Соответственно, под инновациями понимают процесс (или его результат) применения результатов интеллектуальной деятельности, отдачу от объектов интеллектуальной собственности в процессе осуществления деятельности хозяйствующего субъекта (например, выпуск патентоспособной продукции, создание товаров и услуг нового мирового уровня качества) [3].

Важным показателем внедрения инноваций на предприятии является инновационная активность – целенаправленная деятельность производителя, направленная на приращение рыночных, технологических, организационных и других показателей в конкурентоспособное время.

Согласно данным, размещённым на сайте Федеральной службы государственной статистики, текущие показатели инновационной деятельности по Российской Федерации представлены в таблице 1.

Анализ представленных данных позволяет отметить рост инновационной активности российских организаций с 9,5% в 2010 году до 9,9% в 2014 году.

Таблица 1  
Основные показатели инновационной деятельности в РФ

| Показатель  | 2010 г. | 2011 г. | 2012 г. | 2013 г. | 2014 г. |
|---|---------|---------|---------|---------|---------|
| Инновационная активность организаций (удельный вес организаций, осуществляющих инновации, в общем числе обследованных организаций, %) | 9,5     | 10,4    | 10,3    | 10,1    | 9,9     |
| Удельный вес инновационных товаров, работ, услуг в общем объёме отгруженных товаров, выполненных работ, услуг (%)                     | 4,8     | 6,3     | 8,0     | 9,2     | 8,7     |
| Удельный вес организаций, осуществлявших организационные инновации, в общем числе обследованных организаций (%)                       | 3,2     | 3,3     | 3,0     | 2,9     | 2,8     |
| Удельный вес организаций, осуществлявших маркетинговые инновации, в общем числе обследованных организаций (%)                         | 2,2     | 2,3     | 1,9     | 1,9     | 1,7     |
| Удельный вес организаций, осуществлявших экологические инновации, в общем числе обследованных организаций (%)                         | 4,7     | 5,7     | 2,7     | 1,5     | 1,6     |
| Темпы роста отгруженных товаров собственного производства, выполненных собственными силами работ и услуг (%)                          | 100,0   | 129,5   | 139,3   | 148,6   | 159,8   |
| в том числе инновационных товаров, работ, услуг (%)   | 100,0   | 169,3   | 230,0   | 282,0   | 287,8   |

Рассчитано по [4].

Однако устойчивой тенденции роста нет, пик инновационной активности наблюдался в 2011–2012 гг. (10,4%). Вместе с тем, отметим стабильный рост показателя «удельный вес инновационных товаров, работ и услуг в общем объёме отгруженных товаров, выполненных работ». Ещё более показательными являются опережающие темпы роста инновационной продукции в сравнении с тем-

пами роста отгруженной продукции собственного производства. Если рассматривать вклад инноваций различного вида в обеспечение данных результатов, то в первую очередь следует выделить технические и технологические инновации. На этом фоне наблюдается снижение доли экологических, маркетинговых и организационных инноваций.

На основании этих данных можем сделать следующие выводы:

1. Отгрузка инновационных товаров растёт, и в стоимостном измерении увеличилась за период 2010–2014 годы почти в 3 раза.
2. Рост отгрузки инновационных товаров значительно опережает рост отгрузки всех товаров, произведённых собственными силами (этот показатель вырос только на 60%).
3. Снижение инновационной активности организаций в общем числе обследуемых организаций говорит о том, что стало внедряться меньше инноваций, и в основном развиваются уже действующие инновационные предприятия. Кроме того, существенное влияние на этот показатель имеет действующая политическая ситуация и экономические санкции.

Многие российские предприятия работают с применением импортных материалов и оборудования. Задержка или отмена поставок, безусловно, отражается на инновационной активности организаций. Кроме того, в условиях экономического кризиса последних лет многие государственные федеральные и региональные программы по поддержке инноваций приостановлены, или их финансирование существенно урезано, поэтому развиваться инновационным предприятиям в последние годы стало сложнее.

Выходом из этой ситуации может стать политика импортозамещения, которая основана на активном внедрении новшеств. Ожидается, что это позволит поднять конкурентоспособность отечественного производства.

### ***Список литературы***

1. Айдинова А.Т. Пути повышения конкурентоспособности предприятий / А.Т. Айдинова, Е.С. Головко // Молодой ученый. – 2015. – №12. – С. 371–373.

2. Козлов Д.В. Инновации как ключевой фактор повышения конкурентоспособности предприятий / Д.В. Козлов // Молодой ученый. – 2011. – №9. – С. 94–97.

3. Полетаев В.Э. Государство и бизнес в России: инновации и перспективы: Монография / В.Э. Полетаев. – М.: Инфра-М, 2016. – 281 с.

4. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru>