УДК 339.13

Гикава Олена

Hykava Olena

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

РОЛЬ ІННОВАЦІЙ У СТВОРЕННІ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА

THE ROLE OF INNOVATIONS IN CREATION OF COMPETITIVE ADVANTAGES OF THE ENTERPRISE

«Інновації відрізняють лідера від послідовника»

Стів Джобс (2011)

Інновації є рушійною силою зростання, рентабельності та конкурентоспроможності підприємства. Незважаючи на те, що їх можна з легкістю включити в категорію розробки продукту чи технології, вони відносяться до фундаментальних проблем усього бізнесу, тому можна сміло вважати використання інновацій окремим безперервним процесом. В той же час інновації – одні із найбільших можливостей для спеціалістів по маркетингу, які дають змогу залишити свій слід в організації, використати усі глибокі пізнання можливостей ринку та потреб клієнтів, бути ближче до стратегічних цілей [1, с. 204].

Останнім часом економісти почали надавати більшого значення фундаментальним та прикладним дослідженням, і, зокрема, інноваціям - як складовій частині згаданої дослідницької діяльності. Саме тому всі документи, які представляють міжнародні угоди, надають особливе місце інноваціям, які вважаються чинником конкурентоспроможності продукції та послуг. Інновації знаходяться в середині економічного росту, оскільки саме вони є ключовим фактором його зростання, і таким чином вони стають чинником конкурентоспроможності.

Компанії, які є успішними та стрімко розвиваються, – це ті, що використовують інноваційні рішення щодня, і саме тому значний відсоток їх доходів генерується новими або якісно вдосконаленими товарами та послугами. Вони повинні довести свою здатність адаптуватися до змін у бізнес - середовищі, щоб залишитись на здобутих позиціях.

Інновація - це комерційна реалізація найкращих ідей, методів роботи та навіть бізнес-моделей для компанії, що стає найважливішим компонентом довготривалого двигуна економічного зростання. У цьому контексті здатність компаній використовувати інновації, а особливо, забезпечити завершення даного процесу, безпосередньо впливає на економічне зростання. Незважаючи на це, вплив інновацій важко кількісно визначити через довгий період часу для перетворення знань в економічну цінність через значні витрати та невизначеність, що характеризує кожен етап інноваційного процесу [2, с. 14].

Бізнес-інновації тісно пов’язані з ринковими інноваціями, компаніями, які формують ринок, оновленням потреб клієнта, каналами зв'язку та правилами, за якими вони діють. Також, оновлення ринку не може відбуватися лише на стратегічному рівні, але і на тактичному, створюючи адекватний контекст, ставлення, інфраструктуру та апетит, щоб забезпечити конкурентний та комерційний успіх найкращих ідей [1, с. 205].

Мотивація до використання інновацій з’являється у організацій у кількох формах, наприклад: збільшення частки ринку, придбання нового ринку, покращення якості продукції, розширення асортименту товару, заміна застарілих продуктів, зменшення впливу на зовнішнє середовище, тощо. Інновації впливають абсолютно на усі процеси в організації, від дослідно-конструкторської діяльності, до роботи персоналу. Результати інноваційної діяльності можна спостерігати у покращенні якісних характеристик, збільшенні якості послуг, вдосконаленні систем управління

бізнесом тощо. У наш час клієнти хочуть бачити на ринку більш досконалий та якісний продукт за помірну ціну, який гарантує безпеку та простоту у користуванні. Далеко не усі компанії на даному етапі можуть це забезпечити. Тому тільки інноваційна компанія, яка базується на інформації та дослідженнях буде компанією «майбутнього», гнучкою до змін та залишатись продуктивною, яка характеризується: здатністю швидко адаптуватись до змін, що стосуються матеріалів та методів обробки; спроможністю виготовляти широкий асортимент якісних товарів з низькими товарами та в короткий період часу; здатністю успішно інтегрувати нові технології в існуючу систему [3].

Отже, побудова економіки, основаної на знаннях, стала раціональною метою для будь-якої держави, оскільки вона являє собою шлях до економічної конкурентоспроможності, зростання та процвітання.

Перелік посилань:

1) Фіск, П. Маркетинг / П. Фікс. – К.: Вид-во Метеор Прес, 2008. – С. 204-205.

2) Петраріо, І.-Р. Інновація: шлях до конкурентоспроможності та зростання. Країни Центральної та Східної Європи / І.-Р. Петраріо, Р. Бумбас, Р. Сіобану // Теоретична та прикладна економіка, 2013. – Т. 20. – № 5 (582). – С. 14

3) Інновації, джерело конкурентних переваг [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://mastermrufeaa.ucoz.com/s6/Lacatus_Sebastian_EAA.pdf.