

УДК 330.341.1:637.1.009.12

Лазарищак С.Я.  
студент

Миколаївського національного аграрного університету

Живенков Є.С.  
студент

Миколаївського національного аграрного університету

## ВПЛИВ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ МОЛОКОПРОДУКТОВОГО ПІДКОМПЛЕКСУ

### INFLUENCE OF INNOVATIVE ACTIVITY IS ON INCREASE OF COMPETITIVENESS OF ENTERPRISES OF MILK SUBCOMPLEX

#### АНОТАЦІЯ

У статті розглянуто сутність понять конкурентоспроможності та інноваційної діяльності, визначено рівні та чинники їхнього впливу. На основі цього проведено оцінку впливу інноваційної діяльності на підвищення конкурентоспроможності підприємств молокопродуктового підкомплексу. Визначено нові технології, впровадження яких дозволить підвищити конкурентоспроможність молочної продукції.

**Ключові слова:** інновації, інноваційна діяльність, конкурентоспроможність, конкурентоспроможність підприємств, молокопродуктовий підкомплекс.

#### АННОТАЦИЯ

В статье рассмотрены сущность понятий конкурентоспособности и инновационной деятельности, определены уровни и факторы их влияния. На основе этого проведена оценка влияния инновационной деятельности на повышение конкурентоспособности предприятий молокопродуктового подкомплекса. Определены новые технологии, внедрение которых позволит повысить конкурентоспособность молочной продукции.

**Ключевые слова:** инновации, инновационная деятельность, конкурентоспособность, конкурентоспособность предприятий, молокопродуктовый подкомплекс.

#### ANNOTATION

In article the essence of concepts of competitiveness and innovative activity are considered, levels and factors of their influence are determined. On the basis of it the assessment of influence of innovative activity on increase of competitiveness of the enterprises of a milk subcomplex is carried out. New technologies which introduction will allow to increase competitiveness of dairy products are defined.

**Keywords:** innovations, innovative activity, competitiveness, competitiveness of the enterprises, milk subcomplex.

**Постановка проблеми.** Конкуренція є найважливішим атрибутом ринкової економіки. Досвід розвинених країн свідчить, що конкуренція виступає важливим чинником стимулювання господарської активності, розширення асортименту та підвищення якості продукції, зниження витрат і стабілізації економічного зростання. Це основні переваги підприємства на ринку, які забезпечують успішний збут в умовах конкуренції [2, с. 147]. Отже, головною складовою динамічного розвитку підприємства є конкурентоспроможність, оскільки у сучасній боротьбі при всій її масштабності, динамізмі і гостроті виграє той, хто аналізує і виборює свої конкурентні позиції. Але щоб і далі мати можливість постійно конкурувати з іншими

підприємствами, щоб займати лідируючі позиції на світових ринках, підприємству потрібно постійно нарощувати свою міцність. Проте без впровадження сучасних інноваційних технологій у виробництві це неможливо. Особливої актуальності питання конкурентоспроможності підприємств набуває у рамках угоди про створення зони вільної торгівлі між Україною та ЄС. Адже саме зараз вітчизняні підприємства отримали пільгові умови виходу на зовнішній ринок, лише за умови їх конкурентоспроможності на цьому ринку, досягти якої вони можуть за рахунок розвитку інноваційної діяльності.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** На даний час питання підвищення конкурентоспроможності продукції, а також впливу на неї інноваційної діяльності перебуває у центрі уваги наукових і практичних працівників, йому присвячена значна кількість наукових досліджень і робіт вітчизняних та закордонних вчених, таких як І.Ю. Гришова, О.І. Дацій, С.М. Ілляшенко, М.О. Клименко, В.М. Осипов, М.К. Пархоμεць, М. Портер, Ю.І. Продіус, П.Т. Саблук, О.А. Стрелець та ін. Однак на сьогоднішній день вплив інноваційної діяльності на підвищення конкурентоспроможності підприємств молокопродуктового підкомплексу потребує більш повного дослідження.

**Постановка завдання.** Метою роботи є дослідження впливу інноваційної діяльності на конкурентоспроможність підприємств молокопродуктового підкомплексу.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Під конкурентоспроможністю підприємства розуміють здатність підприємства адаптуватися до змін зовнішнього середовища і забезпечувати при цьому певний рівень конкурентних переваг.

За класичним визначенням М. Портера, «конкурентоспроможність – це визначене сукупністю факторів положення товаровиробника на внутрішніх і зовнішніх ринках, віддзеркалене через сукупність показників» [6, с. 896].

Встановлено, що показник рівня конкурентоспроможності підприємства – узагальнюючий показник життєздатності підприємства, його

вміння ефективно використовувати свій виробничий, науково-технічний, трудовий, фінансовий потенціал. Цей показник відображає результати роботи всіх підрозділів, тобто стан внутрішнього середовища, а також здатність його реагування на зміну зовнішнього. При цьому особливо важливою є здатність підприємства оперативно й адекватно реагувати на зміну у поведінці споживачів, їхніх смаків і переваг, тобто його здатність пропонувати ринку конкурентоспроможну продукцію.

Визначено, що на конкурентоспроможність молокопродуктових підприємств впливають об'єктивні і суб'єктивні, зовнішні і внутрішні чинники (рис. 1). До об'єктивних чинників, які зумовлені довготривалими тенденціями і не пов'язані з вольовими рішеннями конкретного суб'єкта, варто віднести економічні закони, які активно впливають на інноваційну діяльність (наприклад, закон зростання продуктивності праці, закон попиту тощо), а до суб'єктивних чинників, належать ті, дія яких є прямим наслідком свідомо прийнятих рішень. До зовнішніх належать чинники, які зумовлюють взаємодію підприємства із зовнішнім (економічним, соціальним, науково-технічним та ін.) середовищем. А внутрішні чинники можна визначити як істотні особливості підприємства, що відрізняють його від конкурентів і визначають його інноваційну спроможність.

В останні роки у зв'язку із світовою фінансовою кризою у молокопродуктовому підкомплексі простежуються негативні фактори глобального характеру, головним серед яких треба відзначити різке і тривале падіння на продукцію підприємств цієї галузі, що пов'язано з падінням попиту на молочну продукцію. Ця ситуація висуває жорсткі вимоги до підприємств у всьому світі й одночасно звужує їхні можливості, що, безумовно, призводить до загострення конкуренції. Тому, вітчизняним підприємствам потрібно підвищувати свою конкурентоспроможність за рахунок впровадження інноваційних технологій. Підвищення конкурентоспроможності дозволяє підприємству мати запас достатньо розвинутих конкурентних переваг, що забезпечують його функціонування за умов несприятливих змін зовнішнього економічного середовища.

Встановлено, що на рівень підвищення конкурентоспроможності підприємства молокопродуктового підкомплексу найважливіший вплив мають такі фактори:

- науково-технічний рівень і ступінь удосконалювання технології виробництва;
- використання новітніх винаходів і відкриттів;

- упровадження сучасних засобів автоматизації виробництва.

Вважаємо, що вирішальним фактором, що визначає стабільність конкурентоспроможності підприємств молокопродуктового підкомплексу – це не просто його здатність виробляти і реалізувати високоякісну молочну продукцію, а і можливість забезпечити нею комерційний успіх. Тому інноваційний тип економічного розвитку дедалі більше стає тим фундаментом, який визначає економічну міць підприємства та його перспективи на світовому ринку.

Визначено, що проблемами впровадження інновацій на сучасних підприємствах займалися такі вчені: Х. Беррі вважав, що перспективні ідеї не завжди є породженням розумів начальників, більшість з них надходять знизу; Р. Сатто впевнений у тому, що інновації народжуються, коли разом збираються люди, які по-різному дивляться на одні й ті ж самі речі. Він вважає, що логіка, яка породжує інновації, повністю суперечить тим правилам, які лежать в основі роботи компанії.

За Законом України «Про інноваційну діяльність», інновації – це новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені конкурентоспроможні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери [1].

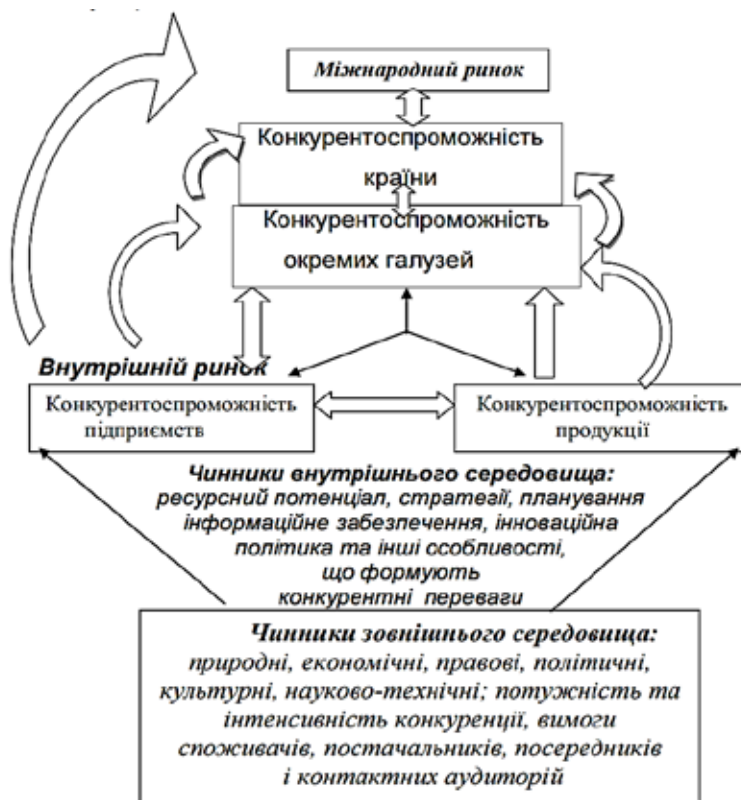


Рис. 1. Рівні конкурентоспроможності та чинники впливу [5, с. 351]

Під інноваціями як чинником підвищення конкурентоспроможності ми розуміємо кінцевий результат інноваційної діяльності, що отримав реалізацію у вигляді нового або вдосконаленого продукту на фундаментальному рівні, який використовується для подальшої реалізації в практичній діяльності, а також – це результат впровадження інноваційних розробок на ринку, тобто винахід, доведений до стадії комерційного використання – продукту або товару, коли вони починають давати економічний ефект. Характеризуючи значення інновацій для підприємств молокопродуктового підкомплексу, варто відзначити, що інноваційні процеси забезпечують оптимізацію організаційних форм взаємозв'язків, сприяють розвитку інфраструктури у системі молокопродуктового підкомплексу та стають підґрунтям формування ефективних мотиваційних механізмів щодо їх подальшого функціонування на ринку [3, с. 122].

Встановлено, що інновації в молокопродуктовому підкомплексі – це кінцевий результат креативної діяльності, втілений у виведеному на ринок новому чи вдосконаленому молочному продукті, технологічному процесі, що використовується у практичній діяльності.

За ступенем впливу на конкурентоспроможність підприємства молокопродуктового підкомплексу важливим є поділ інновацій на два типи: базові інновації та інновації ситуативно-похідного типу.

Перший тип інновацій пов'язаний з фундаментальними проривами в науково-технічній сфері. Здійснення таких інновацій здатне змінити параметри конкурентної боротьби, істотно покращуючи якість виробничого процесу у сферах діяльності технологічних лідерів або навіть монополістів. Здійснення такого типу інновацій потребує наявності на підприємстві значного обсягу фундаментального знання (або доступу до нього) і є можливим далеко не для кожного підприємства [7, с. 558].

Другий тип інновацій не має такого кардинального впливу на конкурентоспроможність, як базові інновації. Ситуативно-похідні інновації хоч і підвищують ефективність господарювання, але вирішують локальні завдання у ринковій діяльності підприємства. Саме ситуативно-похідні інновації є типовими для більшості інноваційно активних підприємств.

Упровадження пошуку способів ефективної організації управління інноваціями у виробництво є інноваційною діяльністю. Сама інноваційна діяльність характеризується прискоренням темпів створення новин, їх дифузії, що сприяє поглибленню та підвищенню конкурентоспроможності підприємств молокопродуктового підкомплексу.

Встановлено, що збільшення обсягів виробництва на вітчизняних підприємствах молокопродуктового підкомплексу здійснюється на технологічній базі, яка була сформована головним

чином у попередні десятиріччя ХХ століття. За останні роки кількість підприємств, які впроваджують інновації, не зросла, а навпаки – зменшилася. Так, лише кожне десяте підприємство проводить інноваційну діяльність, тоді як у розвинутих країнах частка інноваційно активних підприємств складає більше 70%. На основі ґрунтовного аналізу стану справ у молокопродуктовому підкомплексі, визначенням місця України на світовому ринку провідними фахівцями галузевих науково-дослідних інститутів розроблені проекти Національної програми розвитку молокопродуктового підкомплексу та державної «Програми розвитку молочної продукції України». Науково-дослідні організації молокопродуктового підкомплексу України продовжують працювати над проблемами галузі і створенням продукції, яка дозволить досягти якісно нового рівня розвитку виробництва за рахунок впровадження нових технологічних процесів, ресурсозберігаючих та екологічно безпечних технологій, нового обладнання, сучасної нормативної бази та інше. Це призвело до появи наукових установ з принципово новими формами організації наукової діяльності та оплати праці фахівців [4, с. 32].

Актуальним напрямком інноваційної діяльності підприємств молокопродуктового підкомплексу є впровадження і розвиток CALS-технологій. CALS-технологія – це стратегія організації виробництва нових виробів на базі інженерної технології, що базується на електронній моделі виробу. Застосування принципів CALS-технології дозволить вирішити такі завдання: скорочення часу створення нової продукції, оптимізації процесів організації її виробництва і реалізації на ринку; підвищення якості процесів проектування і виробництва; поліпшення експлуатаційного обслуговування; зниження витрат за прямими капітальним вкладенням, оплаті праці, освоєнню виробництва виробу, накладних витрат, маркетингу тощо.

Принциповою умовою при переході до CALS-технології є те, що на перше місце при комп'ютеризації ставиться завдання реорганізації як виробничих процесів, так і діяльності підприємства в цілому з метою підвищення його конкурентоспроможності. Технологічні процеси комп'ютеризуються тільки після поліпшення, перепроектування, переосмислення функціональних зв'язків, скорочення випускається технічної документації. Освоєння нової продукції на базі CALS-технології дає економічний ефект завдяки переходу на якісно новий рівень подання інформації про виріб, основним принципом якого є одноразове створення даних та їх багаторазове використання.

Виявлено, що CALS-технології допоможуть прискорити процес створення нової продукції і істотно знизити витрати на їх виробництво і збут, що підвищить конкурентоспроможність продукції, що випускається підприємствами молокопродуктового підкомплексу.

За предметно-змістовної структури до поліпшення споживчих властивостей товару та підвищення конкурентоспроможності призведуть продуктивні інновації: перетворення, що вносяться до процесів виробництва товарів: зниження витрат, вартості, підвищення якості, порівняльних і конкурентних переваг, що стається під впливом процесних інновацій.

Підвищення конкурентоспроможності у сучасних ринкових умовах найефективніше тоді, коли підприємство вводить в експлуатацію новітнє обладнання і технології. Технологія здатна впливати на виробничу функцію, адже за умови використання нових технологій з одиниці ресурсу виробляється значно більше продукції.

Основна мета впровадження нових технологій – це підвищення конкурентоспроможності підприємства, збільшення обсягу виробництва або зменшення витрат на одиницю виробленої продукції. Перш ніж прийняти рішення про впровадження нової технології, важливо розрахувати, чи призведе ця інновація до зменшення витрат на одиницю продукції та чи зростатиме виробництво швидшими темпами, ніж загальні витрати.

**Висновки та напрями подальших досліджень.** В умовах посилення конкуренції на внутрішньому та зовнішніх ринках українські молокопродуктові виробники повинні виробляти конкурентоспроможну продукцію, постійно підвищувати її якість, удосконалювати технології виробництва та максимально забезпечувати продовольством не тільки Україну, а і виходити на міжнародні ринки. При цьому забезпечення та утримання конкурентоспроможності на достатньо високому рівні неможливе без реалізації активної інноваційної діяльності.

Досліджено, що інноваційна діяльність підприємств молокопродуктового підкомплексу

реалізується через: збільшення обсягів виробництва та реалізації (в тому числі на експорт), розширення модельного ряду і номенклатури виробленої молочної продукції, підвищення якості роботи організаційної структури, освоєння нових ринків збуту. Основними напрямами удосконалення інноваційної діяльності підприємств є питання сертифікації продукції, оптимізації роботи з постачальниками, оновлення продукції, розвитку товаропровідної мережі, впровадження і розвитку інформаційних технологій. Реалізація цих завдань є запорукою підвищення ефективності діяльності усього молокопродуктового підкомплексу і конкурентоспроможності продукції.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Про інноваційну діяльність: Закон України від 04.07.2002 р. № 40-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/40-15>.
2. Балабанова Л.В. Управление конкурентоспособностью предприятий на основе маркетинга / Л.В. Балабанова, А.В. Кривенко. – Донецк: ДонГУЕТим. Туган-Барановского, 2008. – 147 с.
3. Березіна Л.М. Інноваційна політика підприємств АПК: тактичні та стратегічні аспекти // Л.М. Березіна // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2013. – № 4. – С. 122.
4. Грищенко О.В. Сучасний стан та перспективи розвитку молочнопродуктового підкомплексу України / О.В. Грищенко // Агроінком. – 2010. – № 7-10. – С. 32-33 (0, 22 д.а.).
5. Клименко М.О. Основи та методологія наукових досліджень: навч. посіб. / М.О. Клименко, В.П. Фещенко, Н.М. Вознюк. – К.: Аграрна освіта, 2010. – 351 с.
6. Портер М. Международная конкуренция: конкурентные преимущества стран: Пер. с англ. – М.: Международные отношения, 2008. – 896 с.
7. Соловйов В.П. Інноваційна діяльність як системний процес у конкурентній економіці. – Київ, 2006. – С. 558.