

УДК 658.589

JEL Classification Code: M21; O31

Сокурець О.Ю.*студент, ФММ Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»***Макалюк І.В.***к. е. н., ст. викл. Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»*

ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА ЯК ГОЛОВНИЙ ФАКТОР ЙОГО КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

В статті досліджено сутність економічної категорії «конкуренція» та наведено наукові підходи до її трактування. Здійснено систематизацію понятійного апарату «конкурентоспроможність» та надане власне визначення даного поняття. Досліджено сутність та значення інновацій для розвитку підприємства та підвищення рівня його конкурентоспроможності. Проаналізовано рівень інноваційної активності в Україні та частку обсягу виконаних наукових і науково-технічних робіт у ВВП країни за 2010-2016 рр., та виявлено тенденцію до зниження останньої. Доведено важливість та необхідність технічного переоснащення підприємств для підвищення конкурентоспроможності продукції на вітчизняному і міжнародному ринках. Обґрунтовано потребу у розробленні напрямів підвищення інноваційного розвитку підприємства для забезпечення його конкурентоспроможності.

Ключові слова: конкуренція; конкурентоспроможність; конкурентна перевага; інновація; інноваційний розвиток; інноваційна активність.

Постановка проблеми. Забезпечення стабільного і динамічного економічного розвитку держави неможливе без планомірного створення і впровадження інновацій як на рівні окремих господарюючих суб'єктів, так і на рівні всього національного господарства. Використання інновацій дозволить створювати нові продукти і послуги, які замінять ті, життєвий цикл яких закінчується або вже завершився, що підвищить конкурентні переваги продавців такої продукції на ринку.

Сучасне економічне зростання в усьому світі визначається багатьма факторами, але важливу роль в даному процесі визначає обсяг впроваджуваних інновацій. Все це пояснює пильну увагу дослідників до цієї проблеми та її актуальність. Самі інновації стають пріоритетом економічної політики провідних світових держав.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання конкурентоспроможності підприємства та досягнення ним високої конкурентної позиції досліджували такі науковці, як Азоєв Г. Л. [2], Бутов А. М. [3], Должанський І. З. [4], Мазілка О. І. [8], Порожня Ю. Л. [11], Портер М. [12], Самойлик Ю. В. [13], Фатхутдінов Р. А. [17], Шершньова З. Є. [18], Юданов А. Ю. [20], Яновська В. П. [21] та ін. Проте проблемам інноваційного розвитку підприємства як фактора його конкурентоспроможності присвячена менша кількість наукових досліджень, зокрема – роботи Коуз Р. Г. [5], Кривенко Л. В., Лощиної Л. В. [6], Лященко О. В. [7], Ніколайчука О. Т. [9], Норт Д. С. [10], Сухарева О. С. [14], Уільямсона О. І. [15], Ульяницької Н. С. [16], Шульгіної Л. М. [19], Яремко Л. А. [22] та ін. Отже, питання розвитку інноваційних

процесів на українських підприємствах потребує подальших досліджень та наукових розробок.

Постановка завдання. Мета статті полягає у розкритті сутності та значення інноваційного розвитку підприємства як одного з головних умов його конкурентоспроможності. Предмет дослідження – теоретичні засади інноваційного розвитку підприємства. Об'єкт дослідження – стан інноваційного розвитку вітчизняних підприємств.

Виклад основного матеріалу. Питання конкуренції, її видів, факторів, що обумовлюють успіх підприємства у конкурентній боротьбі, достатньо розроблені у світовій та вітчизняній літературі. Широко відомі постулати конкурентної боротьби, проголошені у працях таких класиків економічної теорії як А. Сміт та Д. Рікардо, а також результати сучасних досліджень галузевої і міжнародної конкуренції, опубліковані М. Портером [12], А. Ю. Юдановим [20] та ін.

Конкуренція, за А. Смітом та Д. Рікардо, – це змагання заради прибутку. Визнання ролі ринкового механізму, що базується на конкуренції, як «невидимої руки ринку» у регулюванні відносини суб'єктів ринку, запропоновано А. Смітом у праці «Дослідження про природу та причини багатства народів» (1776 р.).

Сучасні дослідники ринку – Г. Л. Азоєв, П. С. Зав'ялов та Б. А. Райзберг зазначають, що конкуренція – це «економічний процес взаємодії, взаємозв'язку й боротьби...з метою...збуту своєї продукції, задоволення...потреб покупців» [2]. Г. Я. Кіперман розглядав поняття конкуренції як боротьбу за найбільш вигідні умови збуту. І це визначення перегукується із трактуванням попередніх вчених.

Макконнел К. Р., Брю С. Л. дійшли висновку, що конкуренція – це можливість незалежних покупців та продавців вільно входити чи залишати ринок. Перцовський Н. І. зазначав, що це – управління власними конкурентними перевагами задля задоволення потреб у межах законодавства.

Закон України «Про захист економічної конкуренції» [1] трактує термін конкуренції як економічну конкуренцію (конкурентність), тобто як змагання між суб'єктами господарювання задля отримання за рахунок власних досягнень конкурентних переваг над іншими суб'єктами господарювання, завдяки чому споживачі та суб'єкти господарювання отримують можливості обирати між кількома покупцями, продавцями, а сам суб'єкт господарювання не має можливості визначати умови товарообороту на ринку [1].

Як бачимо, трактувань поняття конкуренція є безліч, і кожне з них розставляє свої акценти на різних особливостях цього процесу. Можемо прийти до висновку, що конкуренція – це чесна та вільна боротьба подібного товару чи послуг у ринкових взаємовідносинах з метою збуту виготовленої продукції найвигіднішим способом та задоволення найрізноманітніших потреб покупців, та з розвитком нових технологій та інновацій.

Сучасні особливості розвитку міжнародного бізнесу та інтеграційних процесів обумовлюють необхідність пошуку нових більш дієвих підходів та методів до стратегічного управління підприємствами, які дозволять враховувати особливості організації та реалізації міжнародних операцій, організаційну структуру управління компаній, процес прийняття різного роду управлінських рішень, пов'язаних з конкурентною стратегією підприємства.

Отже, сутність конкуренції в ринкових умовах господарювання варто

розуміти економічні процеси взаємодії, взаємозв'язку та конкурентної боротьби товаровиробників за найвигідніші умови виробництва та реалізації товарів і послуг. У світовому господарстві конкуренцією є економічний рушій зростання виробництва і стимулювання якості продукції, пристосування її до потреб споживачів, одна з об'єктивних умов функціонування і розвитку промислового підприємства на базі міжнародного поділу праці [13, с. 94].

Окрім поняття конкуренції, чимало праць присвячено визначенню поняття конкурентоспроможності товарів та послуг, а також конкурентоспроможності підприємств як суб'єктів на певному ринку. Азоєв Г. Л. дав визначення конкурентоспроможності, як уміння ефективно використовувати всі ресурси в конкурентних умовах [2]. Інші автори [4; 17] зазначають, що здатність ефективно виробляти та реалізовувати товари є основною умовою конкурентоспроможності підприємства.

Як зазначають З. Є. Шершньова та С. В. Оборська, рівень компетенції підприємств-виробників товарів та послуг відносно конкурентів у використанні свого потенціалу вказують на конкурентоспроможність такого підприємства, і результати виражаються у якості продукції, прибутковості чи продуктивності тощо. Також вони розглядають конкурентоспроможність продукції, яка має відповідати вимогам ринку чи споживачів за різними характеристиками, такими як: технічні, економічні, нормативні (відповідність встановленими нормам та нормативам) [18].

У цілому конкурентоспроможність відбивається як комплексна системна категорія, що включає ознаки і результату і процесу та ін., що деталізовані в табл. 1.

На нашу думку, конкурентоспроможність є одним із вагомих показників стану підприємства господарської системи, який визначає перспективи його подальшого розвитку, можливість досягнення стратегічних цілей та завдань.

Підтримування або підвищення конкурентоспроможності можна розглядати і як одну з функціональних стратегічних цілей (завдань) підприємства.

Кожне підприємство, яке виходить на ринок, має за мету сформувати ряд конкурентних переваг над іншими підприємствами, що визначає рівень його конкурентоспроможності та частку ринку, яку воно займатиме. Тому для успішного розвитку та функціонування підприємства є формування конкурентної стратегії. Зазначимо, що від того, наскільки правильно та ефективно буде обрано стратегію, залежить рівень прибутковості та конкурентоздатності підприємства, що здійснює зовнішньоекономічну діяльність.

Чинник конкурентної переваги – це конкретний компонент зовнішнього/внутрішнього середовища фірми, за яким вона переважає конкуруючі підприємства.

Зазначимо, що метою конкуренції, на думку М. Портера, є забезпечення підприємству «переваги над конкурентами через виявлення конкурентних переваг», яке пов'язане з упровадженням інновацій [12].

Існує безліч різних визначень інновації вітчизняних та зарубіжних авторів, які характеризують дане поняття з різних точок зору (табл. 2).

Таблиця 1 – Систематизація понятійного апарату категорії «конкурентоспроможність»

Джерело	Визначення
Должанський І.З. [4]	Здатність здійснювати успішну конкурентну боротьбу, а також протистояти їй; при цьому конкурентоспроможність визначається як в якості порівняльних конкурентних переваг підприємства стосовно тих, які діють на відповідному ринку
Яновська В.П. [21]	Ступінь відповідності об'єкту кожний даний момент вимогам обраного ринку за технічними, економічними та іншими характеристиками
Закон України «Про захист економічної конкуренції» [1]	Змагання між суб'єктами господарювання задля отримання за рахунок власних досягнень конкурентних переваг над іншими суб'єктами господарювання, завдяки чому споживачі та суб'єкти господарювання отримують можливості обирати між кількома покупцями, продавцями, а сам суб'єкт господарювання не має можливості визначати умови товарообороту на ринку
Мазілка О.І. [8]	Здатність підприємства приносити питомий прибуток на вкладений капітал не нижче заданого
Порохня Ю.Л. [11]	Здатність організації добиватися поставлених цілей в ринкових умовах, в яких з аналогічними цілями діють інші організації
Фатхудинов Р. А. [17]	Властивість об'єкту, яка характеризується відповідним ступенем потенційного або реального задоволення ним конкретних споживчих потреб порівняно з іншими об'єктами, які представлені на відповідному ринку; конкурентоспроможність – це здатність витримати конкурентну боротьбу у порівнянні з аналогічними суб'єктами господарювання на відповідному ринку
Шершньова З.Є. [18]	Рівень компетентності підприємства порівняно з іншими підприємствами-конкурентами полягає у нагромадженні й використанні наявного виробничого потенціалу, в тому числі – окремих його складових: ресурсів, технологій, навичок і знань персоналу

Джерело: складено за даними [1; 4; 8; 11; 17; 18; 21]

На основі даних визначень зробимо такий висновок: Кривенко Л. В., Ніколайчук О. Т. та Шульгіна Л. М. визначили інновацію у вигляді процесу, в якому нововведення розглядається як особливий вид продукції кінцевого споживання, що дозволяє задовольняти потреби суспільства й отримувати економічний ефект.

Такі автори як Бутов А. М., Сухарев О., Ульяницька Н. С. та Яремко Л. А. розглядають поняття інновації через призму науки, а саме – через технологічні нововведення, які застосовуються в найрізноманітніших областях і галузях господарської діяльності.

Цікавою є характеристика інновації з інституційної точки зору. Р. Коуз нововведення розглядав з точки зору міри їх впливу на розмір фірми. «Нововведення, подібні телефону і телеграфу, які скорочують витрати на подолання простору, сприяють збільшенню розмірів фірми. Всі нововведення, які покращують техніку управління, сприяють збільшенню розмірів фірми» [5, с. 27].

Таблиця 2 – Тракткування поняття інновацій різними авторами

Автори	Тракткування
Бутов А.М. [3, с. 128]	Кінцеві результати інноваційної діяльності підприємств, які одержали своє втілення у вигляді вдосконаленого чи нового продукту, який був впроваджений на ринку, вдосконаленого чи нового технологічного процесу, що використовувався у практичній діяльності чи у новому підході до вироблення та надання соціальних послуг
Кривенко Л.В. [6, с. 282]	Суспільно-технічно-економічні процеси, які призводять шляхом практичного використання різних ідей та винаходів до виробництва кращих по своїм властивостям виробів та технологій, а у випадку, коли вони орієнтуються на отримання економічної вигоди, на отримання прибутку, то її поява здатна принести додатково прибуток
Ляшенко О.В. [7, с. 177]	Використання в тій або іншій галузі суспільства результатів інтелектуальної (науково-технічної) діяльності, які спрямовані на удосконалення процесів діяльності або іншого результату
Ніколайчук О.Т. [9, с. 99]	Комплексні процеси утворення, поширення та використання нових практичних засобів (нововведень) для нового (чи кращого) задоволення уже відомих суспільних потреб
Сухарев О. [14, с. 22]	Зміна з метою упровадження та використання нового виду товарів споживчого призначення, новітніх виробничих та транспортних засобів, видів ринків, а також організаційних форм у промисловості
Ульяницька Н.С. [16, с. 189]	Нововведення, які якісно змінюють або можуть змінювати зміст різних видів діяльності в суспільстві
Шульгіна Л.М. [19, с. 81]	Керовані процеси, які мають комплексний характер та полягають у запровадженні різного роду змін до існуючих систем та структур задля утворення, розширення, використання нових або модифікованих практичних засобів (нововведень), які задовольняють конкретні потреби суспільства та демонструють технічний, економічний чи соціальний ефекти
Яремко Л.А. [22, с. 27]	Отримання прибутку від використання новацій – нових технологій, нових видів продукції або послуг, нових організаційно-технічних та соціально-економічних управлінських рішень економічного, виробничого, адміністративного й іншого характеру

Джерело: складено за даними [3; 6; 7; 9; 14; 16; 19; 22]

Д. Норт досліджував інновації, як фактор зниження трансакційних витрат. На його думку, вони «складаються з організаційних інновацій, інструментів, особливих процедур здійснення операцій і механізмів контролю за дотриманням угод». Він підкреслює той факт, що інновації зіграли важливу роль в економічному розвитку Заходу. На його думку, «зміцнення стимулів завдяки розвитку патентного права, законів про комерційну таємницю та інших нормативних актів підвищило прибутковість інновацій, а також призвело до створення «промисловості винаходів» і її інтеграції в процес економічного розвитку сучасного Західного світу, що у свою чергу призвело до другої промислової революції» [10, с. 23].

Згідно твердження О. Уільямсона, нововведення – це форми організації, за допомогою яких варто їх здійснювати. «Очевидною перевагою інтеграції є більш легке здійснення кооперації в області НДДКР між різними виробничими

стадіями». Якщо інновації здійснюються в рамках інтегрованих виробничих стадій, то між ними буде розподілятися як дохід, так і витрати інноваційного процесу (відповідно, у ситуаціях з позитивним і негативним результатом), що було б неможливо в разі незалежних виробничих стадій. Відповідно від цього будуть залежати і стимули для здійснення інноваційного процесу для різних виробничих стадій [15, с. 49].

Таким чином, інновації – це нововведення у галузях техніки, технології, а також організації праці та управління, які засновано на використанні різноманітних досягнень науки та передового досвіду, застосування даних нововведень у найрізноманітніших областях і галузях діяльності задля одержання значних економічних результатів (доходів).

У сучасній економіці значення інновацій суттєво зросло. Без використання інновацій фактично неможливо виробляти конкурентоспроможну продукцію, яка характеризується високою мірою наукоємності й новизни. Отже, в ринкових умовах інновації є ефективним засобом конкурентної боротьби, адже сприяють створенню нових споживчих потреб, зниженню собівартості виробленої продукції, зростанню інвестицій, підвищенню іміджу (рейтингу) виробників нових видів продуктів, відкриттю і захопленню нових ринків збуту, як внутрішніх, так і зовнішніх.

На основі аналізу трактування поняття «інновація» було визначено, що найбільш відповідаючим темі дослідження є визначення інновації як кінцевого результату впровадження нововведення з метою одержання доходу.

Інноваційна діяльність являє собою процес, спрямований на втілення результатів наукових досліджень і розробок або інших науково-технічних досягнень у новий чи удосконалений продукт, реалізований на ринку, у новий чи удосконалений технологічний процес, використовуваний у практичній діяльності.

Йдеться про те, що інноваційна діяльність може здійснюватися спеціалізованими науково-дослідними організаціями в якості основного виду діяльності та являти собою розробку нових продуктів для продажу або оренди на ринку інноваційних технологій, наприклад, за допомогою видачі ліцензій. Водночас, найширше коло підприємств займається розробкою удосконалених продуктів у якості допоміжного напрямку для використання їх у виробництві продукції шляхом створення власних підрозділів НДДКР. Іншими словами, для впровадження нового або вдосконаленого продукту господарюючі суб'єкти можуть придбати нові технології на стороні або розробити їх самостійно [22, с. 29].

Особливість сучасного розвитку підприємств – безперервність інноваційної діяльності. Це пояснюється двома концепціями. Відповідно до першої концепції, інноваційна діяльність є стрибкоподібна зміна технології, заміна старих продуктів і виробів новими. Рушійними силами є фірми-новатори, які першими впроваджують нововведення на своїх підприємствах; їх дії стимулюються можливістю отримання тимчасових значних конкурентних переваг, монополії на ринку і доходу. Подібна концепція пов'язує впровадження і подальше поширення нововведень з можливістю або швидкого і значного зниження витрат на виробництво, або швидкого ринкового успіху.

Згідно другої концепції, інноваційна діяльність конкретного підприємства є не стрибкоподібним, а скоріше безперервним процесом. Впровадження та подальше поширення інновації пов'язане з можливістю початкового забезпечення лише якогось, можливо, незначного результату з подальшим завоюванням значно більшої частки ринку і, відповідно, збільшенням доходу. Ця концепція передбачає наявність у підприємства довгострокової, стійкої стратегії в області інноваційного розвитку [16, с. 191].

Таким чином, інноваційна діяльність на промисловому підприємстві розглядається як необхідний та безперервний процес. Наявність інноваційної складової в діяльності підприємства свідчить про постійний його розвиток, характеризує його положення на ринку, частку нової продукції, що відповідає потребам ринку, і визначає його конкурентні переваги. Отже, інноваційна діяльність – діяльність, пов'язана зі створенням інновацій, тобто з використанням і комерціалізацією наукового, науково-технологічного результату й інтелектуального потенціалу з метою отримання нової продукції, технології її виробництва і задоволення попиту споживачів у товарах і послугах.

Таким чином, інноваційний розвиток підприємства – це створення на фондовому ринку привабливості з точки зору прибутковості та інвестиційного ризику, тобто підвищення вартості бізнесу шляхом управління інноваціями.

Перед Україною стоїть завдання першочергового інвестування у створення нових, модернізацію і реконструкцію діючих виробничих структур на базі новітніх технологій, незалежно від форм власності та господарювання, з подальшим виведенням з експлуатації застарілих, неконкурентних виробництв. Це аксіома послідовності дій у ході забезпечення економічного зростання і виключення економічного спаду.

Для того, щоб практично реалізувати поставлені завдання, необхідно сконцентрувати зусилля на мобілізації та цілеспрямованому й ефективному використанні інвестиційних та інноваційних ресурсів і стимулів до високопродуктивної праці та розвитку підприємств, використовуючи для цього всі можливі канали. Так, в Україні рівень інноваційної діяльності є низьким, про що свідчать дані рис. 1.

Як бачимо, обсяг виконаних наукових та науково-технічних робіт в Україні у 2016 р. дещо зріс. При цьому питома вага підприємств, що займалися інноваціями, зросла у 2015-2016 рр. (рис. 2).

Таким чином, перед вітчизняними підприємствами постало нагальне питання підвищення інноваційної активності як головний фактор їх конкурентоспроможності як на внутрішньому, так і на міжнародних ринках збуту.

Для успішного функціонування промислових підприємств в умовах ринкових відносин вирішальне значення має оновлення та ефективність застосованої техніки і технології. Тільки постійне оновлення основних виробничих фондів дасть змогу підприємствам виробляти конкурентоспроможну продукцію, задовольняти попит, який швидко змінюється, пристосуватися до умов ринкової конкуренції.

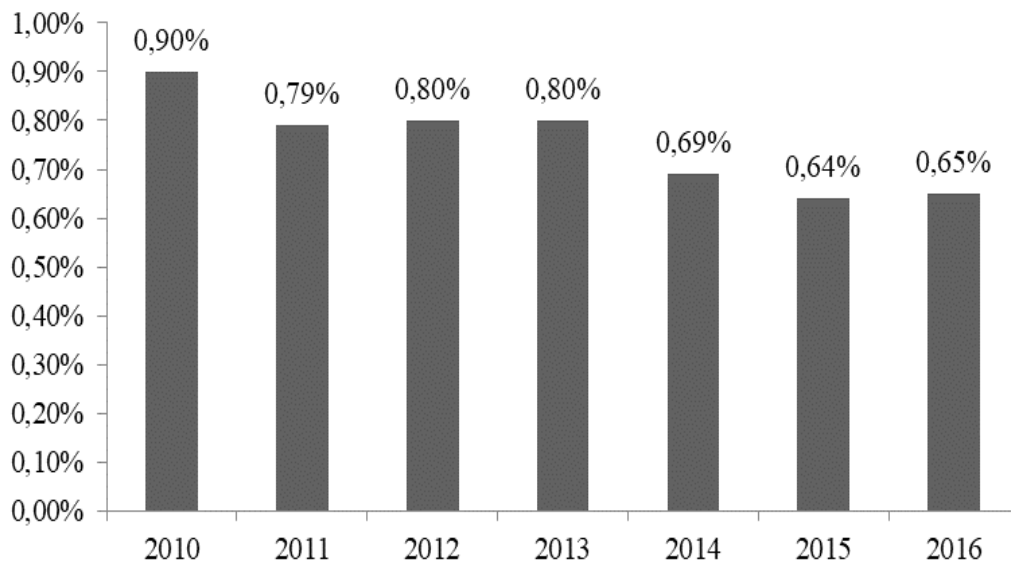


Рисунок 1 – Питома вага обсягу виконаних наукових і науково-технічних робіт у ВВП в Україні у 2010-2016 рр., %
Джерело: побудовано за даними [24]

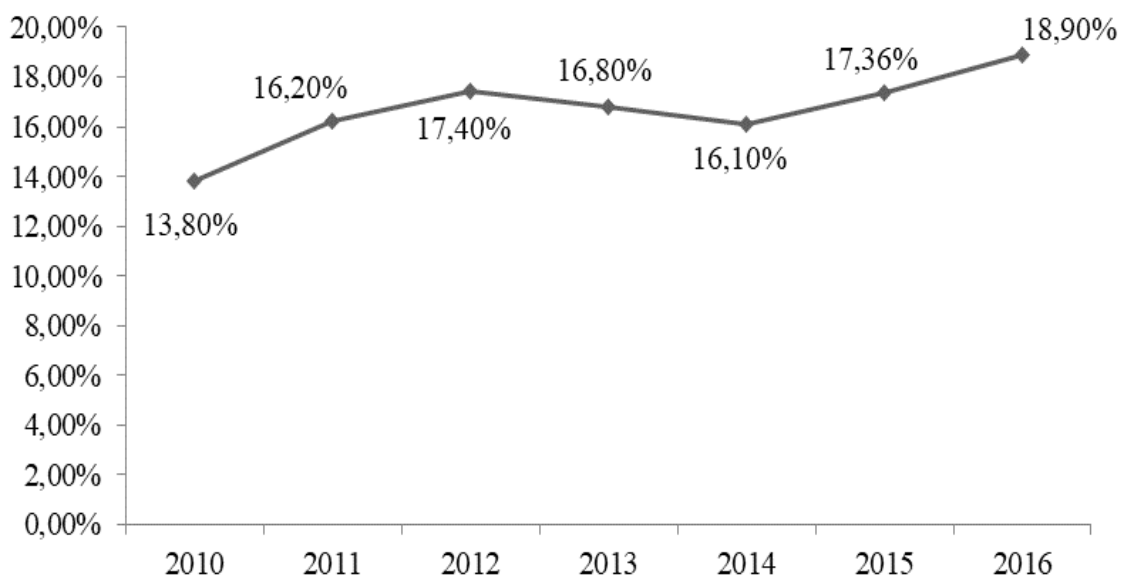


Рисунок 2 – Інноваційна активність підприємств України у 2010-2016 рр.
Джерело: побудовано за даними [24]

Важливість проведення технічного переозброєння і реконструкції виробництва зумовлена насамперед незадовільним станом і технологічною відсталістю переважної більшості наявних основних виробничих фондів, зокрема машин і устаткування, від оновлення, якості та продуктивності яких значною мірою залежить ефективність виробництва.

Таким чином, перспективним напрямом подальших досліджень є розробка напрямів підвищення інноваційної активності вітчизняних підприємств з метою підвищення рівня їх конкурентоспроможності на вітчизняному та міжнародних ринках збуту, що особливо актуальне в сучасних умовах євроінтеграції України.

Висновки та перспективи подальших досліджень. У статті було наведено наукові підходи до характеристики сутності конкурентоспроможності

підприємства. Доведено, що однією з головних умов зростання рівня конкурентоспроможності підприємства є його інноваційний розвиток. Подано систематизацію наукових підходів до трактування сутності інновацій, розкрито особливості інноваційного розвитку сучасного підприємства та досліджено рівень інноваційної активності українських підприємств. Зроблено висновки про низький рівень інноваційної активності вітчизняних підприємств та доведено необхідність розробки напрямів подолання цих проблем з метою підвищення рівня конкурентоспроможності підприємств України на внутрішньому та зовнішніх ринках збуту.

Список використаних джерел

1. Закон України «Про захист економічної конкуренції» від 11 січня 2001 року № 2210-III [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2210-14>.
2. Азоев Г. Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика [Текст] : монографія / Г. Л. Азоев. – М. : Центр экономики и маркетинга, 1996. – 208 с.
3. Бутов А. М. Перспективи використання логістичних стратегій для забезпечення конкурентоспроможності підприємства [Текст] / А. М. Бутов // Економічний аналіз : зб. наук. праць / Тернопільський національний економічний університет; редкол.: С. І. Шкарабан (голов. ред.) та ін. – Тернопіль : Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету «Економічна думка», 2013. – № 2, Т. 14 – С. 124-131.
4. Должанський І. З. Конкурентоспроможність підприємства : навч. посіб. для вищ. навч. закладів / І. З. Должанський, Т. О. Загорна. – К. : Центр навч. літ., 2006. – 384 с.
5. Коуз Р. Г. Фирма, рынок и право / Р. Г. Коуз. – М. : Дело, 1993. – 192 с.
6. Кривенко Л. В. Развитие инновационного потенциала предприятия у контексте интеллектуальной складовой / Л. В. Кривенко, Л. В. Лощина, В. М. Мілашенко // Економічний простір: зб. наук. праць. – 2008. – № 18. – С. 281-286.
7. Лященко О. В. Проблеми оцінки ефективності використання інноваційного потенціалу підприємства / О. В. Лященко // Економічний вісник Донбасу. – 2010. – № 2. – С. 176-180.
8. Мазилкина Е. И. Управление конкурентоспособностью / Е. И. Мазилкина, Г. Г. Паничкина. – М. : Омега-Л, 2009. – 325 с.
9. Николайчук О. Т. Инновационное развитие и инновационная культура / О. Т. Николайчук // Наука та наукознавство. – 2014. – № 2. – С. 97-102.
10. Норт Д. С. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики / Д. С. Норт. – М. : Фонд экономической книги Начала, 1997. – 180 с.
11. Порохня Ю. Л. Конкурентоспроможність підприємства та вплив на нього операційної стратегії / Ю. Л. Порохня // Економічні науки. – 2014. – Вип. 6. – С. 11-14.
12. Портер М. Конкурентна стратегія. Методика аналізу галузей і конкурентів / М. Портер ; [пер. з англ. І. Мінервін]. – 3-е изд. – М. : Альпіна Бізнес Букс, 2007. – 453 с.
13. Самойлик Ю. В. Економічний механізм формування стратегії управління конкурентоспроможністю підприємства / Ю. В. Самойлик // Вісник ЖДТУ. – 2015. – № 3 (53). – С. 94-98.
14. Сухарев О. С. Инновации в экономике и промышленности : учеб. пособие / О. С. Сухарев. – Москва : ИНФРА – М, 2011. – 368 с.
15. Уильямсон О. И. Природа фирмы: к 50 – летию выхода в свет работы Р. Коуза «Природа фирмы» / О. И. Уильямсон, С. Дж. Уинтер. – М. : Дело, 2001. – 360 с.

16. Ульяницкая Н. С. Система категорий, связанных с управлением инновационным потенциалом предприятия / Н. С. Ульяницкая // *Економічний вісник Донбасу*. – 2011. – № 2. – С. 188-193.
17. Фатхутдинов Р. А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент / Р. А. Фатхутдинов. – М. : Маркетинг, 2007. – 888 с.
18. Шершньова З. Є. Стратегічне управління : підручник / З. Є. Шершньова. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К. : КНЕУ, 2004. – 699 с.
19. Шульгіна Л.М. Сучасні концепції стратегічного управління інноваційним розвитком підприємства / Л. М. Шульгіна, В. В. Юхименко // *Маркетинг і менеджмент інновацій*. – 2011. – № 3. – Т. 2. – С. 79-84.
20. Юданов А. Ю. Конкуренция: теория и практика : учеб.-практ. пособие / А. Ю. Юданов ; 3 изд., испр. и доп. – М. : Гном и Д, 2001. – 304 с.
21. Яновська В. П. Стратегія підприємства : конспект лекцій / В. П. Яновська, О. В. Пилипенко, С. О. Крищенко. – К. : ДЕТУТ, 2017. – 201 с.
22. Яремко Л. А. «Нова економіка» та інноваційний розвиток / Л. А. Яремко // *Маркетинг і менеджмент інновацій*. – 2011. – № 3. – Т.1. – С. 25-30.
23. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

References

1. Parliament of Ukraine (2001) *The Law of Ukraine «On Protection of Economic Competition» № 2210-III*, Available at: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2210-14> (Accessed: 11 January 2001).
2. Azoyev G. L. (1996) *Competition: Analysis, Strategy and Practice*, Moscow: Center for Economics and Marketing
3. Butov A. M. (2013) 'Perspectives of using logistic strategies to ensure the competitiveness of the enterprise', *Economic analysis*, 14(2), pp. 124-131.
4. Dolzhansky I. Z., High T.O. (2006) *Competition: Analysis, Strategy and Practice*, Competitiveness of the enterprise edn., Kiev: Center for teaching. Lit.
5. Coase R. G. (1993) *Firm, Market and Law*, Moscow: Case.
6. Krivenko L.V., Loshchina L.V., Milashenko V.M. (2008) 'Perspectives of using logistic strategies to ensure the competitiveness of the enterprise', *Economic space*, (18), pp. 281-286.
7. Lyashenko O.V. (2010) 'Problems of an estimation of efficiency of use of innovative potential of the enterprise', *Economic Bulletin of the Donbas*, (2), pp. 176-180.
8. Mazilkin E.I., Panichkin G.G. (2009) *Competitiveness Management*, Moscow: Omega-L.
9. Nikolaichuk O. T. (2014) 'Innovative Development and Innovative Culture', *Science and science of science*, (2), pp. 97-102.
10. North D. S. (1997) *Institutions, institutional changes and functioning of the economy*, Moscow: Economics Fund Starting.
11. Poroghnya Yu. L. (2014) 'Competitiveness of the enterprise and the influence on it of the operational strategy', *Economic sciences*, (6), pp. 11-14.
12. Porter M. (2007) *Competitive Strategy. Methods of analysis of industries and competitors*, Moscow: Alpina Business Bouks.
13. Samoylyk Yu. V. (2015) 'Economic mechanism of forming the strategy of enterprise competitiveness management', *Journal of ZHDTU*, (3 (53)), pp. 94-98.
14. Suharev O. S. (2011) *Innovations in economy and industry*, Moscow: INFRA-M.
15. Williamson O. I., Winter S. J. (2001) *Nature of the firm: to the 50th anniversary of the work of R. Coase «Nature of the Firm»*, Moscow: Case.

16. Ulyanitskaya N. S. (2011) 'The system of categories related to the management of the innovation potential of the enterprise ', *Economic Bulletin of the Donbas*, (2), pp. 188-193.
17. Fathutdinov R. A. (2007) *Competitiveness of the organization in the conditions of crisis: economy, marketing, management*, Moscow: Marketing.
18. Shershnyova Z. Y. (2004) *Strategic management*, 2nd form. edn., Kiev: KNEU.
19. Shulgina L.M., Yukimenko V. V. (2011) 'Modern Concepts of Strategic Management of Innovative Development of the Enterprise ', *Marketing and innovation management*, 2(3), pp. 79-84.
20. Yudanov A. Yu. (2001) *Competition: Theory and Practice*, 3rd ed. edn., Moscow: Gnom and D.
21. Yanovska V.P., Pilipenko O.V., Krischenko S.O. (2017) *Strategy of the enterprise*, Kiev: DETUT.
22. Yaremko L. A. (2011) 'New Economy and Innovation Development ', *Marketing and Innovation Management*, 1(3), pp. 25-30.
23. *State Statistics Service of Ukraine* , Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

Сокурец О. Ю.,
студент, ФММ КПИ ім. Ігоря Сикорського
Макалюк І. В.,
к.э.н., ст. преп. КПИ ім. Ігоря Сикорського

ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ КАК ГЛАВНЫЙ ФАКТОР ЕГО КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

В статье исследована сущность экономической категории «конкуренция» и приведены научные подходы к ее трактовки. Осуществлена систематизация понятийного аппарата «конкурентоспособность» и предоставлено собственное определение данного понятия. Исследована сущность и значение инноваций для развития предприятия и повышения уровня его конкурентоспособности. Проанализирован уровень инновационной активности в Украине и долю объема выполненных научных и научно-технических работ в ВВП страны за 2010-2016 гг., и выявлена тенденция к снижению последней. Доказана важность и необходимость технического переоснащения предприятий для повышения конкурентоспособности продукции на отечественном и международном рынках. Обоснованно потребность в разработке направлений повышения инновационного развития предприятия для обеспечения его конкурентоспособности.

Ключевые слова: конкуренция; конкурентоспособность; конкурентное преимущество; инновация; инновационное развитие; инновационная активность.

O. Sokurets,
student, FMM, Igor Sikorsky KPI,
I. Makaliuk,
PhD of Economic sciences, Senior Lecturer, Igor Sikorsky KPI

INNOVATIVE DEVELOPMENT OF THE ENTERPRISE AS THE MAIN FACTOR OF ITS COMPETITIVENESS

The systematization of the conceptual apparatus «competitiveness» is carried out and the definition of this concept is given. The essence and significance of innovations for enterprise development and increase of its competitiveness are investigated. The level of innovation activity in Ukraine and the share of the volume of performed scientific and scientific-technical works in the country's GDP for 2010-2016 have been analyzed, and the tendency towards the decrease of the latter has been revealed. The importance and necessity

of technical re-equipment of enterprises for increasing the competitiveness of products in the domestic and international markets is proved. The necessity of developing directions for increasing the innovation development of the enterprise for ensuring its competitiveness is substantiated.

Keywords: competition; competitiveness; competitive advantage; innovation; innovation development; innovative activity.

Сокурець О.Ю.
alexandrsokurets@gmail.com
Макалюк І.В.
irina.makaljuk@gmail.com