

**В'юник І.М. здобувач вищої освіти ступеня доктора філософії*
Державний біотехнологічний університет, Україна**

**Інноваційний потенціал підприємства як фактор забезпечення
конкурентоспроможності**

Головною умовою стимулювання інноваційного розвитку підприємства є здійснення ним інноваційної діяльності, яка уможливить спроможність нарощувати й активно використовувати організаційно-економічні, техніко-технологічні та інші інноваційні можливості, що становлять інноваційний потенціал. Таким чином, актуальними залишаються питання розвитку методичних і практичних підходів до управління інноваційною діяльністю. В даний час проблема формування інноваційного потенціалу різних суб'єктів досліджується багатьма вченими. Поняття «інноваційний потенціал» стало концептуальним відображенням феномена інноваційної діяльності, яке розгорталось й уточнювалося шляхом методологічних, теоретичних та емпіричних досліджень і отримало розвиток на початку 80-х років ХХ ст.

В Україні створено певний теоретичний фундамент аналізу інноваційного потенціалу підприємств та рівня його використання. Інноваційний потенціал підприємств є однією з основних характеристик, яка поєднує в собі сукупність фундаментальних властивостей інноваційної діяльності та здатність вигідно для себе використовувати вплив зовнішнього середовища і потенційні можливості, що існують у внутрішньому середовищі. Це дозволяє використовувати інноваційний потенціал підприємств як потужний інструмент прийняття зважених управлінських рішень в процесі здійснення інноваційної діяльності [1].

Більшість сучасних вчених у галузі управління інноваційним потенціалом виділяють такі основні завдання інноваційного потенціалу, як:

- 1) визначення стратегічних напрямів інноваційної діяльності і постановка цілей у кожному з них;
- 2) орієнтація діяльності організації на інновації;
- 3) планування інноваційної діяльності організації;
- 4) вибір найоптимальнішої інноваційної стратегії розвитку для кожного напрямку діяльності;
- 5) мотивація учасників інноваційної діяльності;
- 6) організація інноваційної діяльності;
- 7) систематична оцінка результатів інноваційної діяльності.

Інноваційний потенціал складається з двох основних понять – це «інновація» та «потенціал». Усі визначення сутності дефініції «інновація» ґрунтуються на визначенні Й. Шумпетера, який розумів під інноваціями використання нових комбінацій існуючих продуктивних сил для вирішення комерційних завдань [2]. Потенціал можна розглядати двосторонньо: з однієї сторони він є результатом використання потенційних можливостей, проте з іншої – фактором подальшого саморозвитку в результаті здійснення діяльності.

* Науковий керівник – О.М. Таран, канд. екон. наук, доцент

Закон України «Про інноваційну діяльність» [3] інноваційний потенціал визначає як сукупність науково-технологічних, фінансово-економічних, виробничих, соціальних та культурно-освітніх можливостей країни (галузі, регіону, підприємства тощо), необхідних для забезпечення інноваційного розвитку економіки.

У загальному розумінні під інноваційним потенціалом варто вважати сукупність наявних інтелектуальних, технологічних, фінансово-економічних, науково-виробничих ресурсів з відповідним їх інфраструктурним забезпеченням, які здатні створювати нові знання та ефективний механізм комерціалізації та сприяти розвитку [4].

Інноваційний потенціал кожного підприємства залежить від масштабів та специфіки його діяльності, а ступінь використання інноваційного потенціалу визначає його інноваційні можливості та здатність підприємства сприймати нововведення. Вагомий вплив на розвиток інноваційного потенціалу підприємства мають фактори ринкового середовища [5].

Пришвидшення процесів євроінтеграції супроводжується посиленням конкурентної боротьби як на внутрішніх, так і на зовнішніх ринках, зростанням вимог до якості продукції та обслуговування, що змушує підприємство весь час розвивати свій стратегічний потенціал, шукати можливі варіанти його ефективного використання, розробляти конкурентну стратегію та працювати над створенням нових конкурентних переваг.

Традиційним визначенням конкурентоспроможності є визначення, яке запропонував М. Портер [6]. Науковець розглядає конкурентоспроможність як властивість товару, послуги, суб'єкта ринкових відносин, які виступають на ринку нарівні з присутніми там аналогічними товарами, послугами чи конкуруючими суб'єктами ринкових відносин. Конкурентоспроможність є необхідною умовою для збільшення прибутку організації та тривалості її існування. Конкурентні переваги – це реальні чинники підприємницької діяльності, які має конкретний господарюючий суб'єкт, але чинники, які відсутні у суперників (або є такими ж або краще, ніж у суперників) та завдяки використанню яких отримується можливість пропонувати ринку нижчі ціни або нові товари, нову якість, нові умови реалізації. Головним завданням, виходячи з розглянутого визначення, є аналіз чинників, здатних забезпечити підприємству конкурентоспроможну позицію на ринку.

В рамках ресурсної теорії в якості джерела конкурентних переваг розглядають можливості підприємства, під якими розуміє потенціал групи ресурсів в здійсненні певної мети або діяльності. Отже, для підтримки стійкої конкурентоспроможності підприємство повинно використовувати ресурси та можливості, які протягом тривалого часу не знецінюються, не застарівають, насилу можуть бути скопійовані, придбані та відтворені. Конкурентні переваги підприємства можуть бути розділені на два основні види:

1) переваги високого рангу (висока репутація, кваліфікований персонал, патенти, ведення довготривалих науково-дослідних робіт, розвинений маркетинг, сучасний менеджмент та ін.);

2) переваги низького рангу (наявність дешевої робочої сили, доступність сировини та ін.).

Особливе місце в перевагах високого рангу займає інноваційна діяльність підприємства, яка представляє собою складний процес створення та впровадження нововведень, яка вимагає від підприємства великої кількості ресурсів та специфічних здібностей, як правило, важко піддаються копіюванню і відтворенню.

Виходячи з розглянутих підходів до розуміння сутності інноваційного потенціалу підприємства, можна зробити висновок про те, що самим поширеним є ресурсний підхід та різні його модифікації, при цьому сутність підходу найчастіше зводиться до існуючих на підприємстві ресурсів (сукупність потенціалів: виробничо-технологічний, трудовий, фінансовий, організаційно-управлінський та інтелектуальний). Інноваційний потенціал володіє всіма тими характеристиками, які є необхідними для підтримки тривалої конкурентоспроможності підприємства: може існувати тривалий час при поповненні використаних ресурсів або заміні застарілих, являє собою складну систему взаємопов'язаних елементів, на яку впливає ряд факторів зовнішнього та внутрішнього середовища, отже, має малу прозорість, низьку мобільність та відтвореність для конкурентів. На наш погляд, інноваційний потенціал повинен розглядатися в якості головної конкурентної переваги підприємства, здатного забезпечити довгострокову конкурентоспроможність, як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринку.

Список використаних джерел:

1. Андрос С.В., Чан Сі Цо Інноваційний потенціал підприємства як фактор забезпечення конкурентоспроможності URL: <file:///D:/Downloads/201165-%D0%A2%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82%20%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%96-450015-1-10-20200422.pdf> (дата звернення: 3.09.2022).
2. Шумпетер Й. Теория экономического развития / пер. с нем. В. С. Автономова, М. С. Любского, А. Ю. Чепуренко. Москва: Прогресс, 1982. 456 с.
3. Про інноваційну діяльність: Закон України № 40-IV від 4.07.2002 із змінами, внесеними згідно із Законами від 16.10.2012. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/40-15> (дата звернення: 5.09.2022).
4. Спіфанова І.Ю., Гладка Д.О. Інноваційний потенціал підприємства: сутність, складові та фактори впливу. *Економіка і суспільство*. Випуск 14. 2018. С. 354-360.
5. Тисько М.М. Інноваційний потенціал підприємства як основа його розвитку. *Приазовський економічний вісник. Економіка та управління підприємствами*. Випуск 3(03) 2017 С.55-58. URL: http://rev.kpu.zp.ua/journals/2017/3_03_uk/14.pdf (дата звернення: 6.09.2022).
6. Портер М. Международная конкуренция: Конкурентные преимущества стран; под ред. и с предисл. В. Д. Щетинина. Москва: Международные отношения, 1993. 896 с.