

Яценко Б.І.,

здобувач кафедри економіки та організації діяльності суб'єктів господарювання, Українська інженерно-педагогічна академія

## ДВОЇСТОСТНО-ДІАГОНАЛЬНИЙ ВПЛИВ ІННОВАЦІЙНИХ МЕТОДІВ УПРАВЛІННЯ НА ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНОГО СТАТУСУ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ

**Анотація.** У статті висвітлено питання щодо двоїстостно-діагонального впливу інноваційних методів управління на формування конкурентного статусу. Запропоновано інформаційно-інноваційний механізм підвищення рівня конкурентного статусу.

**Ключові слова:** двоїстостно-діагональний вплив, інноваційні методи, управління, формування, конкурентний статус, механізм, управлінське рішення.

**Постановка проблеми.** Успішне функціонування та розвиток машинобудівного підприємства в сучасних умовах господарювання значно залежать від впливу інноваційних методів управління на формування конкурентного статусу. Для стабільної ефективної діяльності машинобудівне підприємство повинно бути готове до адаптування та існування в умовах різкої конкурентної боротьби, що пов'язано зі швидкими змінами зовнішнього та внутрішнього ринкового середовища. Досягнення цього, як правило, можливо з використанням двоїстостно-діагонального впливу, який дозволяє з найменшими похибками сформувати стратегічні та тактичні завдання діяльності підприємства й забезпечувати стійкий взаємозв'язок інноваційних методів управління та конкурентного статусу. Отримання бажаних позицій на ринку серед конкурентів та утримання цих позицій у майбутньому можливе тільки завдяки стійкому впливу інноваційних методів управління, які стають одними із пріоритетних стратегічних завдань сучасного машинобудівного підприємства.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Широке коло питань, пов'язаних із дослідженням інноваційних методів управління та конкурентного статусу підприємств, знайшло відображення в роботах багатьох вчених-економістів. Серед них О. Кузьмін [1], І. Бузько [2], І. Булах [3], А. Войчак [4], О. Воронкова [5], М. Данько [6], В. Дикань [7], О. Мельнік [8], Є. Сахно [9] та ін. Але на сьогодні немає ефективно сформованого методичного підходу, який дозволить підвищити конкурентний статус машинобудівних підприємств.

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** На сьогодні немає єдиної стратегії дій щодо двоїстостно-діагонального впливу інноваційних методів управління на формування конкурентного статусу. У свою чергу, різність концепцій та підходів до вирішення даної проблематики породжує й різні підходи до ефективності впровадження інноваційних програм розвитку машинобудівних підприємств.

**Мета статті** полягає у висвітленні питань щодо двоїстостно-діагонального впливу інноваційних методів управління на формування конкурентного статусу.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Одним з важливих результатів розробки та використання інноваційних методів управління на підприємстві є підвищення конкурентного статусу на ринку, що веде за собою підвищення конкурентного статусу підприємства.

Рівень конкурентного статусу на підприємстві визначається сукупністю різних факторів, таких як:

- 1) регламентуючі показники;
- 2) порівняльні показники;
- 3) економічні показники;
- 4) маркетингові показники.

На основі значень інноваційних групових індексів і оцінок показників можна визначити напрями підвищення конкурентного статусу на основі інновацій.

Технічно і економічно обґрунтовані інноваційні методи управління на основі двоїстостно-діагонального впливу неодмінно забезпечують підвищення якості, поліпшення технічних і економічних характеристик продукції.

Двоїстостно-діагональний вплив інноваційних методів управління на формування конкурентного статусу машинобудівних підприємств представлений на рис. 1.

Двоїстостно-діагональний вплив інноваційних методів управління, орієнтований на використання матеріалів підвищеної якості, продуктивні і технологічні інновації, що передбача-

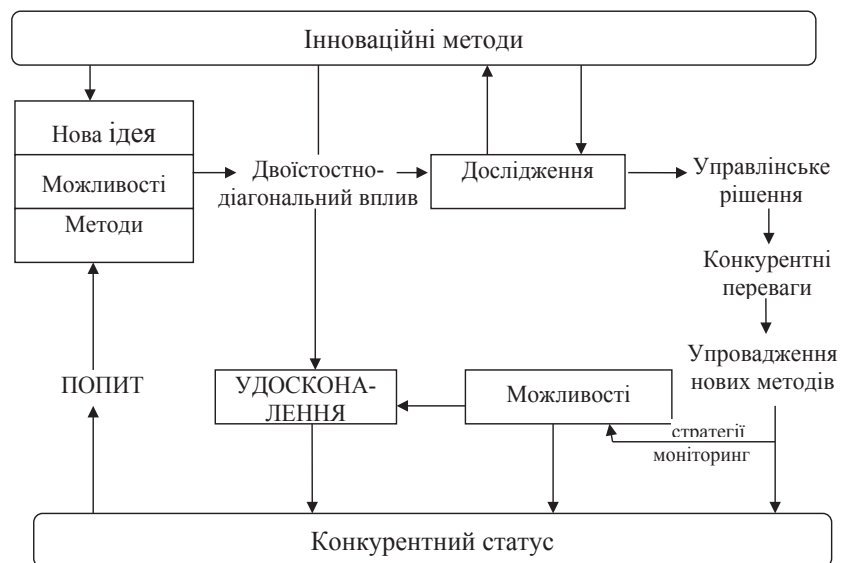


Рис. 1. Двоїстостно-діагональний вплив інноваційних методів управління на формування конкурентного статусу машинобудівних підприємств

ють удосконалення конструкції продукції і підвищення якості її виконання, забезпечують зростання якісних і технічних характеристик продукції. Це виявляється, по-перше, у збільшенні індексів за показниками, що регламентуються, і порівняльним показником, і, по-друге, у зменшенні експлуатаційних витрат, тобто у зниженні індексу за економічними показниками. У обох випадках збільшиться загальний індекс і попит на продукцію. Інновації вказаних видів, а також інноваційні інновації можуть забезпечити зниження собівартості одиниці продукції, тобто створити можливість зниження ціни, індексу конкурентного статусу за економічними показниками, зростання загального індексу і попиту. Якщо така технологія є зрілою й економічна віддача від її застосування на традиційних ринках зменшується, статус дає змогу продовжити її життєвий цикл і отримати додатковий дохід, виникає за умови, коли попит перевищує пропозицію. Це дуже сприятлива ситуація для інноваторів. Вона дає їм можливість швидко вивести новий товар на ринок, зайняти його значну частку, зміцнивши тим самим свої конкурентні позиції.

Якщо підприємство задіює для підвищення конкурентного статусу лише неінноваційні чинники, то воно може генерувати певний час більш привабливі, ніж конкуренти, пропозиції по ціні, тобто бути ціново-конкурентоспроможним. Але така конкурентоспроможність має короткий часовий горизонт. Головною причиною поширеності використання неінноваційних чинників (реорганізації виробництва, застосування методів логістики, скорочення витрат та ін.) є їх швидка дія на можливість надавати привабливі ринкові пропозиції по ціні. Така залежність впливу інноваційних чинників на конкурентний статус зумовлює необхідність застосування неінноваційних чинників, насамперед виробничих. З одного боку, у стратегічному аспекті підприємство не в змозі забезпечити конкурентоспроможність без інноваційних чинників. З іншого – значна кількість підприємств не є інноваційно активними.

Для підвищення рівня конкурентного статусу в довгостроковій перспективі підприємству необхідно задіювати інноваційні чинники, але в тактичному плані, особливо на початковому етапі накопичення інноваційного досвіду на підприємстві, коли вплив з боку інноваційної активності підприємства на його конкурентоспроможність є незначний, доцільним є використання неінноваційних чинників. Другий важливий висновок, який випливає зі специфіки впливу інноваційного чинника на конкурентоспроможність: інноваційна діяльність на підприємстві має бути організована так, щоб якнайшвидше пройти ділянку повільного збільшення впливу інноваційного чинника на конкурентоспроможність підприємства. Останній напрямок пов'язаний у значній мірі з інформацією та її використанням в інноваційному процесі [2–5].

Роль інформації у даній сфері важко переоцінити. Якщо інновації на підприємстві використовуються без знання про тенденції технологічного розвитку галузей-покупців, про новітні наукові та технологічні досягнення, які потенційно можуть входити у сферу інноваційних інтересів підприємства, то інноваційний процес має високі шанси бути відірваним від реальності, а отже, й вплив його на конкурентоспроможність буде відсутнім [6–7].

Основними джерелами ідей інновацій є [5; 7]:

- результати аналізу потреб споживачів, зокрема, прихованих чи потенційних, які виявлені внаслідок маркетингових ринкових досліджень;
- торговий персонал і дилери підприємства;
- результати аналізу розробок у галузі науки та техніки, проведеного методом кабінетних досліджень;
- розробки науково-технічних працівників самого підприємства;
- результати аналізу діяльності конкурентів, зокрема, їх перспективних розробок.



Рис. 2. Джерела формування інформаційної бази двоїстотно-діагонального впливу інноваційних методів управління на формування конкурентного статусу машинобудівних підприємств

Інформація, необхідна для ухвалення рішень щодо управління інноваційним розвитком, може надходити з різних джерел.

Джерела формування та підсистеми інформаційної бази представлено на рис. 2.

Інформаційне забезпечення двоїсто-діагонального впливу інноваційних методів управління на формування конкурентного статусу машинобудівних підприємств у нестабільному ринковому середовищі повинне допомагати визначати природу вирішуваних проблем і знаходити способи їх ефективного розв'язання, забезпечуючи безперервне одержання і багатокритеріальний аналіз інформації про зовнішнє і внутрішнє середовище суб'єкта господарювання.

Актуальність поданої інформації про розвиток технологій, які застосовуються в галузях – споживачах продукції, повинна відображати теперішній стан передових технологічних досягнень у галузях – споживачах продукції машинобудівного підприємства. Причому особливу цінність має не лише поточна інформація про передові технології, які вже застосовуються, а й інформація щодо тенденцій технологічного розвитку галузей-споживачів.

У даному процесі важко переоцінити роль інформації у забезпеченні інформаційних зв'язків як усередині підприємства, так і з зовнішнім середовищем. Дана інформація повинна бути не просто відображена в інформаційній системі підприємства, вона є основою організації діяльності підприємства.

Схему організації діяльності підприємства в аспекті підвищення рівня конкурентного статусу представлено на рис. 3.

Інформація, перетворена у знання, є основою обох типів конкурентного статусу підприємства, як у сфері «слабкої» (цінової) конкуренції, так і в сфері «сильної» (технологічної конкуренції). У першій сфері конкуренції інформація діє як чинник зменшення невизначеності та організуючий чинник, у другій – як організуючий чинник та нерозривний зв'язок з інноваційним процесом. Як уже наголошувалося вище, для машинобудівних підприємств пріоритетним є перехід до конкурентоспроможності у сфері «сильної» конкуренції, що можливо тільки при використанні інноваційних чинників, які, у свою чергу, нерозривно пов'язані з інформацією. У цьому полягає

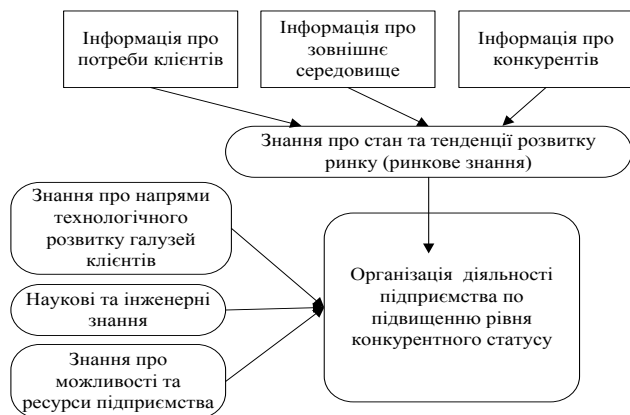


Рис. 3. Схеми організації діяльності підприємства в аспекті підвищення рівня конкурентного статусу



Рис. 4. Інформаційно-інноваційний механізм підвищення рівня конкурентного статусу: двоїсто-діагональний вплив

своєрідна квінтесенція інформаційно-інноваційного механізму підвищення рівня конкурентного статусу підприємства (рис. 4).

Коротко роботу даного механізму можна описати наступним чином. Ядром даного механізму (його основним блоком) є інноваційна система. Під останньою будемо розуміти організацію на підприємстві інноваційної діяльності як усередині підприємства, так і спільно з іншими суб'єктами: іншими підприємствами, науковими фірмами, інститутами, навчальними закладами тощо.

Для нормальної роботи інноваційної системи підприємства в ній вже повинна бути накопичена певна кількість базових інженерних та наукових знань, отриманих суб'єктами, які займаються інноваційною діяльністю, у минулих періодах під час отримання освіти та за рахунок досвіду здійснення науково-дослідних робіт у минулих періодах.

**Висновки.** Отже, для підвищення рівня конкурентного статусу з точки зору двоїсто-діагонального впливу інноваційних методів управління потрібно розглянути два блоки: інноваційну систему та систему впровадження інновацій. Якщо перший блок генерує інновації, то другий на їх основі створює привабливі ринкові пропозиції, які й є основою підвищення рівня конкурентного статусу машинобудівного підприємства. Саме тому найперше має бути організована інноваційна діяльність, зокрема проведення НДВКР. У конкретних випадках це може бути реалізовано чотирма шляхами: створенням власних науково-дослідних підрозділів (як окремий випадок – створення асоційованих науково-дослідних фірм); організація НДДКР іншими службами підприємства (наприклад, головного механіка, головного електрика, головного технолога та ін.); залучення сторонніх дослідників з науково-дослідних установ та вищих навчальних закладів; кооперування з іншими підприємствами та науково-дослідними установами в проведенні науково-дослідних та інших робіт, пов'язаних з генеруванням інновацій. Як би не була організована інноваційна діяльність на підприємстві, працівники, задіяні в даній сфері, повинні мати достатній обсяг базового знання, без якого виконання науково-технічних робіт є неможливим.

*Література:*

1. Активізування інвестиційної та інноваційної діяльності підприємств : [монографія] / О. Є. Кузьмін [та ін.] ; за наук. ред. проф., д-ра екон. наук О.Є. Кузьміна. – Стрий : Укрпол, 2005. – 250 с.
2. Бузько І.Р. Стратегічне управління інвестиціями та інноваційна діяльність підприємства : [монографія] / І.Р. Бузько, О.В. Варганова, Г.О. Голубенко. – Луганськ : СЛУ ім. В. Даля, 2002. – 176 с.
3. Булах І.В. Математична модель оцінки стратегічної конкурентоспроможності підприємства / І.В. Булах // Вісник Національного університету водного господарства та природокористування. – 2007. – № 3(39). – С. 24–31.
4. Войчак А.В. Конкурентні переваги підприємства: сутність і класифікація / А.В. Войчак, Р.В. Камишніков // Маркетинг в Україні. – 2005. – № 2(30). – С. 50–53.
5. Воронкова А.Э. Стратегическое управление конкурентоспособным потенциалом предприятия: диагностика и организация : [монографія] / А.Э. Воронкова. – Луганск : Восточнукраинский национальный ун-т, 2000. – 315 с.
6. Данько М.І. Забезпечення конкурентоспроможності промислових підприємств в умовах міжнародних транспортних коридорів : [монографія] / М.І. Данько, В.Л. Дикань, Н.В. Якименко. – Х. : УкрДАЗТ, 2008. – 170 с.
7. Дикань В.Л. Забезпечення конкурентоспроможності підприємства : [монографія] / В.Л. Дикань. – Х. : Основа, 1995. – 195 с.
8. Мелень О.В. Інноваційний розвиток та конкурентоспроможність машинобудівних підприємств / О.В. Мелень // Вісник НТУ «ХП». – 2013. – № 20(993). – С. 18–22.
9. Сахно Є.Ю. Системні аспекти управління інноваційно-інвестиційними проектами стратегічного розвитку підприємства : [монографія для наукових та промислових організацій і вищих навч. закл. освіти] /
10. Є. Ю. Сахно, М. С. Дорош, А. В. Ребенок. – Чернігів : Чернігівський держ. ін-т економіки і управління, 2008. – 260 с.
11. Level P. The role of creative innovation in economic growth : Some international Comparisons / P. Level // Journal of Asian Economics. – 2008. – 19. – P. 334–347.
12. Measuring innovation best practices : Improvement of an innovation in dexinte grating threshold and synergy effects / H.B. Rejeb, L. Morel-Guimaraes, V. Boly, N.D.G. Assie'lou // Technovation. – 2008. – 28 (12). – P. 838–854.
13. Padmore T. Modeling systems of innovation : An enterprise-centered view / T. Padmore, H. Schuetze, H. Gibson // Research Policy. – 1998. – 26. – P. 605–624.
14. Silverberg G. A percolation model of innovation in complex technology spaces / G. Silverberg, B. Verspagen // Journal of Economic Dynamics & Control. – 2005. – 29. – P. 225–244.

**Яценко Б.И. Двойственно-диагональное влияние инновационных методов управления на формирование конкурентного статуса машиностроительных предприятий**

**Аннотация.** В статье освещены вопросы двойственно-диагонального влияния инновационных методов управления на формирование конкурентного статуса. Предложен информационно-инновационный механизм повышения уровня конкурентного статуса.

**Ключевые слова:** двойственно-диагональное влияние, инновационные методы, управления, формирование, конкурентный статус, механизм, управленческое решение.

**Yatsenko B.I. Duality-diagonal influence of innovative methods for management of forming competitive status engineering companies**

**Summary.** The article highlights the issue of duality-diagonal impact of innovation management in a competitive status. An innovative mechanism information and improve competitive status.

**Keywords:** duality-diagonal influence, innovative methods, management, development, competitive status, mechanism, management decision.