

УДК 330.342.24:339.137

## **ФАКТОРЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ИННОВАЦИОННОЙ ПРОДУКЦИИ**

Ю.П. Щуцкая, студентка гр. ЭОб-132, II курс  
Научный руководитель: Е.Е. Жернов, к.э.н., доцент  
Кузбасский государственный технический университет  
имени Т.Ф. Горбачева  
г. Кемерово

В экономике знаний основой обеспечения конкурентоспособности на рынке товаров и услуг являются инновации. Рост конкурентоспособности товаров и совершенствование процессов их создания выступают в качестве главных промежуточных целей современной организации. Однако данной цели достигают только те организации, которые выделяются высокой инновационной активностью. Под инновациями, как фактором повышения конкурентоспособности, понимается конечный результат инновационной деятельности, получивший реализацию в виде нового или усовершенствованного продукта на фундаментальном уровне, который используется для дальнейшей реализации в практической деятельности, а также – это результат внедрения инновационных разработок на рынке, то есть изобретение, доведенное до стадии коммерческого использования – товара, когда оно начинает приносить положительный экономический эффект [1, С. 18].

В настоящее время активным звеном всех сфер жизнедеятельности общества являются инновации. Атрибутом современного мира стали не только уже осуществившиеся и ставшие привычными инновации, но и будущие, способствующих дальнейшему поступательному развитию. Ярким примером инноваций может послужить продукция фирмы «Интел», специалисты которой изобрели сердце современных компьютеров – микропроцессор. Сегодня «Интел» выпускает широкий спектр продукции: материнские платы, флэш-память, концентраторы и маршрутизаторы, ноутбуки и др. [3].

Рыночная конкуренция является побудительным мотивом развития инновационной деятельности организации. Для сохранения и укрепления своих позиций на рынке предприятия непрерывно внедряют инновационные подходы во все сферы производственно-хозяйственной деятельности. Конкурентоспособность инновационной продукции – динамичное свойство, которое характеризует ее способность быть реализованной в условиях рыночной конкуренции и отражающее привлекательность продукции, как для потребителя, так и для производителя. Последнее определяется степенью экономической эффективности.

Факторы конкурентоспособности инновационного проекта в функциональном плане могут выражать или состояние производственного и ресурсно-

го потенциалов, или качество инновационного продукта, его стоимость и технико-экономические характеристики. Они также отражают комплексный подход, когда рассматриваются факторы, и продуктовая составляющая конкурентоспособности, и состояния ресурсной и производственно хозяйственной базы комплексно, совместно. Тогда, исходя из характера и сферы действия, факторы конкурентоспособности инновационной продукции можно разделить на внешние и внутренние. Значительное многообразие и разнохарактерность факторов конкурентоспособности определяют необходимость выбора важнейших из них применительно к конкретному инновационному продукту. Инновационная продукция не является рыночным объектом. Она является только совокупностью новых идей и действий, направленных на их воплощение, результатом которых является новый уникальный инновационный продукт, реализуемый на соответствующем рынке. Его качество и ценность должны соответствовать потребностям настоящих и будущих потребителей, а также экономическим ожиданиям инвесторов.

Следовательно, нужно понимать, что инновационному продукту не присущи эндогенные конкурентные свойства организации, основанные на собственной ресурсной базе. Поэтому возможности реализации инновационного проекта в полной мере определяются возможностями внешней среды. К внутренним свойствам инновационного проекта, обеспечивающим возможность его реализации, как правило, относят финансовую состоятельность и ресурсный потенциал реализации. К внешним свойствам инновационного проекта относятся факторы состояния конкурентной среды, а также инновационные и маркетинговые факторы. Последние связывают цели и результат реализации проекта с его с главными внешними рыночными участниками – потребителями инновационного продукта. Образуя целостную систему, факторы конкурентоспособности инновационного проекта являются взаимосвязанными и взаимообусловленными, формируя его функциональные подсистемы. Системное управление конкурентоспособностью инновационного проекта состоит в том, чтобы, оказывая управляющее воздействие на факторы его конкурентоспособности, обеспечить формирование, поддержание и развитие его конкурентных преимуществ разного уровня в условиях рыночной конкурентной среды, определяемой высокой степенью волатильности и вариабельности [2].

Таким образом, главным фактором, который позволяет добиться успеха в конкурентной борьбе в условиях формирования экономики знаний, является непрекращающееся внедрение инноваций. Для того чтобы выжить и выиграть, нужно постоянно совершенствовать и преобразовывать продукцию. От того, насколько выбранные стратегия и тактика развития продуктовой линейки предприятия (организации) будут адекватными новым перспективам неолберальной глобализации экономических взаимоотношений, будут зависеть не только успешность реализации инновационного проекта развития конкретного предприятия, но и жизнеспособность страны и ее регионов.

### **Список литературы:**

1. Асланов Д.И. Инновационная деятельность: системные представления, дефиниции, предметное поле // Материалы I Международной научно-практической конференции «Шумпетеровские чтения». – Пермь: Изд-во ПГТУ, 2012. – 382 с.
2. Барсуков Д.П., Скорчеллетти Д.С. Конкурентоспособность инновационного проекта: содержание, факторы, оценка // Российское предпринимательство. – 2012. – № 4 (202). – С. 49–54.
3. История «Интел». – URL: <http://www.biztimes.ru/index.php?artid=1266>.