

А.О. МАРЮХНІЧ, магістрант, НТУ «ХП»

**ДОСЛІДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТЕХНІКИ НА ПРИКЛАДІ
ПАТ «ХАРКІВСЬКИЙ ТРАКТОРНИЙ ЗАВОД ІМ.
С.ОРДЖОНІКІДЗЕ»**

У статті запропоновано дослідження інноваційної конкурентоспроможності техніки на прикладі ПАТ «Харківський тракторний завод ім. С.Орджонікідзе». Результати дослідження дозволяють отримати оцінку конкурентоспроможності інноваційних продуктів, що обумовлені маркетинговим середовищем підприємства. Отримана оцінка конкурентоспроможності інноваційного продукту надає змогу обґрунтувати та прийняти управлінські рішення щодо виведення інноваційної техніки на ринок.

Ключові слова: інновація, конкурентоспроможність, інноваційна політика, ефективність діяльності, аналіз

Вступ. Необхідність проведення ефективної інноваційної політики на вітчизняних підприємствах з метою досягнення більш високих результатів господарювання, в першу чергу підвищення конкурентоспроможності національної продукції на зовнішніх ринках, визначає актуальність теми роботи та її значущість.

Об'єктом дослідження є інноваційна політика підприємства, предметом - вплив інноваційної політики на конкурентоспроможність виробленої підприємством продукції.

Аналіз основних досягнень і літератури. Теоретичні концепції різних напрямків проблеми оцінки рівня економічності та конкурентоздатності продукції знайшли відображення в наукових роботах вітчизняних та зарубіжних авторів. Ця проблема є об'єктом вивчення, з одного боку, вчених-економістів, які спеціалізуються в галузі оцінки економічності та економічної ефективності нової техніки: Л.В. Барташова, Л.І. Гамрат-Курека, І.П. Житної, Є.П. Житного, А.П. Ковальова, Р.М. Колегаєва,

Є.К. Смирницького, О.Г. Туровця, А.І. Яковлева та інш., а з другого боку - проблема конкурентоспроможності товару є об'єктом вивчення маркетологів: В.Г. Герасимчука, В.Є. Демидова, П.С. Зав'ялова, Г.Дж. Болта, М. Портера, Є. Діхтля, Х. Хершгена та інш.

Мета дослідження. Мета роботи – розробка науково-обґрунтованої пропозиції вирішення проблем підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства на основі його інноваційної політики. Для досягнення даної мети автор передбачає вирішення наступних завдань:

- 1) вивчення науково-теоретичних підходів, сутності, особливостей та принципів інноваційної політики підприємства;
- 2) дослідження механізму впливу інноваційної політики на конкурентоспроможність продукції;
- 3) аналіз цілей і способів проведення інноваційної політики публічного акціонерного товариства «Харківський тракторний завод ім. С.Орджонікідзе»;
- 4) визначення шляхів підвищення ефективності інноваційної політики та конкурентоспроможності продукції публічного акціонерного товариства «Харківський тракторний завод ім. С.Орджонікідзе».

Матеріали досліджень. В даний час на підприємстві є каталог інноваційних проектів та розробок, куди входять найважливіші новаторські ідей і технології.

Однією з найважливіших стратегічних цілей інноваційної політики, що стоять перед підприємством, є створення і впровадження високопродуктивних, надійних і економічних машин, здатних агрегатуватися з широким комплексом обладнання, конкурентоспроможних на зовнішньому ринку. Для реалізації цих цілей необхідні значні інвестиції. Бізнес-планом на 2013 рік передбачені за кошти інвестиційної нерухомості - інвестиційні вкладення в розмірі 6665 тис. грн., спрямовуються на технічне переозброєння. Фінансувати нові проекти планується за рахунок власного прибутку, банківських кредитів та державної підтримки. Хоча в даний час інвестиції є в основному внутрішніми, та вже в 2015 р. з'являються перспективи для іноземного інвестування.

В даний час виробнича програма ПАТ «ХТЗ» націлена на реалізацію стратегії збільшення обсягів виробництва. Підприємство за останні роки значно збільшило обсяги виробництва, причому темпи його зростання з часом прискорюються. Очевидно, що виконання намічених цілей можливе в основному за рахунок розширення кола замовників, задоволення їх вимог у частині комплектації та якості виробів. Це в свою чергу веде до подальшого зростання обсягів нової продукції, кількості її модифікацій без збільшення витрат на випуск виробів.

Здійснити таке можливо тільки при здійсненні ефективної інноваційної політики та оптимізації управління (детальне планування і жорстке дотримання графіків випуску і постачання). Значна увага на підприємстві приділяється розвитку інформаційних технологій як необхідного елементу

забезпечення виробничої діяльності. На ПАТ «ХТЗ» реалізується стратегія розвитку інформаційних технологій, яка полегшує вирішення поставлених бізнес-цілей на найближчу перспективу.

Разом зі збільшенням обсягу виробництва на підприємстві відбуваються значні зміни у структурі товарного випуску. За останні 4 роки кількість моделей тракторної техніки збільшилося майже в два рази, нарощування обсягів виробництва в значній мірі відбувається за рахунок випуску енергонасичених тракторів (їх частка в загальному обсязі виробництва - 26%) великої потужності, які значно економічнішим і більш ефективні в експлуатації. Рівень оновлення продукції ПАТ «ХТЗ» можна розрахувати за формулою:

$$I_{\text{обн}} = d_{\text{нов}} / d_{\text{заг}} (1)$$

де $d_{\text{новий}}$ - кількість тракторів нових моделей, освоєних у виробництві;
 $d_{\text{заг}}$ - загальна кількість вироблених тракторів. Даний показник дорівнює:

$$I_{\text{обн}} = 10358/49322 = 0,21.$$

Можливість позитивних змін потребує вчасно внесених в маркетингову політику підприємства істотних коректувань, спрямованих на усунення недобросовісних посередників і розвиток власної товаропровідної мережі. Так, для реалізації і просування продукції можливе створення 5 торгових домів із часткою статутного капіталу «Харківського тракторного заводу».

Інноваційна політика ПАТ «ХТЗ» і надалі буде спрямована на вдосконалення власної збутової мережі. Така політика дозволила збільшити обсяги експортної реалізації продукції і, відповідно, отримати більше прибутку. А це, у свою чергу, призвело до стабілізації фінансово-економічної ситуації на підприємстві.

Висновки. За результатами проведеної роботи, а саме: вивчення науково-теоретичних підходів, сутності, особливостей та принципів інноваційної політики підприємства; дослідження механізму впливу інноваційної політики на конкурентоспроможність продукції; вивчення цілей і способів проведення інноваційної політики публічного акціонерного товариства «Харківський тракторний завод ім. С.Орджонікідзе»; оцінки ефективності інноваційної політики та конкурентоспроможності продукції даного підприємства - можна зробити такі узагальнення і пропозиції.

Підтримка конкурентоспроможності національної економіки в даний час можливе лише за наявності ефективного інноваційного механізму, що сполучає наукову ідею, прикладну розробку на її основі і впровадження результату в масове виробництво. Підприємство є базовою ланкою національної економіки, тому створення механізму впровадження, підтримки та управління інноваціями, тобто проведення інноваційної політики, є вирішальним чинником підвищення ефективності всього народногосподарського комплексу.

Метою інноваційної політики є створення умов для забезпечення ефективної діяльності підприємства на основі підвищення його конкурентоспроможності та конкурентоспроможності продукції. Інноваційна політика підприємства представляє собою комплексне поєднання виробничої, інвестиційної, маркетингової, зовнішньоекономічної та кадрової політик; її ефективність залежить від взаємозв'язки і координації даних складових, також від наявності налагодженої системи фінансування, кредитування, оподаткування, що функціонують стосовно інноваційній сфері наукових розробок;

Конкурентні переваги продукції підприємства досягається за рахунок виробництва, насамперед нового, затребуваного ринком товару або на основі поєднання ефективного використання всіх ресурсів підприємства і зниження витрат виробництва із забезпеченням відносно низьких цін і високої якості товару, що в обох випадках в значній мірі залежить від інноваційної політики, що проводиться підприємством;

ПАТ «ХТЗ» є хорошим прикладом ефективно організації інноваційної політики і підпорядкування її цілям стійкого зростання конкурентоспроможності підприємства і виробленої їм продукції. Інноваційна політика ПАТ «ХТЗ» реалізує стратегію комплексного розвитку підприємства: збільшення обсягів виробництва та реалізації, розширення модельного ряду і номенклатури виробленої продукції, підвищення якості роботи організаційної структури, освоєння нових ринків збуту. Це забезпечує підвищення стійкості підприємства: збільшення різновидів виробів сприяє підтримці попиту на продукцію на різних сегментах ринку; диверсифікованість експортних поставок забезпечує незалежність виробничої і комерційної діяльності від сезонних коливань на окремих ринках.

Серед основних напрямків потрібно відзначити питання сертифікації продукції, оптимізації роботи з постачальниками, оновлення продукції, розвитку товаропровідної мережі, впровадження і розвитку інформаційних технологій.

Для практичної реалізації цих напрямків, пропонується:

- впровадити у практику планування інноваційних пропозицій, механізм оцінки впливу інновацій на конкурентоспроможність та економічні показники підприємства;
- до оцінки економічної привабливості інноваційних пропозицій включити комплекс розрахунків економічної ефективності виробництва, як критерій впровадження відбору найбільш ефективних напрямків;
- впровадити комплекс маркетингу нової техніки, який забезпечує ефективну оцінку рівня її параметрів у порівнянні з аналогами;
- запропонувати методи експертизи інноваційної пропозиції у системі збуту нової техніки.

Список літератури: 1. Гончаров Ю. В. Ресурсний потенціал промисловості України та розвиток конкурентоспроможності національної економіки / Ю. В. Гончаров, Д. В. Крищенко // Науковий вісник Національної академії ДПС України. — 2006. с. 33-34.**2.** Інноваційний менеджмент: Підручник для вузів / Ільєнкова С. Д., Гохберг Л. М., Ягудін С. Ю. і ін. - Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. - 343 с. **3.** Кочетов Н. Прискорення освоєння нової продукції як один з базових компонентів конкурентоспроможності // Наука та інновації. - 2007 - № 8. - С. 63-66.

Bibliography (transliterated): 1. Goncharov Yu. V. *Resursny`j potencial promy`slovosti Ukrainy` ta rozvy`tok konkurentospromozhnosti nacional`noyi ekonomiky`* / Yu. V. Goncharov, D. V. Kry`shhenko // *Naukovy`j visny`k Nacional`noyi akademiyi DPS Ukrainy`*. — 2006. s. 33-34.**2.** *Innovacijny`j menedzhment: Pidruchny`k dlya vuziv`* / Il`yenkova S. D., Goxberg L. M., Yagudin S. Yu. i. in. - Moskva: YuNY`TY`-DANA, 2003. - 343 s. **3.** Kochetov N. *Pry`skorennya osvoyennya novoyi produkciyi yak ody`n z bazovy`x komponentiv konkurentospromozhnosti`* // *Nauka ta innovaciyi*. - 2007 - # 8. - S. 63-66.

Надійшла до редколегії 03.02.2014