

Торкатюк В.І., Вороніна О.С., Бутнік Д.В., Леуненко А.В., Харківський національний університет міського господарства імені О.М. Бекетова

НЕДОСКОНАЛА КОНКУРЕНЦІЯ ТА ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ В БУДІВНИЦТВІ

Існує два основних вектора, напрям яких впливає на розвиток сучасного виробництва, технологію і якість продукції. Перший – це інноваційна діяльність, другий – ринок недосконалої конкуренції, як форма її реалізації. Інноваційна діяльність як сукупність наукових, технологічних, організаційних заходів, спрямована на використання і впровадження результатів наукових досліджень і розробок. Метою даних заходів є розширення і поліпшення якості продукції, а також ефективна реалізація готового товару на внутрішньому і зарубіжних ринках.

Сучасний ринок – ринок недосконалої конкуренції, де головне – це: якісні характеристики диференційованої продукції, рівень технології, гнучка політика цін. Тут монополістична конкуренція є каталізатором інноваційної діяльності, а новація в свою чергу її результатом. Нова техніка з'являється на ринку, як результат науково-технічного прогресу. Вчені розробляють нові технології, які глобально змінюють виробничі процеси. Однак, багато великих компаній прагнуть модифікувати товар, припускаючи зниження ризиків на інвестиційні проекти. Більшість копіюють товари конкурентів, або перетворюють їх незначним удосконаленням і оформленням. Необхідно розмежувати розуміння інновації та видозміни в товарах і технологічних процесах.

Відмінною рисою інновації є науково-технічна новизна. Тому «новизна» інновацій розглядається з ринкових позицій і оцінюється за технічними параметрами, які ґрунтуються на міжнародних стандартах. Інновація як економічна одиниця відіграє особливу роль у конкурентній

боротьбі. Новизна продукту представляється джерелом отримання прибутку і потенційним фінансовим ресурсом для підприємства в результаті реалізації. Це дає можливість підприємствам завойовувати нові сегменти ринку, так як інновація є гарантією виживання в конкурентній боротьбі.

Інноваційний процес являє собою діяльність підприємства, спрямовану на розробку нового більш досконалого продукту або технологію. Початком інноваційного процесу є ініціація. Ініціація – це діяльність, яка полягає у виборі цілі інновації, постановці задачі, що виконується інновацією, пошуку ідеї інновації, її техніко-економічному обґрунтуванні та в матеріалізації ідеї. Матеріалізація ідеї означає перетворення ідеї в товар. Після обґрунтування нового продукту проводяться маркетингові дослідження, потім здійснюється поставка на ринок невеликої партії інновації, її просування, оцінка ефективності і дифузія.

Результати реалізації інновації, і витрати на її просування піддаються статистичній обробці і аналізу, на підставі чого розраховується економічна ефективність інновації. Інноваційний процес закінчується дифузією інновації. Дифузія (лат. *diffusio*: поширення, розтікання) – це інновації, що представляють собою процес поширення одного разу освоєної інновації в нових регіонах, на нових сегментах ринку.

В умовах монополістичної конкуренції, де безліч фірм виробляють диференційовані продукти, створюються інновації. Значущість диференціації продукції для будь-якого ринку залежить від того, якою мірою покупці сприймають конкуруючі продукти. Припустимо, що диференційовані продукти являють собою новизну, і фірма реалізує їх на ринку. Простого способу збору даних про значущість диференціації продукції за різними ринками не існує. Диференціація продукції є необхідною для безлічі ринків, вона породжує максимізацію прибутку.

Таким чином, диференціація продукції дозволяє не лише вдосконалювати товар, але і створювати новинки.

Діалектика життєвого циклу продукту лежить в основі інновацій на рівні внутрішніх спонукальних мотивів виробництва. Важливим спонукальним механізмом розвитку інновацій є ринкова конкуренція. В умовах ринку виробники продукції або послуг постійно змушені шукати шляхи скорочення витрат виробництва і виходу на нові ринки збуту. Тому підприємницькі фірми, які першими освоїли ефективні інновації, отримують вагому перевагу перед конкурентами.

Інновація є реалізований на ринку результат, отриманий від вкладення капіталу в новий продукт чи операцію (технологію, процес). У зв'язку з цим необхідно підкреслити, що при всьому розмаїтті ринкових нововведень важливою умовою для їх практичної реалізації є залучення інноваційних інвестицій в достатньому обсязі. Виживання будівельних підприємств в сучасних умовах можливо лише при постійному пристосуванні до змінююмого оточення. Саме ці стратегічні завдання і вирішуються при проектуванні і розвитку чого-небудь нового на підприємстві. Вирішення такого роду завдань в зарубіжній літературі дістало назву інжинірингу. Інжиніринг (англ. engineering: винахідливість, знання) означає інженерно-консультаційні послуги по створенню нових об'єктів або великих проектів. Інжинірингова діяльність здійснюється як самими компаніями, так і численними інжиніринговими консультаційними фірмами, які є монополістичними конкурентами. Інжиніринг інновацій втілюється не в речовій формі продукту, а в його корисному ефекті, який може мати матеріальний носій (документація, креслення, плани, графіки тощо), а може не мати (навчання персоналу, консультації тощо).

Американський вчений М. Хамлер, вводячи в науковий обіг термін «реінжиніринг», дав йому таке визначення: «Реінжиніринг – це фундаментальне переосмислення і радикальне перепроєктування ділових

процесів для досягнення різких, стрибкоподібних поліпшень сучасних показників діяльності компаній, таких як вартість, якість, сервіс і темпи».

Кризовий реінжиніринг викликається різким падінням обсягу продажів інновацій в зв'язку зі зниженням попиту на нього або у зв'язку з падінням іміджу його продавця. Таке положення є свідченням тенденції до зниження конкурентоспроможності товару на ринку недосконалої конкуренції, а можливо, і до банкрутства продавця. Тому виникає потреба в негайному проведенні заходів по ліквідації можливої кризи.

Реінжиніринг розвитку викликається зниженням обсягу продажу продукту (операції) у зв'язку з тим, що діюча структура організації й управління господарським процесом продавця за своїм рівнем розвитку вже досягла тої певної межі, вище якої продаж інновації неможливий. Реінжиніринг розвитку розрахований на впровадження інновації для перспективної перебудови бізнес-процесу і передбачає перехід від бізнес-процесу до бізнес-процес-реінжинірингу.

Ринок недосконалої конкуренції стимулює розвиток наукової діяльності, що сприяє створенню нового диференційованого продукту і дозволяє будівельному підприємству бути конкурентоспроможним на світовій арені.