

конкурентоспособности учреждения среднего профессионального образования от конкретных показателей;

– планированием целевых нормативов, достижение которых в результате реализации соответствующих мероприятий обеспечивается повышение эффективности управления развитием конкурентоспособности учреждения среднего профессионального образования;

– адресным сочетанием указанных нормативов с системой мотивации сотрудников учреждения среднего профессионального образования, позволяющих контролировать и регулировать выполнение плановых заданий.

Описанный организационно-экономический механизм управления развитием конкурентоспособности учреждения среднего профессионального образования позволяет системно и целенаправленно концентрировать усилия и управляющие воздействия для решения рассматриваемой проблемы.

### Литература

1. Зуев В.М. Конкурентоспособность образовательных услуг учреждений среднего профессионального образования: монография / В.М. Зуев, В.В. Вертиль, Г.Е. Гермаидзе. – Екатеринбург: УрГЭУ, 2004. – 154 с.

2. Криворотов В.В. Методология формирования механизма управления конкурентоспособностью предприятия: монография / В.В. Криворотов. – Екатеринбург: УГТУ-УПИ, 2007. – 238 с.

3. Вертиль В.В. Управление развитием конкурентоспособности учреждения среднего профессионального образования: понятийно-терминологический аппарат / В.В. Вертиль // Креативная экономика. – 2010. – № 6. – с. 116-121.

**Ольга Винтул**

ассистент кафедры,

Институт математики, экономики и механики

Одесского национального университета имени И.И. Мечникова,

г. Одесса

## ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ ФИРМЫ В УСЛОВИЯХ РАЗЛИЧНЫХ РЫНОЧНЫХ СТРУКТУР

В современных рыночных условиях инновационная деятельность является одним из важнейших компонентов стратегии фирмы, необходимых для выживания в конкурентной борьбе и успешного функционирования в долгосрочной перспективе.

Инновационный тип развития – это качественно новое направление, объективно обусловленное рядом причин. Во-первых, как способ экономического роста, увеличения объемов производства инновационное развитие стало возможным при превращении большинства факторов-ресурсов в системные образования (системы машин, технологические цепи, системный квалифицированный ресурс и др.). Происходит переход производительных сил на новую ступень прогресса, характеризующуюся проявлением взаимозависимости всех элементов производственной деятельности. Во-вторых, обостряется необходимость радикальной целевой переориентации на возросшие, ускоренно меняющиеся потребности человека и отдельных сообществ. В-третьих, возрастающую роль в системе факторов производства приобретают целостные многоотраслевые научные знания [1].

Инновационный тип развития фирмы характеризуется следующими признаками: 1) новаторскими целями деятельности, ее инновационными

результатами в каждом периоде развития по сравнению с предыдущим, что сопровождается формированием монопольного положения компании на рынке; 2) инновационными средствами достижения новаторских целей, т.е. постоянно обновляемой системной технологической базой; 3) совокупностью внутренних и внешних условий, позволяющих обеспечивать инновационную направленность производства на постоянной воспроизводственной основе [2].

Инновационный тип развития позволяет достичь явных конкурентных преимуществ в отрасли, высокой интеграции науки, производства и рынка, а также активного влияния на обновление существующих потребностей [3].

Стимулы к инновационной деятельности существуют в различных рыночных структурах.

В условиях совершенной конкуренции ни одна фирма не может получать прибыль в долгосрочном периоде при обычных издержках производства, т.к. равновесная цена устанавливается на уровне средних затрат компании. Тем не менее, если какой-либо фирме конкурентного рынка удалось бы внедрить новую технологию, позволяющую снизить ее издержки производства, эта компания получила бы конкурентное преимущество по сравнению с прочими агентами рынка [4].

Фирма в условиях конкурентного рынка с помощью инновационной стратегии может реализовать монопольное положение. Но действовать она должна не как монополист. Если конкурентная фирма успешно вводит новую технологию, позволяющую ей снизить свои средние издержки, то ей придется продавать свою продукцию по более низкой цене (в то время как монополист продавал бы продукцию по более высокой цене). В конкурентных отраслях существует много фирм, которые хотя и не имеют новой технологии, но готовы с более высокими издержками обеспечивать отраслевой спрос по первоначальной рыночной цене. Поэтому для вытеснения конкурентов фирме-новатору нужно продавать свою продукцию по более низкой цене, что позволит получить дополнительную экономическую прибыль и закрепить свое положение на рынке в долгосрочной перспективе [5].

В монопольных отраслях у фирм больше возможностей для первоначальных вложений в инновации, т.к. они получают экономическую прибыль. У крупных компаний больше возможностей для защиты инноваций от распространения, что снижает риск потери выгод. Монопольная прибыль позволяет привлечь более квалифицированные кадры исследователей, что повышает производительность инновационной деятельности. С другой стороны, крупные фирмы часто сдерживают инновационное развитие, т.к. фирма уже получает прибыль, выигрыш от инноваций для нее менее значим. Конкурентная фирма стремится быть монополией. Любая положительная прибыль для нее будет стимулом. А для крупных компаний стимулом может стать только очень большая прибыль, превышающая ту, которую компания уже получает [5].

Таким образом, успешная инновация приносит больший выигрыш для конкурентной фирмы, чем для монополиста. Объясняется это тем, что фирма-конкурент до инновации не получает экономической прибыли, поэтому любой доход от инновации составляет выигрыш для нее. Для монополиста выигрыш будет заключаться в дополнительной прибыли, которую принесет инновация. Однако, возможностей для инновационного развития больше у крупных фирм, чем в условиях конкурентного рынка.

#### Литература

1. Фоломьев А.Н., Гейгер О.А. Менеджмент инноваций: Теория и практика. – М., 1997 г. Розанова Н.М. Экономическая теория фирмы: учебник/Н.М. Розанова. М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2009 – 447 с.

2. Микроэкономика: инновационные аспекты: Учебно-методический комплекс/Под общ. ред. А.Н. Фоломьева. – М.: Изд-во РАГС, 2008. – 440 с.
3. Высокотехнологические предприятия в эпоху глобализации/И.В. Иванов, В.В. Баранов, О.В. Кирсанов, М., 2003.
4. Микроэкономика фирмы: учебное пособие/ Н.М. Розанова, И.В. Зороастрова. – М.БИНОМ. Лаборатория знаний, 2010. – 383 с.
5. Розанова Н.М. Экономическая теория фирмы: учебник/Н.М. Розанова. М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2009 – 447 с.

**Ольга Винтул**  
старший преподаватель,  
**Янина Мизернюк**  
студентка,  
Одесский национальный университет им. И.И. Мечникова,  
г. Одесса

### **ИННОВАЦИОННАЯ СТРАТЕГИЯ КАК ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ**

Инновационная деятельность часто трактуется как деятельность, связанная с использованием высоких технологий. Все чаще от руководителей предприятий слышны слова о том, что на данном предприятии осуществляется поддержка инновационной деятельности. [2]

С повышением роли инновации в развитии предприятий на современном этапе невозможным становится использование старых управленческих подходов. Обусловлено это тем, что предприятие может считаться инновационно-активным и перспективно развиваться, если тенденции такого развития обусловлены комплексным внедрением всех видов инноваций. Инновационное развитие преподносится как универсальный рецепт процветания, но часто это утверждение не соответствует действительности.

Под инновационным развитием часто понимают цепь реализованных новшеств. Оно более успешно, когда охватывает не одну узкую область, а включает в себя также сферы, влияющие на общий результат. [4]

Можно определить пять основных свойств инновации, применение которых способствует правильному инновационному развитию предприятия.

1. Основой, фундаментом инновационного развития являются государственно-правовые, социальные и управленческие инновации. Первой и основной задачей является построение фундамента: освоение и адекватное применение правовых знаний об инновациях, и формирование социальных и управленческих инноваций. Этот фундамент является необходимой средой, в которой возникает потребность в инновациях других видов и запускаются необходимые управленческие механизмы.

2. Для включения инноваций в инновационный портфель недостаточно оценить ее достоинства, реализуемость сотрудниками и ресурсами предприятия, размер и динамику рынка. Необходимо оценить эволюционную стадию каждого из компонентов и их соответствие друг другу.

3. Новые инновационные проекты возникают в результате реализации на предприятии цикла формирования новых предложений. Эта схема позволяет четко определять последовательность создания и ее характеристики - генерацию идей, их обработку, совместное использование и сбор идей.

4. Инновации на предприятии - это спектр действий. Одиночные инновации нежизнеспособны. Ниже показана примерная структура инноваций успешного