

ОЦІНЮВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ІННОВАЦІЙ

Проблема оцінювання конкурентоспроможності інновацій є однією з ключових для вітчизняних підприємств. Нестача обігових коштів, значний рівень ризику значно стримують інноваційну діяльність підприємств, проте глобалізаційні процеси не залишають альтернативи впровадженню інновацій, як основного чинника успіху суб'єктів ринкових відносин. Закордонний досвід засвідчує, що інновації зробили з таких недавно відсталих країн, як Японія, Південна Корея, Тайвань, Сінгапур і інші промислово розвинуті країни. Однак виведення на ринок інноваційної продукції ще не є гарантією її успішної реалізації, тому актуальною є проблема оцінювання конкурентоспроможності інновацій.

Конкурентоспроможність інновацій – це сукупність споживчих властивостей, які характеризують відміну інноваційних розробок від виробів конкурентів за ступенем відповідності конкретним потребам потенційних споживачів, з врахуванням витрат на їх задоволення. Вона визначається конкурентними перевагами: з одного боку, якістю товару, його технічним рівнем, споживчими властивостями, з іншого боку – цінами, що встановлюються продавцями товарів. Тільки повне узгодження вимог споживачів до інноваційної продукції з її техніко-економічними характеристиками є гарантією успіху на ринку.

Серед основних методів, які намагаються певним чином більш системно аналізувати і оцінювати фактори впливу на конкурентоспроможність, тобто визначати її рівень, слід виділити наступні: методика оцінки конкурентоспроможності товарів на основі їх рейтингу, за обсягом продажу, диференціальний, комплексний та змішаний методи. Перевагами методики оцінки конкурентоспроможності товарів на основі їх рейтингу є: простота розрахунку; наявність оперативної інформації про якість продукту, що дає змогу швидко реагувати на зміни у ринковому середовищі. Методика оцінки конкурентоспроможності товарів за обсягом продажу дозволяє достовірно оцінити інформацію про динаміку продажу на ринках. Диференціальний метод оцінки конкурентоспроможності базується на використанні і співставленні одиничних параметрів аналізованої продукції та бази порівняння. Проте, диференціальний метод не враховує вплив на перевагу споживача при виборі товару вагомості кожного параметра. Комплексний метод оцінювання конкурентоспроможності заснований на використанні комплексних (інтегральних) показників або порівнянні питомих корисних ефектів продукції, яка аналізується. Цей метод використовують для оцінки конкурентоспроможності продукції за величиною комплексного чи інтегрального показника на основі поєднання показника конкурентоспроможності товарів і показників ефективності організаційно-економічного управління підприємством.

При оцінці конкурентоспроможності інноваційної продукції велику увагу слід звернути на інформаційну безпеку підприємства. Процес її забезпечення передбачає виконання як всієї сукупності функціональних зобов'язань щодо інформаційно-аналітичного забезпечення діяльності підприємства, так і специфічних операцій. Важливо звернути увагу на те, що інформація, якою оперують в процесі оцінки конкурентоспроможності інноваційної продукції та самі результати оцінки являються дуже важливою інформацією і тому повинні бути конфіденційними. Отже, слід ретельно ставитися до вибору експертів та умови проведення оцінки.

Виробник повинен здійснювати оцінювання конкурентоспроможності інновації на всіх етапах її життєвого циклу. Тривалий процес створення інновації може позбавити її такої властивості будь-який момент, через появу на ринку аналогічної продукції конкурентів, і тоді виникне необхідність у її модернізації або заміні на принципово нову з новими або суттєво поліпшеними характеристиками.