

Микитюк О. П., к.е.н., доцент
КНУ імені Тараса Шевченка
Кравченко Т.В., к.е.н., асистент
КНУ імені Тараса Шевченка
Онисенко Т.С., к.е.н., асистент
КНУ імені Тараса Шевченка

ВИЗНАЧЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Досліджено сутність конкуренції та конкурентних переваг з огляду на їх використання інноваційними підприємствами. Визначено сутність інноваційного підприємства та доведено необхідність дослідження особливостей використання конкурентних переваг інноваційного типу.

Ключові слова: інновація, інноваційна діяльність, інноваційне підприємство, конкурентоспроможність, конкурентна перевага, підприємство.

Постановка проблеми. Серед найактуальніших проблем функціонування та розвитку українських підприємств усе більша увага приділяється необхідності підвищення якості управлінських рішень в сфері управління інноваційною діяльністю, що в свою чергу викликає необхідність побудови гнучкої системи конкурентних переваг.

Адаптації українських підприємств до нових умов господарювання викликана перш за все необхідністю використання інноваційних конкурентних переваг та нових інформаційних технологій.

Конкуренцію трактують як гнучкий механізм, що забезпечує реакцію підприємства в певний момент часу на зміну зовнішнього середовища, а також як систему взаємовідносин між інноваційними виробниками з приводу встановлення цін та обсягів пропозицій на ринках товарів і послуг.

У своєму дослідженні ми виходимо з такого теоретико-методичного положення, що дослідження сутності управління конкурентними перевагами інноваційних підприємств передбачає, перш за все, конкретизацію основних положень, понять, категорій, що розкривають зміст такого роду управління без врахування обумовлених особливостей галузі, конкретного підприємства, з можливістю уточнення сутності понять.

Аналіз останніх публікацій. В наукових джерелах представлено значну кількість досліджень конкуренції загалом та конкурентних переваг інноваційного підприємства зокрема. Найбільш відомими теоретичними дослідженнями в даній сфері відзначились: М. Портер, А. Дж. Стрікланд, А. А. Томпсон, Г. Хемела та багато інших. Серед вітчизняних вчених, котрі активно досліджують різного роду аспекти конкурентних переваг інноваційних підприємств варто відзначити: В. Д. Базилевича, З. С. Варналія, О. О. Костусєва, О. Є. Кузьміна, О. П. Микитюк, Г. М. Филюк, А. В. Шегду та ін.

У наукових розробках зазначених вітчизняних і зарубіжних учених фундаментально досліджено теоретичні аспекти управління конкурентними перевагами та визначено їх теоретичну сутність. Однак, не зважаючи на їх значний науковий доробок, потребують окремого більш глибокого розгляду прикладні питання системного вивчення, узагальнення та аналізу системи управління конкурентними перевагами саме інноваційних підприємств.

Мета статті: обґрунтування теоретичних основ визначення сутності конкурентних переваг інноваційного підприємства.

Результати дослідження. Виходячи із сутності поняття «конкурентоспроможність», досліджувати його варто лише за наявності конкуренції між виробниками певної продукції (послуги). Тому для визначення поняття «конкурентоспроможність інноваційного підприємства» потрібно розкрити сутність категорій «конкуренція» та «інноваційне підприємство».

Виникнення і розвиток суспільства супроводжується формуванням явища конкуренції (від лат. *concurrentia* – стикатися), яка є одним із постійно діючих чинників його прогресивного руху вперед [3, с.60]. Конкуренція змушує суб'єкти підприємницької діяльності не зупинятися на досягнутому, а постійно самовдосконалюватися, знижувати витрати на виробництво, покращувати якість продукції (послуг), що пропонуються на ринку, підвищувати свою конкурентоспроможність. Отже, конкуренція між відособленими товаровиробниками є суперництво (боротьба) між ними стосовно задоволення власних інтересів: вигідних умов виробництва та збуту товарів, одержання високих прибутків, домінування на певному ринку. Аналіз сутності конкуренції дозволяє зробити висновок, що вона враховує такі її якості, як динамічність, примусовість, єдність конкурентних і монополістичних засад, зв'язок з інноваційними процесами. Здатність підприємства вести суперництво у базовій галузі, на міжгалузевому та світових ринках отримала втілення в категорії «конкурентоспроможність» [2, с.63].

Повертаючись до визначення поняття «інноваційне підприємство» варто зосередити свою увагу на розтлумаченні понять «інновація», «інноваційна діяльність» та як їх синтез - «інноваційне підприємство».

Інновація зосереджує у собі велику кількість властивостей, таких як: наукову новизну та унікальність, можливість реалізації, практичну корисність та ефективність інноваційної діяльності. Тому, на нашу думку, необхідно перш за все врахувати конкретні властивості суб'єкта інноваційної діяльності (брати до уваги галузь, розмір підприємства, терміни застосування та використання та ін.) та об'єкта інновацій. І лише після цього робити конкретні висновки щодо змісту поняття та його коректності в тому чи іншому випадку. Тому доречним буде використання статичного, а не процесного підходу до визначення сутності інновацій, що дасть змогу уникнути цієї плутанини. Інновація є результатом інноваційного процесу, а не процесом загалом. Новацією ж виступає продукт інтелектуальної праці, ще не впроваджений у виробництво та не комерціалізований. Інноваційна діяльність на підприємстві є перманентною, тобто вона продовжується безперервно і втілюється у вигляді нових продуктів, способів організації виробництва, технологій тощо, тоді як інноваційний

процес є разовим явищем, що полягає у перетворенні конкретної новації на інновацію. Отже, інноваційним процесом доцільно називати процес перетворення наукових знань у нововведення, з метою одержання інноваційного результату (нова техніка, технологія, все те, що є результатом досягнень науково-технічного прогресу) і його практичного використання.

Тому інноваційна діяльність на підприємствах – це процес уведення створених новацій на ринок та усі види наукової діяльності, проектно-конструкторські, технологічні, дослідні розробки, тобто це розповсюдження новітніх знань - можливостей для загального, суспільного добробуту та процвітання. Комерційний аспект діяльності інноваційного підприємства визначає інновацію як економічну необхідність, яка перетворює її у джерело доходу такого роду підприємства. Наявність попиту на інновацію свідчить про її конкурентоспроможність, що є результатом інноваційної діяльності. Інновація — це матеріалізований результат науково-технічної діяльності.

Однак зауважимо, що за умови застосування вищенаведених понять суперечливою залишається низка важливих організаційних аспектів впровадження інновацій підприємствами.

Таким чином, інновація – це функція бізнесу, вона є головною складовою підприємництва, вона притаманна ринковій економіці [11, с.174].

Отже, на основі вищевикладеного можна зробити висновок, що механізм інноваційного підприємства є способом організації інновацій, сукупності спонукальних мотивів, економічних форм і методів управління системою нововведень, що складається під впливом ринкової кон'юнктури та державного регулювання.

Також, відповідно до Закону України «Про інноваційну діяльність» - інноваційне підприємство (інноваційний центр, технопарк, технополіс, інноваційний бізнес-інкубатор тощо) – підприємство (об'єднання підприємств), що розробляє, виробляє і реалізує інноваційні продукти і (або) продукцію чи послуги, обсяг яких у грошовому вимірі перевищує 70 відсотків його загального обсягу продукції і (або) послуг.

Сьогодні існує багато підходів до тлумачення поняття "конкурентоспроможність інноваційного підприємства". Узагальнюючим визначенням можна виділити трактування Філюк Г.М.: конкурентоспроможність підприємства являє собою його здатність утримувати своє положення на ринку та динамічно розвиватися в умовах жорсткої боротьби [13, с.5]. Це означає:

- виробництво товарів і послуг з високою споживчою цінністю, які з точки зору конкурентних переваг, сприймаються споживачем як кращі за аналогічну продукцію конкурентів.
- високу інноваційну активність підприємства, що забезпечує виробництво оригінальної продукції, яка не має аналогів.
- високу продуктивність використання обмежених ресурсів, що забезпечує оптимізацію витрат на виробництво продукції та зростання прибутку підприємства
- адаптивність до змін зовнішнього середовища та сталий розвиток підприємства [13, с.5].

Конкурентоспроможність інноваційного підприємства, в свою чергу визначається наявністю новітніх (інноваційних) конкурентних переваг, тому важливе місце в нашому дослідженні має аналіз конкурентних переваг.

Конкурентна перевага – це концентрована форма вияву переваг в економічній, організаційній, технічній сферах діяльності підприємства, галузі, національної економіки, які можна виміряти економічними показниками [7, с.83].

Інноваційна модель економічного зростання ґрунтується на інтенсифікації продукування результатів інтелектуальної діяльності та їх широкому впровадженні у всіх сферах життя та господарювання. За М. Портером запорукою високої конкурентоспроможності економіки є формування та розвиток інноваційних конкурентних переваг. Так він виділив 5 основних видів конкурентних переваг, якими може володіти фірма [9, с.390]:

- нові технології;
- нові запити покупців чи ті запити, що змінилися;
- поява нового сегмента галузі, як правило, за рахунок освоєння нової продукції;
- зміна вартості чи наявності компонентів виробництва;
- зміна державного регулювання в таких сферах, як стандарти, охорона навколишнього середовища і т.п.

Інноваційна конкурентна перевага є порівняльною, а отже, відносною, а не абсолютною, тому що вона може бути оцінена тільки шляхом порівняння характеристик, які впливають на економічну ефективність діяльності підприємства. Другою характеристикою інноваційної конкурентної переваги є її схильність до неоднозначного впливу безлічі різнорідних факторів. Для того, щоб домогтися конкурентної переваги, необхідні комплексні зусилля. Іноді й їх виявляється недостатньо через дію зовнішніх, неконтрольованих факторів. Більше того, ті ж самі фактори можуть, як підсилювати, так і послаблювати конкурентну перевагу [12, с.30]. Інноваційні конкурентні переваги в ринковій боротьбі дозволяють активно брати участь у формуванні світової економічної системи завдяки досягненню інноваційної конкурентоспроможності на національному рівні. При цьому нездатність до здійснення інновацій породжує значний ризик опинитися на позиціях аутсайдера, адже, у кінцевому наслідку, це призводить до обмеження можливостей розвитку та використання наявного потенціалу [1, с.167].

На сьогоднішній день дослідники даного питання значно розширили класифікацію конкурентних переваг. Так сьогодні є поширеним поділ переваг на зовнішні і внутрішні.

Зовнішні переваги базуються на спроможності підприємства створити більш значимі цінності для споживачів його продукції, що створює можливості більш повного задоволення їхніх потреб, зменшення витрат чи підвищення ефективності їхньої діяльності.

Внутрішні – це характеристики внутрішніх аспектів діяльності підприємства (рівень затрат, продуктивність праці, організація процесів, система менеджменту тощо), які перевищують аналогічні характеристики пріоритетних конкурентів [8, с.53].

Внутрішні конкурентні переваги поділяють на виробничі, економічні, технологічні, географічні, управлінські, кваліфікаційні, організаційні, наслідкові, інноваційні. До зовнішніх конкурентних переваг відносять: якісні, конструктивні, цінові, збутові, комунікаційні, конструктивні, інформаційні, сервісні, поведінкові, кон'юнктурні [6, с.60].

Для подальшої оцінки конкурентоспроможності важливим етапом є застосування різних методів оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства.

Оцінка конкурентоспроможності інноваційного підприємства являє собою складне багатofакторне завдання, яке зводиться до інтерпретації та оцінки комплексу показників, що характеризують різні сторони діяльності підприємства, що формують його конкурентоспроможність [5, с.21].

В нашому дослідженні ми дотримувались чіткого процесу оцінки конкурентоспроможності підприємства. В загальному вигляді цей процес складається із наступних етапів:

1. Визначення мети оцінки конкурентоспроможності (обґрунтування претензій на зовнішні інвестиційні ресурси, виявлення резервів економічного зростання, інші цілі поточного управління).

2. Вибір групи підприємств-конкурентів з урахуванням можливостей отримання необхідної первинної інформації для цілей оцінки конкурентоспроможності.

3. Визначення груп ключових показників конкурентоспроможності, які підлягають оцінюванню (групування доцільно здійснювати за складовими потенціалу підприємства, а саме: показники маркетингового потенціалу, виробничого, фінансового, інноваційного, кадрового, організаційної структури управління та ін.).

4. Розрахунок одиничних, групових, інтегральних показників конкурентоспроможності для кожного підприємства;

5. Обґрунтування висновку про рівень конкурентоспроможності об'єкта оцінки та розробка заходів, спрямованих на поліпшення або утримання конкурентних позицій [4, с.302].

Для оцінки конкурентоспроможності підприємства на практиці використовують різноманітні методи [8, с.51]. Кожен з методів відповідає одночасно кільком видам за наведеними нижче класифікаціями.

- За напрямком формування інформаційної бази можна виділити критеріальні та експертні методи оцінки.
- За способом відображення кінцевих результатів виокремлюють графічні, математичні та логічні методи оцінки.
- За можливістю розробки управлінських рішень існують одномоментні та стратегічні методи оцінки.
- За способом оцінки виділяють індикаторні та матричні методи.

Отже, для аналізу конкурентоспроможності підприємств використовують графічні, математичні, логічні; одномоментні та стратегічні; індикаторні та матричні; критеріальні та експертні методи. Треба зауважити, що для оцінки конкурентоспроможності підприємств найбільш ефективним буде одночасне застосування різних методів, результати яких доповнюють один одного та

дозволяють отримати найбільш повне уявлення про рівень конкурентоспроможності даного підприємства.

Варто зауважити, що у світовому господарстві відбувається поступовий перехід до нової форми конкурентних відносин, так званої інноваційної конкуренції, що вказує на інноваційний характер конкурентних переваг, визначає пріоритетну роль накопичення знання, забезпечення інноваційної діяльності для досягнення ринкового успіху; на противагу – неконфліктний інтегративний характер конкурентної взаємодії учасників. Принцип інтегративної конкурентної взаємодії зумовлює зміну форм конкурентної поведінки у світогосподарському просторі, що необхідно враховувати при формуванні конкурентних переваг на практиці та виборі відповідної стратегії розвитку [10]

Висновки. Поряд із новими можливостями, що відкриваються для українських інноваційних підприємств в умовах посилення євроінтеграційних процесів, перед ними постають складні завдання підвищення їх конкурентоспроможності на вітчизняних і міжнародних ринках, нарощування їх конкурентоспроможного потенціалу та кількості конкурентних переваг. За умов пріоритетності розвитку конкурентних переваг інноваційними підприємствами на довгострокову перспективу постають новітні можливості до стійкого зростання і як наслідок зростання економіки держави загалом.

Перспективи подальших досліджень. Подальші дослідження стосуватимуться розвитку теоретичних аспектів процесів формування конкурентних переваг інноваційних підприємств певних галузей української промисловості.

Література.

1. Богма О. С. Роль інновацій у забезпеченні конкурентоспроможності національної економіки / О. С. Богма, О. В. Болдуєва // Вісник Запорізького національного університету. Економічні науки. – 2010. – № 3. – С. 166–170.
2. Гарачук, Ю. О. Підвищення ефективності діяльності підприємства за рахунок управління конкурентоспроможністю [Текст] / Ю. О. Гарачук // Актуальні проблеми економіки. – 2011. – N 2. – С. 60-66.
3. Гончарук Т. І. Конкуренція і конкурентоспроможність: зміст і розвиток у перехідній економіці. — Суми : ВВП «Мрія-1» ЛТД, 2009. – 60 с.
4. Кобиляцький Л.С. Управління конкурентоспроможністю – К.: Зовнішня торгівля, 2003. – 302 с.
5. Малярець, Л.М. Оцінка факторів зростання конкурентоспроможності підприємства [Текст] / Л. М. Малярець, І. П. Отенко // Регіональні перспективи. – 2009. – N 4. – с. 20-23.
6. Меліхова К. Правове поле формування конкурентного середовища підприємства // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. - 2011. - №4. - с. 59-65.
7. Микитюк О. Конкуренційні переваги підприємств в коопераційних відносинах / Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка Економіка. 10 (151)/2013.– С83-88.
8. Позняк С. Конкуренційні переваги і конкурентоспроможність // Актуальні проблеми економіки. - 2003. - №1. - С.50-55.
9. Портер М. Стратегія конкуренції: методика аналізу галузей і діяльності конкурентів /М. Портер; пер. з англ. А. Олійник, Р. Скільський.– К. : Основи, 1997. – 390 с.
10. Тараненко І. В. Формування інноваційної парадигми теорії конкуренції у сучасних глобалізаційних умовах / І. В. Тараненко // Науковий вісник ЧДІЕУ. – 2011. – № 1(9). – С. 194–203.

11. Чайка Г. Л. Креативність в управлінні. – К.: Знання, 2017 – 222 с.
12. Философова Т. Г. Конкуренция и конкурентоспособность: учеб. пособ. / Философова Т. Г. – М.: ЮНИТИ, 2007. – 271 с.
13. Филук Г. М. Проблеми та шляхи підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств / Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка Економіка 10 (151)/2013
14. Cole Ehmke, M.S.Strategies for Competitive Advantage.- URL: <http://valueaddedag.org/nichemarkets>
15. Sonny Berglund, Mikael Stohm. Critical competitive priorities and capabilities in a high cost environment. Development and Management.Sweden.-89.- URL: http://tpe.econom.univ.kiev.ua/data/2017_34/zb34_01.pdf

References.

1. Bohma O. S. Rol innovatsii u zabezpechenni konkurentospromozhnosti natsionalnoi ekonomiky / O. S. Bohma, O. V. Boldueva // Visnyk Zaporizkoho natsionalnogo universytetu. Ekonomichni nauky. – 2010. – № 3. – S. 166–170.
2. Harachuk, Yu. O. Pidvyshchennia efektyvnosti diialnosti pidpriemstva za rakhunok upravlinnia konkurentospromozhnistiu [Tekst] / Yu. O. Harachuk // Aktualni problemy ekonomiky. – 2011. – N 2. – С. 60-66.
3. Honcharuk T. I. Konkurentsia i konkurentospromozhnist: zmist i rozvytok u perekhidnii ekonomitsi. — Sumy : VVP «Mriia-1» LTD, 2009. — 60 s.
4. Kobylatskyi L.S. Upravlinnia konkurentospromozhnistiu – K.: Zovnishnia torhivlia, 2003. – 302 s.
5. Maliarets, L.M. Otsinka faktoriv zrostantia konkurentospromozhnosti pidpriemstva [Tekst] / L. M. Maliarets, I. P. Otenko // Rehionalni perspektyvy. – 2009. – N 4. – s. 20-23.
6. Melikhova K. Pravove pole formuvannia konkurentnogo seredovyscha pidpriemstva // Visnyk Kyivskoho natsionalnogo torhovelno-ekonomichnogo universytetu. - 2011. - №4. - s. 59-65.
7. Mykytiuk O. Konkurentni perevahy pidpriemstv v kooperatsiinykh vidnosynakh / Visnyk Kyivskoho natsionalnogo universytetu imeni Tarasa Shevchenka Ekonomika. 10 (151)/2013.– S83-88.
8. Pozniak S. Konkurentni perevahy i konkurentospromozhnist // Aktualni problemy ekonomiky. - 2003. - №1. - S.50-55.
9. Porter M. Stratehiia konkurentsii: metodyka analizu haluzei i diialnosti konkurentiv /M. Porter; per. z anh. A. Oliinyk, R. Skilskyi.– K. : Osnovy, 1997. – 390 s.
10. Taranenko I. V. Formuvannia innovatsiinoi paradyhmy teorii konkurentsii u suchasnykh hlobalizatsiinykh umovakh / I. V. Taranenko // Naukovyi visnyk ChDIEU. – 2011. – № 1(9). – S. 194–203.
11. Chaika H. L. Kreatyvnist v upravlinni. – K.: Znannia, 2017 – 222 s.
12. Fylosofova T. H. Konkurentsia y konkurentosposobnost: ucheb. posob. / Fylosofova T. H. – М.: YuNYTY, 2007. – 271 s.
13. Fyliuk H. M. Problemy ta shliakhy pidvyshchennia konkurentospromozhnosti vitcheznianykh pidpriemstv / Visnyk Kyivskoho natsionalnogo universytetu imeni Tarasa Shevchenka Ekonomika 10 (151)/2013
14. Cole Ehmke, M.S.Strategies for Competitive Advantage.- URL: <http://valueaddedag.org/nichemarkets>
15. Sonny Berglund, Mikael Stohm. Critical competitive priorities and capabilities in a high cost environment. Development and Management.Sweden.-89.- URL: http://tpe.econom.univ.kiev.ua/data/2017_34/zb34_01.pdf

Микитюк О. П., к.э.н., доцент
КНУ имени Тараса Шевченко
Кравченко Т.В., к.э.н., ассистент
КНУ имени Тараса Шевченко
Онисенко Т.С., к.э.н., ассистент
КНУ имени Тараса Шевченко

ОПРЕДЕЛЕНИЕ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ ИННОВАЦИОННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Исследована сущность конкуренции и конкурентных преимуществ с учетом их использования именно инновационными предприятиями. Определена сущность инновационного предприятия и доказана необходимость исследования особенностей использования конкурентных преимуществ инновационного типа.

Ключевые слова: инновация, инновационная деятельность, инновационное предприятие, конкурентоспособность, конкурентное преимущество, предприятие.

Mykytiuk O., PhD in Economics, Associate Professor,
Taras Shevchenko National University of Kyiv
Kravchenko T., Ph.D. in Economics, Assistant
Taras Shevchenko National University of Kyiv
Onysenko T., Ph.D. in Economics, Assistant
Taras Shevchenko National University of Kyiv

DETERMINATION OF COMPETITIVE BENEFITS IN INNOVATION ENTERPRISE

The essence of competition and competitive advantages in terms of their use by innovative enterprises is investigated. The essence of the innovation enterprise is determined and the necessity of studying the features of the use of competitive advantages of the innovative type is proved.

The competition forces business entities not to stop at the achieved, but to constantly improve themselves, reduce production costs, improve the quality of products (services) offered on the market, improve their competitiveness. Consequently, competition between isolated commodity producers is rivalry (struggle) between them in terms of satisfying their own interests: favorable conditions of production and marketing of goods, obtaining high profits, domination in a certain market.

The mechanism of an innovative enterprise is a way of organizing innovations, a set of incentive motives, economic forms and methods of managing a system of innovations that is shaped by the influence of market conditions and state regulation.

It is proved that the innovative model of economic growth is based on the intensification of the production of the results of intellectual activity and their widespread implementation in all spheres of life and management.

The study followed a clear process of assessing the competitiveness of the enterprise. In general, this process consists of five stages: the definition of the objective of the competitiveness assessment, the choice of a group of competitor companies, taking into account the possibilities of obtaining the necessary primary information for the purposes of competitiveness assessment, the definition of groups of key indicators of competitiveness, the calculation of competitiveness indicators for each enterprise, the substantiation of the conclusion of the level the competitiveness of the object of evaluation and the development of measures to improve or maintain competitive positions.

Given the priority of the development of competitive advantages, innovative enterprises face long-term prospects for sustainable growth and as a consequence of the growth of the state's economy as a whole.

Key words: innovation, innovative activity, innovative enterprise, competitiveness, competitive advantage, enterprise.