

Легомінова С.В., к.е.н., доцент;
Лобань О.О., здобувач,
Державний університет телекомунікацій

ПАРАДИГМА ІННОВАЦІЙНИХ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА

У статті розглянута парадигма інноваційних конкурентних переваг підприємства. Зарубіжні і вітчизняні вчені акцентують увагу на окремих напрямках розвитку конкурентних переваг але нові векторні концепції управління — розвиток інформаційного суспільства, динамічність кооперативних процесів, коопетіція залишаються поза увагою. Конкурентоспроможність підприємства є синергетичної характеристикою, що відбиває здатність підприємства динамічно реагувати на зміни ринкової ситуації з метою утримання переваги над іншими господарюючими суб'єктами. Парадигма конкурентних переваг повинна включати в себе моделі підтримки конкурентних переваг на існуючих ринках і моделі розвитку майбутніх ринків; стратегію розвитку конкурентоспроможності підприємства.; розвиток людського капіталу та ефективного управління підприємством.

Ключові слова: *інноваційні конкурентні переваги, інформаційне суспільство, інформаційно-комунікаційні технологій (ІКТ), коопетіція, NBIC-конвергенція.*

Постановка проблеми. Формування парадигми конкурентоспроможності підприємства потребує виконання досліджень сутності конкурентоспроможності, її еволюційного розвитку та актуальних проявів у період перетворень економічних відносин та посилення невизначеності і глобальних викликів зовнішнього середовища. Розгляду сутності парадигми конкурентоспроможності, інноваційної конкурентоспроможності, обґрунтуванню сучасних підходів до її формування щодо вітчизняних підприємств.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблеми методологічного та теоретичного дослідження конкурентних переваг, які пов'язані з активізацією інноваційних процесів на підприємствах розглядалися вітчизняними й зарубіжними науковцями: Й. Шумпетер, Дж. Саттон, Р. Нельсон та С. Уинтер та інших, однак питання щодо напрямів подальшого прискореного розвитку підприємств в напрямленні інноваційних перетворень залишаються об'єктом наукових дискусій, що обумовлює подальше розгортання наукових досліджень.

Метою статті є узагальнення й характеристика сучасної парадигми розвитку інноваційних конкурентних переваг підприємства, розробка авторського підходу та окреслення можливості досягнення успішного інноваційного розвитку кожним підприємством при аналізі впливу інноваційних процесів на результат структурування ринку. Спроба формування сучасної еволюційної парадигми конкурентних переваг підприємства з урахуванням тенденцій розвитку інформаційного суспільства, коопетіції, кооперації різних рівнів.

Виклад основного матеріалу. В процесі побудови інформаційного суспільства, враховуючи його специфіку, змінюються підходи до аналізу конкуренції як такої, тим більш інноваційної конкуренції. Інноваційні процеси мають свої особливості і аналіз конкурентних переваг повинен проводитись з врахуванням динамічності економіки та еволюційного вектору розвитку. Інноваційна конкуренція зміщується зі сфер виробництва товарів та послуг, технологічної підготовки виробництва в область створення інституційних переваг технологічного розвитку підприємства.

Традиційне балансування між витратами і виручкою та забезпечення успіху змінюється більш досконалою та актуальною стратегією підприємства – цінової інноваційної конкуренції (отримання тимчасової монопольної переваги або ренти на ринку за результатами своєчасного впровадження інновацій).

Йозеф Шумпетер спираючись на позиції теорії інновацій піддав критиці концепцію досконалої конкуренції та відмітив, що вона неадекватна щодо економічних реалій. До основних методів конкурентної поведінки підприємства додаються зусилля щодо здійснення інновацій, імітація інновацій та присвоєння вигод від інноваційної діяльності. У більш довгостроковій перспективі фактори відбору сприяють підприємствам, які досягають позитивного балансу між величиною рентних доходів, що привласнюються в ході послідовних раундів інноваційної діяльності, і витратами на НДДКР, які роблять можливими ці інновації.

На думку Й. Шумпетера, переважання в капіталістичній економіці шумпетеріанської конкуренції забезпечує життєздатність даної системи. Основні параметри інноваційної конкуренції відображені в таблиці 1.

Таблиця 1

Основні параметри інноваційної конкуренції

Параметри	Інноваційна конкуренція
Врахування змін	Динамічна модель
Вплив підприємства на ціну	Ціна встановлюється підприємством
Вид конкуренції	Конкуренція, яка заснована на втіленні інновацій (конкуренція, яка забезпечує суттєве скорочення витрат або підвищення якості)
Стратегія підприємства	«Стратегія обмеження» (комерційна таємниця, патенти, заключення контрактів на довготривалий період, прискорене списання основного капіталу, залишкові потужності, придбання привілей)
Тип ринкової структури	Монополії, олигополії та ринки монополистичної конкуренції
Ризики підприємницької діяльності	«Творче руйнування», що загрожує підприємству банкрутством
Економічний прибуток	Підприємницький прибуток, який отримує успішний новатор, може міститися елемент монопольного доходу
Ринкова рівновага	Ринки перебувають у стані перманентної нерівноваги
Облік інституційних змін	Капіталізм постійно створює і руйнує інституційні структури
Ефективність антимонопольної політики	Антимонопольна політика може знизити ефективність капіталістичної економіки
Долгосрокове планування	Обмежувальна стратегія, яка здійснюється підприємством, страхує її від можливої дезорганізації ринку і дозволяє застосувати довгострокове планування
Економічний прогрес, економічні кризи та знецінення капіталу	Велике підприємство – найбільш потужний двигун економічного прогресу, довготривалого нарощування обсягів виробництва і, відповідно, збереження капітальних вартостей

Складено на основі: [1]

Інноваційна конкуренція охоплює ринки, які перебувають у стані перманентної нерівноваги, тому стандартні методи аналізу, які засновані на рівноважному підході, і моделі порівняльної статистики незастосовні до аналізу більшості таких ринків. У цій ситуації особливої актуальності набувають альтернативні підходи, здатні враховувати специфіку об'єкта дослідження [2, с. 3].

Найбільш прийнятним є еволюційний підхід. Він виходить з того, що економічна система є відкритою і відповідно змушена реагувати на постійні зміни зовнішнього середовища. Еволюціоністи заперечують найважливіший постулат неокласичної теорії – прагнення економіки до рівноваги, розглядаючи його як нетипове і короткочасне становище. В силу цього конкуренція розглядається як динамічний процес, де, по-перше, існує множинність варіантів вибору з невідомими наслідками, по-друге, його учасники володіють різним конкурентним потенціалом, по-третє, поведінка підприємства обумовлюється бурхливим, вимогливим навколишнім середовищем.

Інноваційна діяльність підприємства представляється як визначальний чинник конкурентної еволюції, а у фокусі аналізу виявляється зв'язок між структурою ринку і науково-технічним прогресом.

Дуглас Норт звернув увагу на ситуацію, коли потрібно вирішувати тригранне завдання, кожна грань якої протистоїть іншій. Суть цього завдання в тому, що потрібно, по-перше, освоювати зміни і нові механізми, по-друге, долати негативні наслідки змін та помилок і, нарешті, зберігати цінне із спадщини минулого.

Обґрунтованою і раціональною представляється позиція Дугласа Норта, що стосується цієї спадщини: незалежно від нашого ставлення до минулого необхідно рахуватися з тим, до чого люди звикли. Стратегія і тактика реформ не може цього не враховувати. В основі поведінки людей лежать не окремі знання, отримані протягом життя однієї людини або одного покоління, а їх сума, що акумулюється протягом тривалого періоду. На жаль, немає теорії динаміки трансформації, що передбачає мінімізацію її ціни [3].

Однією з найбільш відомих математичних моделей, що описують процеси інноваційної конкуренції в рамках еволюційної парадигми, є модель Нельсона – Уінтера [4].

Розгляд конкурентної боротьби крізь призму взаємозв'язку між конкурентним середовищем та інноваційною діяльністю дозволило еволюціоністам виявити ті інституціональні фактори, які обумовлюють завоювання господарськими суб'єктами кращих позицій. Так, Р. Нельсон і С. Уінтер на основі побудови математичних моделей підтвердили висунуті раніше гіпотези Дж. К. Гелбрейта і Й. Шумпетера.

У взаємозалежності, яка існує між структурою ринку та інноваційною діяльністю, великі підприємства займають центральне місце, так як, по-перше, мають переваги перед дрібними в освоєнні нововведень (концентрація ресурсів, розподіл ризиків, нижчі середні витрати на НДДКР), а по-друге, здатні забезпечити більш швидку компенсацію пов'язаних із здійсненням НДДКР витрат (розмір виробничих потужностей). У цьому сенсі в галузях з високим ступенем інтенсивності інновацій процеси концентрації виробництва відбуватимуться швидше [4].

Сучасним проявом великих та могутніх підприємств є транснаціональні корпорації з притоманної їм агресивної поведінкою на сучасних ринках та захопленням влади з встановленням своїх правил гри.

Саме по собі наявність ринкової влади не може розглядатися в якості перешкоди інноваційному типу конкуренції, так як вона створює економічну базу (концентрація ресурсів) і мотивацію для інноваційної діяльності в тому сенсі, що високі доходи виступають в якості своєрідного захисту витрат на НДДКР, а ринкова влада виступає платою за науково-технічний прогрес [4, с. 441].

Питання вибору в конкурентній боротьбі способу завоювання кращих умов господарської діяльності, а значить, і пануючого типу конкуренції, є питання якості інституційних умов відтворення [5].

Важливим є формування антимонопольних законопроектів з метою наближення галузевого ринку до моделі досконалої конкуренції, а формування інституційних умов, які забезпечували б максимально сприятливе конкурентне середовище для розвитку інноваційної діяльності.

Моделі Салопа (1977) і Діксіта-Стігліца (1977), пророкують зниження ренти після входу на ринок у міру посилення конкуренції. Зростаюча конкуренція на ринку продуктів

знижує стимули до інновацій за рахунок зменшення ренти, одержуваної після входу на ринок. Це пророцтво повторюється більшістю існуючих моделей ендогенного зростання (наприклад, моделі Ромера (1990) і Гроссмана-Хелпмана (1991)), в яких підвищення інтенсивності конкуренції на ринку продуктів або швидкості запозичення інновацій негативно впливає на зростання продуктивності, знижуючи монопольну ренту, яка винагороджує інновацію.

Гостре суперництво за привласнення інноваційної ренти, з одного боку, спонукає компанії до агресивної політики (найчастіше з порушенням правових норм), спрямованої на витіснення конкурентів, а з іншого - сприяє розвитку всебічного співробітництва з такими ринковими агентами, як споживачі, посередники, продавці супутніх продуктів і послуг, постачальники та ін. [6].

Динамічний характер конкуренції на інноваційних ринках змушує підприємства постійно орієнтуватися на отримання високих прибутків. Нормальний середній прибуток, що акумулюється в поточному періоді, вже є сигналом програшу в конкурентній боротьбі і змушує виходити з даного ринку вже сьогодні, щоб уникнути катастрофічних втрат завтра, коли морально застарілі активи фірми знеціняться до нуля.

Підприємство, яке не задовольняє невисокий прибуток, тому що не дозволяє реалізувати достатню інноваційну ренту, може втратити свої позиції лідерства. Відсутність можливості отримувати ренту на даному ринку вже означає поразку в інноваційній конкуренції, так як підприємство не генерує надлишковий приплив готівки, необхідний для фінансування випереджальних НДДКР, підприємство втрачає довіру інвесторів, яке буде більш охоче вкладати кошти в більш високоприбуткові підприємства. Ускладнюється генерація грошових ресурсів, які необхідні для фінансування випереджальних НДДКР.

Джон Саттон розробив модель, яка дає можливість враховувати інноваційну діяльність компаній в процесі формування ринкової структури. Розроблена Саттоном методика особливо перспективна при аналізі галузей зі стійким сукупним попитом на продукцію, тобто сформованих ринків [7].

У Законі України «Про захист економічної конкуренції» подається визначення терміну економічна конкуренція як «змагання між суб'єктами господарювання з метою здобуття завдяки власним досягненням переваг над іншими суб'єктами господарювання, внаслідок чого споживачі, суб'єкти господарювання мають можливість вибирати між кількома продавцями, покупцями, а окремий суб'єкт господарювання не може визначати умови обороту товарів на ринку [8, ст. 64]. Обов'язковими передумовами існування конкуренції є:

- 1) наявність на ринку великої кількості незалежних суб'єктів господарювання;
- 2) відсутність бар'єрів входу (виходу) на ринок для його учасників.

Тому законодавчі ознаки конкуренції мають чітко виражений економічний характер, зокрема [8, ст. 64]:

1. Змагальність (боротьба) між конкурентами, як основний зміст конкуренції.
2. Змагальність виражається у діях підприємців, спрямованих на досягнення переваг над своїми конкурентами.
3. Споживачі, суб'єкти господарювання мають можливість вибирати між кількома продавцями чи покупцями.
4. Окремий підприємець не може впливати на конкурентні ринкові механізми.

Конкурентні переваги підприємства – це висока компетентність підприємства в певній сфері, що дає змогу досягати стратегічні цілі діяльності. Конкурентні переваги повинні бути значними щодо інших учасників ринку, стійкими щодо змін зовнішнього середовища, помітними для покупців, впливовими на результати діяльності підприємства. На конкурентні переваги підприємства впливають: структура стратегічного потенціалу; можливості розширення ресурсів підприємства; особливості галузі і національної економіки, загалом, тощо [9, с. 146].

На процес формування конкурентних переваг підприємства мають вплив два основні фактори: впевненість щодо переваги в людському, соціальному капіталі і конверсії знань в передові інновації; стійкий довготривалий характер переваг, внаслідок особливостей феномену інновацій.

Зростання ролі інновацій і створює конкурентні переваги на основі здатності підприємства отримувати прибуток і вдосконалювати бізнес у результаті науково - дослідної та науково-технічної кооперації (з іншими підприємствами, організаціями, країнами).

В свою чергу одним з векторів розвитку інформаційного суспільства є не тільки створення нових галузей виробництва, але і створення інформаційних мереж, в яких буде використовуватися значна частина продукції високотехнологічних виробництв, програмах інформатизації за різними напрямками, в тому числі освіти, розвиток сетевого характеру національних комп'ютерних мереж і телекомунікацій, обов'язковою є участь університетів, організації і підприємств інших учасників, які мають формувати нову структуру інформаційного ринку, включаючи комерційні, міжнародні та неурядові організації, а також інвесторів готових здійснювати інвестування в прогресивні галузі економіки.

Здатність та готовність до розвитку проявляється в інноваційній мобільності вітчизняних підприємств (швидко сприймати і впроваджувати інновації), наявності у них так званих «стратегічних компетенцій інноваційного підприємства» (інтегрування в професійне співтовариство), перехід від відносин «замовник - виконавець» до відносин партнерства, так званим « відкритим взаємовідносинам».

Об'єднання понять «конкуренція» («competition») і «кооперація» («cooperation»), використовується рядом дослідників для того, щоб підкреслити головну характеристику такої форми співпраці. Інший термін, який застосовується для позначення того ж феномена, - соконкуренція.

Відкриті інновації перетворюються в принципово новий підхід до джерела інноваційного розвитку - так званої «коопетіції», тобто кооперації конкуруючих між собою підприємств, а також кооперації їх з установами дослідного сектора - університетами, науковими центрами, а також з владними структурами.

Коопетіція отримала відображення в концепції так званої «потрійної спіралі», що символізує союз між ключовими елементами інноваційної системи країни - владою, бізнесом і університетом.

Досягнення нових конкурентних переваг обумовлює конвергенція інформаційних технологій з нанотехнологіями, біотехнологіями і когнітивними науками, що отримала назву NBIC-конвергенція.

До таких переваг належать:

- значний стрибок в можливостях продуктивних сил на основі створення матеріальних об'єктів з дуже низькою собівартістю;
- забезпечення найбільшої ефективності роботи нанотехнологій і штучного інтелекту завдяки використанню інформаційно-комунікаційних технологій, які створені на основі NBIC конвергенції, в глобальну виробничу систему;
- підвищення рівня життєвого комфорту;
- трансформацію всіх аспектів життя людини і системи цінностей, розвиток взаємин, пов'язаних з творчою та пізнавальною діяльністю [10, с. 26].

Катализатором розвитку зв'язків підприємств, обумовлених глобалізацією став доступ до більш інтелектуальних інформаційно-комунікаційних технологій і надійних каналів комунікацій, що збільшує економічну ефективність інформаційних технологій і телекомунікацій. Взаємозв'язок цих найбільших сучасних процесів зумовлює економічні підходи до успішного розвитку національних інформаційних інфраструктур.

Історично телекомунікаційна галузь у всіх країнах виникла і розвивалася як природна монополія, що було обумовлено високим рівнем витрат з надання доступу до телефонної мережі і надання телеграфних послуг. У той же час телекомунікаційні послуги

відразу стали мати велике соціальне значення, що не дозволяло встановлювати високі ціни на ці послуги і зумовлювало регулюючу роль держави щодо тарифів.

Однак розвиток цифрових технологій інформації та комунікацій викликало істотні зміни в структурі управління телекомунікаційною галуззю. З 1980-х рр. починається лібералізація національних ринків зв'язку, яка сприяє виникненню конкуренції з метою створення рентабельної інфраструктури телекомунікацій. Протягом 1990-х рр. реформування телекомунікаційної галузі зачіпає все більше держав. У лютому 1997 року в Женеві в рамках Світової організації торгівлі 71 держава підписала угоду про повну або часткову лібералізацію внутрішніх ринків, що завдало удару по монополюним власникам національних каналів зв'язку. Це означає, що якщо до підписання угоди лише 20% світового ринку ІТ було відкрито для конкуренції, то тепер цей показник повинен скласти 94%. Відкрита конкуренція на ринку телекомунікаційних та інформаційних послуг призводить до зниження тарифів на різні види зв'язку, перш за все телефонної. Висока вартість телефонних послуг стримувала зростання ринків ІКТ.

США і європейськими державами виступили активними ініціаторами підписання Женевської угоди про лібералізацію ринків. Отже, ціла група країн прийшла до необхідності демонополізації національних телекомунікаційних ринків [11].

Генезис комп'ютерних мереж і телекомунікацій показує, що для успішного розвитку сучасних засобів зв'язку та інформації необхідно створення сприятливого економічного середовища, залучення різних інвестиційних потоків, підвищення ефективності їх використання, підключення потенціалу недержавних компаній. Створення бар'єрів на шляху приватних інвестицій може перекреслити перспективи швидкого розвитку інформаційної інфраструктури.

Причина руху такого великого числа держав в бік лібералізації полягає в прагненні залучити на національні телекомунікаційні ринки значні інвестиції, за допомогою яких можливо в короткий термін кардинально оновити телекомунікаційний сектор економіки та структурувати його. У міру розвитку інформаційно-комунікаційних технологій інформація стає стратегічним ресурсом, тобто телекомунікаційна індустрія є однією з стратегічних галузей сучасної економіки.

Отже, повинні бути створені сприятливі умови для бізнесу. Безпрецедентна лібералізація телекомунікаційних ринків пояснюється необхідністю залучення додаткових капіталів на розвиток національних інформаційних інфраструктур. Крім заходів заохочення конкуренції на ринках засобів і послуг зв'язку, включаючи демонополізацію і приватизацію, в завдання урядів входить розробка відповідного законодавства, технологічне забезпечення права громадян на доступ до інформації, перехід до нових принципів державного регулювання та лібералізації.

У сфері інноваційної конкуренції, яка бореться за лідируючі місця, не може працювати задовольняючись низькою нормою прибутку. Їй потрібна висока маржа, велика технологічна рента, іншими словами, надлишок грошових ресурсів, для того щоб за рахунок них купувати більш цінні ресурси: технології, креативні здібності людей, час.

Життєвий цикл товару, послуги в умовах інноваційної конкуренції обростає додатковою стадією. Крім стадії НДДКР, на якій закладаються всі конкурентні характеристики подальшого життєвого циклу товару (послуги), включаючи умови його експлуатаційної модернізації (оновлення операційних систем і комп'ютерних програм) і подальшої утилізації, формується те, що ми пропонуємо називати стадією інституційно технологічного проектування життєвого циклу товару. На цій стадії фірми конкурують за створення інституційної інноваційного середовища, яка буде підтримувати весь подальший життєвий цикл починаючи з НДДКР, і створювати позитивний імідж технологічних можливостей і перспектив компанії. Найбільш гострі і жорсткі форми конкурентного суперництва переміщуються в сфери контролю над дефіцитними ресурсами, що дозволяють сформувати і підтримувати це інституційно-інноваційне середовище, воно дозволяє

компанії забезпечити за собою зростання кількості потенційних ринків з невизначеними в даний час перспективами.

Висновки. В ході дослідження автори дійшли висновку, що сучасна парадигма розвитку інноваційних конкурентних переваг підприємства заснована на еволюційному підході дослідження, яка обумовлена динамічними процесами та множинністю вибору варіантів розвитку з непередбаченими наслідками. Джерела інноваційного розвитку полягають в принципово новому русі - коопетитії, тобто кооперації конкуруючих між собою підприємств, а також кооперації їх з установами дослідного сектора - університетами, науковими центрами, а також з владними структурами. Досягнення нових конкурентних переваг підприємства обумовлює конвергенція інформаційних технологій з нанотехнологіями, біотехнологіями і когнітивними науками (NBIC-конвергенція).

Інноваційна конкуренція вимагає від підприємств переміщення в більш рані стадії життєвого циклу товару або послуги, щоб уникнути зіткнення в рамках реалізованих ринкових ніш. Характерним є втрата інтересу підприємств до компонент бізнес-процесів, які стають доступними іншим конкурентам і як наслідок відбуваються втрати монопольної ренти, яка забезпечує проведення НДКР, втрачається мотивація. Основним орієнтиром є прагнення піднятися все вище по технологічному ланцюжку досягти етапу передбачення і планування технологічної карти розвитку підприємства. Лідери конкурують за право окреслювати образи майбутнього, за право вселяти конкурентному середовищу контури можливих напрямків розвитку.

Список використаної літератури

1. Шумпетер Й.А. *Капитализм, социализм и демократия*. М., 1995, 540с. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.ek-lit.narod.ru/shum012.htm#1>
2. Пономарев А.Е. *Влияние шумпетерианской конкуренции на структуру рынка: эволюционный подход: автореф. дис. на соискание науч. степени канд. экон. наук: спец. 08.00.01 – „Экономическая теория”* / А.Е. Пономарев. — М., 2010. — С. 3.
3. Норт Дуглас *Институты, институциональные изменения и функционирование экономики* / Пер. с англ. А.Н. Нестеренко; предисл. и науч. ред. Б.З. Мильнера. — М.: Фонд экономической книги “Начала”, 1997. — 180 с.
4. Нельсон Р., Уинтер С. *Эволюционная теория экономических изменений*. М., — 2002. — С. 441.
5. Тарануха Ю.В. *Предприятие и предпринимательство в трансформируемой экономике*. М., 2003— 368с.
6. *Пять взглядов на стратегию достижения лидерства на рынке* — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.iteam.ru/publications/strategy/section_17/article_454/.
7. Sutton, John (1998) *Technology and market structure : Theory and history* MIT Press, Cambridge, Mass.
8. Закон України «Про захист економічної конкуренції» від 11.01.2001 р. № 2210-III // *Відомості Верховної Ради*. -2001.- №12.
9. Лісовська Л.С., Іванець Л.В. *Сучасна парадигма конкурентоспроможності підприємств* / Л.С. Лісовська, Л.В. Іванець – [Електронний ресурс]. – Режим доступа: http://www.nbuv.gov.ua/old_jrn/natural/Vnulp/Ekonomika/2009_640/20.pdf.
10. Белова Л.Г. *Формирование конкурентных преимуществ информационного общества в странах азиатско-тихоокеанского региона: автореф. дис. на соискание науч. степени докт. экон. наук: спец. 08.00.14 – „Мировая экономика”* / Л.Г. Белова. — М., 2015. — 48с.
11. Ткачева Н.В. *Информационные стратегии стран Восточной Азии в условиях рыночных реформ. (Серия: Практическая журналистика)* — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://evartist.narod.ru/text9/09.htm>
12. Толкачев С.А., Тепляков А.Ю. *Институциональная среда конкуренции IT компаний* / С.А. Толкачев., А.Ю. Тепляков // *Научные исследования экономического факультета*.

Электронный журнал. – 2012. – №1. – С. 143-160. —[Электронный ресурс]. — Режим доступа:http://archive.econ.msu.ru/journal/issues/2012/2012.volume_4.issue_1/The_institutional_environment_of_competition_IT_companies/

Легоминова Светлана Владимировна, Лобань Ольга Александровна. Парадигма инновационных конкурентных преимуществ предприятия. В статье рассмотрена парадигма инновационных конкурентных преимуществ предприятия. Зарубежные и отечественные ученые акцентируют внимание на отдельных направлениях развития конкурентных преимуществ но новые векторные концепции управления - развитие информационного общества, динамичность кооперативных процессов, коопетиция остаются без внимания. Конкурентоспособность предприятия является синергетической характеристикой, отражающей способность предприятия динамично реагировать на изменения рыночной ситуации с целью удержания превосходства над другими хозяйствующими субъектами. Парадигма конкурентных преимуществ должна включать в себя модели поддержки конкурентных преимуществ на существующих рынках и модели развития будущих рынков; стратегии развития конкурентоспособности предприятия: развитие человеческого капитала и эффективного управления предприятием.

Ключевые слова: инновационные конкурентные преимущества, информационное общество, информационно-коммуникационные технологии (ИКТ), коопетиция, NBIC-конвергенция.

Legominova Svitlana, Loban Olga. The paradigm of innovative competitive advantages of the enterprise. The article discusses the paradigm of innovative competitive advantages of the enterprise. Foreign and domestic scientists focus on specific areas of development of competitive advantages but the new vector management concept, the development of information society, dynamics of cooperative processes, competition and cooperation be ignored. Enterprise competitiveness is a synergetic characteristic that reflects the ability of enterprises to respond dynamically to changes in the market to retain superiority over other economic subjects. The paradigm of competitive advantage should include support models of competitive advantage on existing markets and development models of future markets; strategy of development of competitiveness: human capital development and effective management of the enterprise.

Keywords: innovation, competitive advantage, information society, information and communication technology (ICT), competition and cooperation, NBIC-convergence.