

Вороніна В. Л.

к.е.н., доцент кафедри менеджменту ім. І. А. Маркіної,
доцент

Овчарук О. М.

к.е.н., доцент кафедри менеджменту ім. І. А. Маркіної,
доцент

Збаранський О. А.

здобувач

Полтавський державний аграрний університет

м. Полтава, Україна

КОНКУРЕНТНА ПЕРЕВАГА ЯК РЕЗУЛЬТАТ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Формування конкурентних переваг підприємств на основі інновацій є основною передумовою забезпечення ефективності їхньої діяльності, напрямом подолання кризових ситуацій, в яких перебуває значна кількість вітчизняних суб'єктів господарювання різних галузей та форм власності [1]. При цьому вирішення зазначеної проблеми має розглядатися з позицій удосконалення теорії та методології формування конкурентних переваг у контексті використання інновацій та ключових здібностей підприємства.

Детальний аналіз наукових праць з досліджуваної проблематики показує, що з наукової точки зору, в рамках окремо взятої предметної області, питання формування конкурентних переваг підприємств є невирішеним, зумовлюючи цим актуальність теми дослідження, яка викликана необхідністю вивчення теоретичних засад формування конкурентних переваг та вдосконалення науково-методологічних рекомендацій щодо комплексного економічного оцінювання сучасного стану конкурентних переваг підприємств України.

У наукових працях відомих вчених: І. Ансоффа, М. Зось-Кіора, К. Макконелла, І. Маркіної, М. Портера, Д. Рікардо, Ф. Хайєка, Й. Шумпетера та ін. проведено глибокі дослідження конкурентних переваг підприємства. Але залишаються недостатньо опрацьованими аспекти прийняття якісних

управлінських рішень, з одного боку, щодо інвестування коштів, а з іншого – щодо покращення фінансового становища та підвищення рівня конкурентних переваг компаній. До цих аспектів слід віднести, зокрема, пов'язування питань всебічного стійкого розвитку компанії та її інноваційної привабливості, формування комплексної, адекватної та загальноприйнятої системи оцінювання конкурентоспроможності тощо.

Проаналізувавши наявні трактування поняття «конкуренція» нами окреслено основні підходи до визначення економічної конкуренції: структурний, поведінковий, системний, функціональний, а також у межах цих підходів варто виокремити інноваційний мікро-, мезо- та макроекономічний підходи (табл. 1).

Таблиця 1

Етимологічний аналіз поняття економічної конкуренції

Підходи	Тлумачення
структурний	пріоритетом у вивченні суті конкуренції є середовище функціонування підприємства, здійснення аналізу структури ринку, його стану й умов функціонування. Конкуренцію розглядають як динамічну зміну властивостей, структури, функцій ринкової системи. Головне – встановлення ступеня монополізації ринку та свободи продавця і покупця
поведінковий	конкуренція є суперництвом і боротьбою між економічними суб'єктами за цінності та кращі умови завдяки задоволенню потреб покупців
системний	конкуренція – невід'ємна властивість будь-якої соціально-економічної системи, децентралізована система координації діяльності господарюючих суб'єктів (ринкових агентів)
функціональний	забезпечує втілення функцій конкуренції. Конкуренцію розглядають у вигляді мотиватора інноваційної діяльності, чинника економічного розвитку
інноваційний макроекономічний	характеризує те, що конкурентною перевагою на рівні держави є виробництво різних видів інновацій
інноваційний мезоекономічний	об'єктом дослідження постають інноваційна інфраструктура, регіональні інноваційні системи
інноваційний мікроекономічний	пріоритетом у вивченні суті конкуренції є внутрішнє середовище підприємства, його інноваційний потенціал, організаційна структура, інноваційна культура, інтелектуальний капітал

Джерело: сформовано та доповнено авторами [2, 3, 4, 5]

Встановлено, що, по-перше, конкуренція є саморегулюючим процесом; по-друге, конкуренція сприймається як суперництво на ринку за досягнення найбільш сприятливих умов існування організації та максимізації прибутку; по-

третє, конкуренція має соціальну (споживчу) спрямованість ведення конкурентної боротьби. Крім того, нами визначено ще один важливий аспект конкуренції – впровадження інновацій. У ході ведення конкурентної боротьби організації змушені вишукувати нові продукти та послуги, які вже затребувані або можуть бути затребувані ринком, підвищувати їх якість, використовувати нові, більш ефективні способи виробництва та управління. Досягнення цих параметрів можливо, завдяки впровадженню в діяльність організації інновацій. Як наслідок, конкуренція є головним чинником сприйнятливості організації до інновацій.

Нами виділено ще одну умову: суперництво на ринку призводить до постійної зміни умов господарювання та стану ринку, і для ведення гідної конкурентної боротьби компанії змушені пристосовуватися до умов, що склалися. Іншими словами, конкуренція є системотворчою складовою ринку та ринкових відносин, вона формує попит та пропозицію, ціноутворення, економічну модель ринку, активізує інноваційні процеси, тобто визначає кон'юнктуру ринку.

Підсумовуючи проведені дослідження доцільно зазначити: немає одностайності у розумінні сутності поняття «конкурентна перевага», що зумовило необхідність викладення авторського бачення зазначеної дефініції, враховуючи інноваційну складову даного поняття. За результатами критичного аналізу встановлено, що деякими вченими здійснено спроби систематизації різноманіття дефініцій із виділенням наукових підходів, більшість з яких має певні недоліки; єдиний підхід до класифікації конкурентних переваг відсутній, що сприяло формуванню авторської позиції з даного питання.

Отже, конкурентна перевага є результатом інноваційної діяльності підприємства, що визначає рівень його конкурентоспроможності завдяки особливостям та унікальності продукції, техніки та технологій, методів організації виробництва та збуту тощо. Конкуренцію можна розглядати як динамічний процес, у ході якого компанії змушені використовувати нові технології, залучати інвестиції, адаптуватися до умов ринку, що постійно

змінюються.

Список використаних джерел

1. Хайек Ф. Конкуренция как процедура открытия. *Мировая экономика и международные отношения*. 1989. № 12. С. 6-14.
2. Porter M. E. Competitive strategy: techniques for analyzing industries and competitors: with a new introduction. New York : Free Press, 1980. 398 p.
3. Шумпетер Й. А. Теория экономического развития. М.: Прогресс, 1982, 401 с.
4. Gregersen H. M., Arnold J. E. M., Lundgren A. L., Contreras, A. (1995). Hermosilla Valuing forests: context, issues and guidelines, 1995 (E F S) FAO FORESTRY PAPER 127. URL: <http://www.fao.org/3/v7395e/v7395e00.htm>.