УДК 360.56.003

Б. І. Яценко,
здобувач кафедри економіки та організації діяльності суб'єктів господарювання,
Українська інженерно-педагогічна академія м. Харків

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ІННОВАЦІЙНОГО УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТНИМ СТАТУСОМ ПІДПРИЄМСТВ

B. I. Yatsenko,
Researcher of the Department of Economics and business entities,
Ukrainian Engineering and Pedagogical Academy, Kharkiv.

THE THEORETICAL BASIS OF INNOVATIVE MANAGEMENT COMPETITIVE STATUS OF THE COMPANIES

У статті висвітлено питання щодо формування теоретичних основ інноваційного управління конкурентним статусом підприємств. Зазначено, що сучасні дослідники розглядають конкурентний статус підприємства з позиції системно-інноваційного підходу, тобто як інноваційну систему, що складається з безупинно взаємодіючих факторів і ступінь, що характеризує реалізацію інноваційних потенційних можливостей підприємства щодо утримання протягом досить тривалого періоду часу конкурентного статусу. Висвітлено підходи до класифікації конкурентного статусу підприємства та удосконалено класифікацію переваг інноваційного управління конкурентним статусом підприємства. Зроблено висновок, що інноваційне управління конкурентним статусом підприємства є одним з найважливіших видів управління, в якому закладено уміння і здатність ставити межу діяльності і координувати процеси виконання завдань і функцій, впливати на людей різного рівня освіти, кваліфікації, інтересів, навчати співробітників досягати поставленої мети.

In the article the issue of formation of the theoretical foundations of innovation management status of competitive enterprises. Indicated that modern scholars consider competitive status of the company from a position of systematic and innovative approach that is both innovative system consisting of constantly interacting factors and the extent of characterizing the potential implementation of innovative enterprises to maintain for a long period of time competitive status. Deals with approaches to classification competitive status of the company and improved the benefits of innovation management classification competitive status of the company. It is concluded that innovative management competitive status of the company is one of the most important types of management, which laid the skills and ability to put limit activities and coordinate the tasks and functions that affect people of all levels of education, skills, interests and train employees to achieve this goal.

Ключові слова: *Теоретичні основи, інноваційне управління, формування, конкурентний статус, класифікація, управлінське рішення.*

Keywords: *theoretical basis, innovative management, development, competitive status, classification, management decision.*

Постановка проблеми. Проблема підвищення рівня конкурентного статусу підприємства є актуальним питанням. Сучасний етап розвитку економіки України висуває якісно нові вимоги до управління конкурентоспроможністю підприємств. Умови формування ринкових відносин в Україні, які характеризуються динамічністю зовнішнього середовища, зниженням платоспроможності населення,

загостренням конкурентної боротьби, підвищенням рівня комерційного ризику, тяжким фінансовим станом більшості підприємств, потребують пошуку засобів виживання підприємств та забезпечення їхнього ефективного функціонування. У зв'язку з цим виникає необхідність у вдосконаленні управління конкурентоспроможністю підприємства шляхом використання сучасних принципів менеджменту, маркетингу, забезпечення стратегічного підходу до їхньої діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Широке коло питань, пов'язаних із дослідженням інноваційних методів управління та конкурентного статусу підприємств, знайшло відображення в роботах багатьох вчених-економістів [1-6]. Але, сьогодні, потребує додаткової уваги система формування теоретичних основ інноваційного управління конкурентним статусом підприємств.

Мета статті. Метою статті є висвітлення питань щодо формування теоретичних основ інноваційного управління конкурентним статусом підприємств.

Виклад основного матеріалу. Конкуренція - економічний процес взаємодії і боротьби товаровиробників за найвигідніші умови виробництва і збуту товарів, за отримання найбільших прибутків. Водночас - механізм стихійного регулювання виробництва в умовах вільних ринкових відносин [6]. Формування високого рівня конкурентного статусу підприємства залежить не тільки від його потенційних можливостей, умов реалізації стратегічних напрямків розвитку і вирішення проблем оптимального використання ресурсного забезпечення, а й від використання ефективних концепцій управління самою конкурентоспроможністю. Конкурентний статус як економічна категорія означає здатність окремого суб'єкта випереджати свого суперника в досягненні поставлених цілей на конкурентному ринку. Однак сучасна наука про теорію стратегії не дає як єдиного загальноприйнятого трактування змісту категорії «конкурентний статус» (рис. 1).

Більшість визначень «конкурентний статус» певною мірою базуються на теорії конкурентної переваги, відповідно до якої він може бути виявлений тільки в рамках конкурентної групи підприємств, що належать до однієї галузі або підприємств, що випускають товари-субститути. Конкурентний статус підприємства розглядають винятково як відносну категорію, виявити яку можна тільки порівнянням підприємств між собою як у масштабі країни, так і в масштабі світового ринку [1-3]. Сучасні дослідники розглядають конкурентний статус підприємства з позиції системно-інноваційного підходу, тобто як інноваційну систему, що складається з безупинно взаємодіючих факторів і ступінь, що характеризує реалізацію інноваційних потенційних можливостей підприємства щодо утримання протягом досить тривалого періоду часу конкурентного статусу. Можна сказати, що конкурентний статус підприємства - це відносна характеристика, яка відображає інноваційні тенденції розвитку певного підприємства-виробника від виробників-конкурентів, як за ступенем задоволення власними товарами, так й за ефективністю інноваційної управлінської та виробничої діяльності.

Рис. 1. Групування визначень «конкурентний статус підприємства»

При такому теоретичному підході основний акцент робиться на інноваційну здатність підприємства в максимально стислий термін і найбільш раціональним чином привести своє внутрішнє середовище у відповідність із зовнішніми умовами, що безупинно змінюються, забезпечуючи у процесі адаптації підтримку й інноваційний розвиток уже наявних, а також створення нових конкурентних переваг. Конкурентний статус при цьому виступає не тільки як результат, але і як процес, що становить системну категорію, яка вимагає детального дослідження з погляду теорії стратегії.

Існують різні підходи до класифікації конкурентного статусу підприємства (рис. 2). Залежно від об'єкта застосування цього терміна розрізняють «конкурентний статус національної економіки», «конкурентний статус продукції», «конкурентний статус підприємства», «конкурентний статус галузі» тощо. Кожна з цих категорій має істотні відмінності й характерні риси, які підтверджують правочинність і доцільність такої їх диференціації.

Узагальнюючим для всіх розглянутих категорій є те, що вони відображають здатність досліджуваного об'єкта ефективно виконувати свої функції в умовах формування конкурентного середовища. Конкурентний статус підприємства залежить від його внутрішнього стану, а також зовнішнього положення підприємства. Конкурентний статус підприємства не є його постійною характеристикою, вона визначає здатність вести успішну конкурентну боротьбу, протистояти в певний період основним конкурентам.

З точки зору впливу зовнішнього середовища на дану категорію, конкурентний статус підприємства розглядається як відносна категорія, тобто кожне підприємство за одними або іншими характеристиками зіставляється з конкурентами (при чому, як правило, усередині однієї галузі) на тому самому ринку.

Рис. 2. Підходи до класифікації конкурентного статусу підприємства

Поняття конкурентного статусу підприємства можна охарактеризувати такими особливостями:

- конкурентний статус не є іманентною якістю підприємства, він може бути виявлений та оцінений тільки в умовах наявності конкурентів (реальних або потенційних);
- поняття «конкурентний статус» відносне, тобто вона буде мати різний рівень стосовно різних конкурентів;
- визначається конкурентний статус підприємства продуктивністю використання залучених ним у виробничий процес ресурсів;
- рівень конкурентного статусу підприємства залежить від рівня інноваційного управління.

Переваги інноваційного управління конкурентним статусом підприємства представлено на рис. 3.

З рис. 3 видно, що конкурентні переваги підприємства за джерелами їх виникнення можна поділити на зовнішні та внутрішні. Внутрішні – це характеристики внутрішніх аспектів діяльності підприємства (рівень затрат, продуктивність праці, інноваційність, система менеджменту тощо), які перевищують аналогічні характеристики пріоритетних конкурентів.

Основними умовами формування і забезпечення конкурентного статусу підприємств є внутрішні та зовнішні фактори. Дослідження інноваційного управління конкурентним статусом підприємства слід здійснювати в обов'язковому взаємозв'язку впливу факторів як внутрішнього, так і зовнішнього середовища, яка є багаторівневою, багатоаспектною системою. На макрорівні формується сукупність таких факторів: економічних, міжнародних, демографічних, правових, географічних, науково-технічних, технологічних, політичних та соціокультурних факторів [5-6]. На мезорівні на конкурентний статус впливають: продуктивність галузі, наукоємність, оплата праці в галузі, капіталоємність, наукоємність, технічний рівень продукції, сукупність необхідних знань, ступінь експортної орієнтації.

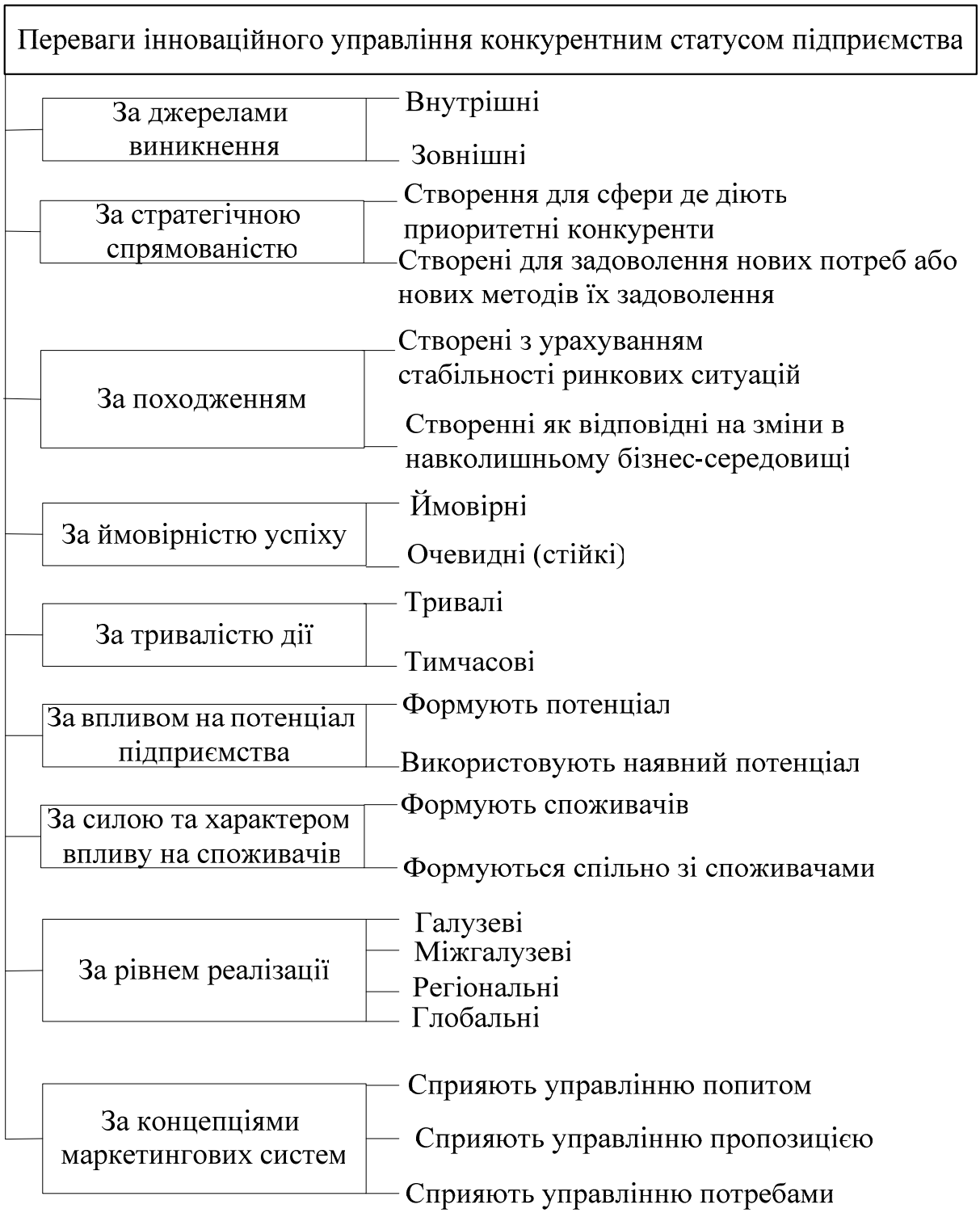

Рис. 3. Класифікація переваг інноваційного управління конкурентним статусом підприємства

На мікрорівні на конкурентний статус впливають: ціна і якість продукції, що виготовляється підприємством, його виробничий, технологічний стан, професійно-кваліфікаційний рівень персоналу, маркетингові можливості тощо. До внутрішніх чинників на галузевому рівні слід віднести: попит на товар галузі, оптимальний рівень уніфікації і стандартизації продукції, експорт наукомісткої продукції, наявність конкурентоспроможного персоналу в галузі, оптимальний рівень галузевої концентрації, наявність конкурентоспроможних постачальників, оптимізація ефективності використання ресурсів, наявність радикальних нововведень, великий обсяг конкурентоспроможних підприємств в галузі, сертифікація продукції.

Висновки. Інноваційне управління конкурентним статусом підприємства є одним з найважливіших видів управління, в якому закладено уміння і здатність ставити межу діяльності і координувати процеси виконання завдань і функцій, впливати на людей різного рівня освіти, кваліфікації, інтересів, навчати співробітників досягати поставленої мети. Аналіз практики управління вітчизняними і зарубіжними

підприємствами свідчить, що перед наукою інноваційного управління постає завдання пошуку нових джерел підвищення конкурентного статусу, які виникають внаслідок зміни основ конкуренції та формування їх нових центрів, обумовлених переміщенням центрів принадливості, бізнесу в ланцюгу створення вартості товару для споживача. Дослідження проявів конкуренції у ринковому середовищі вимагає формування нових підходів щодо створення моделі управління конкурентним статусом підприємств з позицій інноваційності.

Література.

1. Frambach R. T. Organizational innovation adoption : a multi-level framework of determinants and opportunities for future research / R. T. Frambach, N. Schillewaert // Journal of Business Research. – 2002. – 55. – P. 163–176.
2. Drucker P. F. The discipline of innovation / P. F. Drucker // Harvard Business Review. – 1985. – P. 72–76.
3. Lebel P. The role of creative innovation in economic growth : Some international Comparisons / P. Lebel // Journal of Asian Economics. – 2008. – 19.– P. 334–347.
4. Measuring innovation best practices : Improvement of an innovation index integrating threshold and synergy effects / H.B. Rejeb, L. Morel-Guimaraes, V. Boly// Technovation. – 2008. – 28 (12). – P. 838–854.
5. Padmore T. Modeling systems of innovation : An enterprise-centered view / T. Padmore, H. Schuetze, H. Gibson // Research Policy. – 1998. – 26. – P. 605–624.
6. Silverberg G. A percolation model of innovation in complex technology spaces / G. Silverberg, B. Verspagen // Journal of Economic Dynamics & Control. – 2005. – 29. – P. 225–244.

References.

1. Frambach, R. (2002), “Organizational innovation adoption : a multi-level framework of determinants and opportunities for future research”, *Journal of Business Research*, vol. 55, pp. 163–176.
2. Drucker, P. (1985), “The discipline of innovation”, *Harvard Business Review*, pp. 72–76.
3. Lebel P. (2008), “The role of creative innovation in economic growth : Some international Comparisons”, *Journal of Asian Economics*, vol. 19, pp. 334–347.
4. Rejeb, H. Morel-Guimaraes, L. Boly, V. (2008), “Measuring innovation best practices : Improvement of an innovation index integrating threshold and synergy effects”, *Technovation*, no. 28 (12), pp. 838–854.
5. Padmore, T. Schuetze, H. Gibson, H. (1998), “Modeling systems of innovation : An enterprise-centered view”, *Research Policy*, no. 26, pp. 605–624.
6. Silverberg, G. Verspagen, B. (2005), “A percolation model of innovation in complex technology spaces”, *Journal of Economic Dynamics & Control*, vol. 29, pp. 225–244.

Стаття надійшла до редакціїї 20.12.2015 р.