

ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК КОМПАНІЇ
ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ ЇЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІINNOVATIVE DEVELOPMENT OF THE COMPANY
AS A FACTOR IN INCREASING ITS COMPETITIVENESS

УДК 334.7:005.342/343

DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.44-11>**Соболева Г.Г.**к.е.н., доцент,
доцент кафедри економіки
Харківський національний університет
міського господарства
імені О.М. Бекетова**Матвеева Н.М.**к.е.н., доцент,
доцент кафедри економіки
Харківський національний університет
міського господарства
імені О.М. Бекетова**Soboleva Hanna**O.M. Beketov National University
of Urban Economy in Kharkiv**Matvieieva Natalia**O.M. Beketov National University
of Urban Economy in Kharkiv

У статті розглянуто проблеми зниження інноваційної привабливості вітчизняних підприємств, їх ділової активності на інвестиційному ринку, а також дестабілізації національної економіки. Інвестиційну привабливість інноваційного підприємництва слід розглядати як сукупність характеристик його управлінської та фінансово-господарської діяльності, перспектив інноваційного розвитку. Конкурентоспроможність є однією з центральних категорій сучасної економічної науки, яка традиційно пов'язує успішності функціонування суб'єктів конкурентних відносин, ефективність та стійкість розвитку ринкового механізму загалом. Конкурентоспроможність підприємства часто пов'язана з такими властивостями, як здатність виробляти конкурентоспроможну продукцію, послуги; здатність продуктивно й ефективно працювати; здатність задовольняти потреби споживачів краще, ніж основні конкуренти. Створення конкурентоспроможної, соціально орієнтованої ринкової економіки є одним з пріоритетів національних інтересів України. **Ключові слова:** конкурентоспроможність, ефективність, підприємство, інновації, послуги, диверсифікація, інвестиційна привабливість, інвестиційний ринок.

В статье рассмотрены проблемы снижения инновационной привлекательности

отечественных предприятий, их деловой активности на инвестиционном рынке, а также дестабилизации национальной экономики. Инвестиционную привлекательность инновационного предпринимательства следует рассматривать как совокупность характеристик его управленческой и финансово-хозяйственной деятельности, перспектив инновационного развития. Конкурентоспособность является одной из центральных категорий современной экономической науки, которая традиционно связывает успешность функционирования субъектов конкурентных отношений, эффективность и устойчивость развития рыночного механизма в целом. Конкурентоспособность предприятия часто связана с такими свойствами, как способность производить конкурентоспособную продукцию, услуги; способность продуктивно и эффективно работать; способность удовлетворять потребности потребителей лучше, чем основные конкуренты. Создание конкурентоспособной, социально ориентированной рыночной экономики является одним из приоритетов национальных интересов Украины.

Ключевые слова: конкурентоспособность, эффективность, предприятие, инновации, услуги, диверсификация, инвестиционная привлекательность, инвестиционный рынок.

The article deals with the problems of reducing the innovative attractiveness of domestic enterprises of their business activity in the investment market and the destabilization of the national economy. The investment attractiveness of innovative entrepreneurship should be considered as a set of characteristics of its managerial and financial-economic activities, prospects for the development of innovative development. The formation and formation of a competitive environment in the national economy plays an important role in the development of market relations of our state. Creating a competitive, socially oriented market economy is one of the priorities of the national interests of Ukraine. The rapid development of entrepreneurial activity is associated with significant economic contradictions, which, in turn, depend on the characteristics of transformation in the context of modern globalization processes. Increasing the rigidity of methods and forms of manifestation of competition, accelerating the pace of changes in market parameters has caused the objective need to develop and introduce fundamentally new approaches to managing product competitiveness and formulating an enterprise strategy at Ukrainian enterprises, taking into account the rapid development of science and technology. Competitiveness is a synthesis of many economic categories. Today, competitiveness in commodity markets is becoming a problem for many domestic enterprises. The search for ways to solve this problem is due to its relevance, and the rapid development of world economic markets. Competitiveness is one of the central categories of modern economic science, which traditionally relates the success of the functioning of the subjects of competitive relations, the efficiency and stability of the development of the market mechanism in general. Competitiveness of an enterprise is often associated with such properties as: the ability to produce competitive products, services, the ability to productively and efficiently operate, the ability to meet the needs of consumers is better than the main competitors do.

Key words: competitiveness, efficiency, organization, innovation, service, diversification, investment, profitability, investment market.

Постановка проблеми. Підприємництво потребує сучасного теоретичного, методологічного та методичного забезпечення управління процесом формування власних конкурентних позицій, рекомендацій щодо процесів формування попиту на продукцію підприємств, а також інноваційного розвитку.

Методологічною основою управління конкурентоспроможністю підприємства є концептуальні положення сучасної економічної та управлінської теорії, зокрема ключові положення теорії ринку, теорії конкуренції та конкурентних переваг, концепції стратегічного управління, сучасної управлінської парадигми, а також базові принципи та

прикладні інструменти, напрацьовані в рамках сучасних управлінських підходів, зокрема процесного, системного, ситуаційного.

Нині актуальною проблемою є зниження інноваційної привабливості вітчизняних підприємств, їх ділової активності на інвестиційному ринку, а також дестабілізація національної економіки. Інвестиційну привабливість інноваційного підприємництва слід розглядати як сукупність характеристик його управлінської та фінансово-господарської діяльності, перспектив розвитку інноваційного розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Про необхідність підвищення інноваційного роз-

витку підприємств за рахунок інновацій нині говорять на всіх рівнях, на цьому ж акцентують увагу науковці, що займаються дослідженням динаміки інноваційних процесів, зокрема О. Амоша, В. Геєць, А. Семиноженко, М. Чумаченко, І. Щербань, О. Ястремська.

Теоретичні та емпіричні дослідження свідчать про те, що набір ключових факторів успіху в різних галузях значно різниться. До того ж з часом вони можуть змінюватися в одній і тій же галузі під впливом зрушень загальної ситуації в ній, тому важливим аналітичним завданням є визначення ключових факторів успіху з урахуванням наявних і тих, що можна прогнозувати, умов розвитку галузі та внутрішньогалузевої конкуренції [1, с. 63].

Постановка завдання. Метою статті є теоретичні аспекти конкурентоспроможності підприємства. Найважливіші проблеми, які спіткають підприємства, пов'язані зі складністю та динамічністю розвитку національного ринку в умовах глобалізації світової економіки, вибором потужної стратегії для формування конкурентних переваг та закріплення наявних конкурентних позицій, втіленням у життя сучасних інноваційних технологій через світову економічну кризу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Конкурентоспроможність підприємства залежить від багатьох факторів, комплексне поєднання яких визначає подальший розвиток підприємства та його продукції на ринку.

Аналіз формування власних конкурентних позицій підприємства використовує весь комплекс доступної інформації, має оперативний характер і цілком підпорядкований волі керівництва підприємства.

Позитивна економічна роль конкуренції проявляється в низці функцій, які вона виконує. По-перше, як показує історичний досвід, конкуренція, пронизуючи всі зв'язки виробництва й споживання, є єдиною можливим засобом досягнення збалансованості між попитом та пропозицією, зрештою, між суспільними потребами та виробництвом. По-друге, конкуренція виконує функцію спілкування й погодження інтересів виробників. В умовах розвинутого поділу праці інтерес кожного пов'язаний та взаємодіє з інтересами інших товаровиробників. Виконуючи цю функцію, конкуренція через ринковий механізм підпорядковує індивідуальні прагнення суб'єктів господарювання суспільним інтересам. Третя функція конкуренції полягає у змушуванні товаровиробників знижувати індивідуальні виробничі витрати. Зменшення витрат вимагає від підприємців постійної роботи над удосконаленням технічної бази виробництва, пошуку шляхів економії сировини, матеріалів, устаткування й робочого часу, а також підвищення продуктивності праці. Четвертою важливою функцією конкуренції є інноваційний розвиток. Ця функція набуває особливого значення в умовах науково-технічної

революції, яка надає кожному виробнику можливість удосконалювати споживчі вартості, широко орієнтуватись на задоволення найрізноманітніших потреб покупців, усього суспільства. Конкуренція спонукає виробників неухильно запроваджувати у виробництво все нові й нові види продукції, а також виробляти один і той самий продукт найрізноманітніших модифікацій. Нарешті, історично найважливішою функцією конкуренції є формування ринкової ціни. Це така ціна, яка врівноважує не тільки попит і пропозицію, але й ціни попиту та пропозиції. За допомогою ринкової ціни конкуренція забезпечує збалансоване співвідношення суспільних потреб і суспільного виробництва.

Виконуючи ці функції, конкуренція забезпечує зростання економічної ефективності виробництва, підвищення його технічного рівня, удосконалення якості та структури суспільного продукту.

Не менш важливими є форми конкуренції, які є характерними для різних галузей, у яких здійснюють свою діяльність підприємства. Пронизуючи всю систему виробництва й споживання товарів та послуг, конкуренція здійснюється в багатьох формах, які з розвитком суспільства стають дедалі різноманітнішими. Історично найстарішими формами конкуренції є внутрішньогалузева та міжгалузева.

Внутрішньогалузева конкуренція – це конкуренція між виробниками певної галузі. Об'єктами такої конкуренції є умови виробництва, ринки збуту, «портфелі» замовлень, затрати виробництва, якість продукції та послуг. Вона зумовлює зростання ефективності всієї галузі, кількісних та якісних показників, її подальший розвиток.

Міжгалузева конкуренція здійснюється між виробниками, тобто підприємствами та підприємцями цієї галузі та виробниками інших галузей. Об'єктом такої конкуренції є більш висока норма прибутку або рентабельності в тій чи іншій галузі, отже, боротьба за вигідніше вкладення капіталу. Ця конкуренція сприяє міжгалузевому переливанню капіталів та переміщенню ресурсів до більш ефективних галузей і сфер виробництва. Швидке переміщення капіталу та ресурсів з однієї галузі до іншої дає суспільству можливість найбільш раціонально використовувати засоби виробництва й робочу силу [2, с. 28].

Обґрунтовано такі три основних форми прояву міжгалузевої конкуренції:

- боротьба за вкладення капіталу між підприємствами на ринку цінних паперів;
- диверсифікація, тобто процес проникнення фірми у суміжний вид економічної діяльності шляхом будівництва нових підприємств, купівлі вже наявних та інвестування в них;
- боротьба між підприємствами на ринку продуктів-замінників (наприклад, деревообробне підприємство та підприємство, що спеціалізується на виробництві продукції з пластмаси).

Конкуренція є основним економічним поняттям, притаманним ринковим умовам господарювання, необхідним атрибутом їх існування й розвитку. Термін «конкуренція» є одним з найважливіших і найчастіше використовуваних в економічній літературі. Існує багато різних тлумачень цього поняття. Як свідчать літературні джерела, слово «конкуренція» походить від латинського «concurrere», що перекладається як «зіткнення». Таке тлумачення цього терміна було первинним в економічній літературі. З розвитком економічної науки його вдосконалювали та деталізували, а також пояснювали мету, способи ведення конкурентної боротьби.

Досягнення високого якісного рівня конкурентоспроможності продукції підприємства завдяки підвищенню якості продукції, що випускається, пошук нових шляхів удосконалення управління якістю на підприємстві, зниження собівартості продукції дадуть змогу досягти зниження ціни на продукцію, впровадження нових технологій виробництва, які сприятимуть підвищенню якості та екологічності продукції, відповідності міжнародним стандартам якості продукції, що є головними завданнями підприємства сьогодні.

Для підвищення конкурентоспроможності підприємства та посилення вже наявних позицій лідера на ринку необхідно постійно бути на крок попереду від конкурентів, яких чимало. Це значить, що необхідно розширювати коло властивих переваг щодо якості продукції, ціни на неї, а також піклуватися про всі соціальні прошарки регіону [3, с. 34].

В сучасних умовах становлення ринкових відносин нормальний розвиток підприємств усіх галузей потребує впровадження інноваційних технологій та інноваційної політики. Підприємствам необхідно «йти в ногу» з розвитком науки й техніки, втілювати у власне виробництво наявні модернізації у всіх їх проявах та диверсифікувати виробництво. Такі дії сильно сприятимуть забезпеченню та підвищенню конкурентоспроможності продукції на вітчизняному та світовому ринках, отже, підвищенню конкурентоспроможності всього підприємства.

Світовий історичний досвід незаперечно доводить, що ефективний та стійкий розвиток підприємства в різних сферах бізнесу досягається за рахунок оперативного використання у господарській діяльності нововведень, винаходів та інших інновацій, які забезпечують стратегічні конкурентні переваги на ринку.

Інноваційний процес пов'язаний зі створенням, засвоєнням та поширенням інвестицій у нововведення. Технологічна відсталість низки галузей промисловості України обумовлює низьку продуктивність праці, високу ресурсо- та енергоємність продукції. Таким чином, разом зі створенням власних необхідними є залучення сучасних висо-

ких технологій, розроблених в інших країнах, та їх швидке освоєння [4, с. 100].

Основними чинниками формування потенціалу інноваційного розвитку підприємства є:

- створення прогресивної організаційної структури управління, зорієнтованої на роботу в ринкових умовах;

- наявність потужного кадрового потенціалу та енергійного керівництва, здатного до сприйнятливості інновацій;

- позитивні показники ділової активності підприємства, його висока репутація серед партнерів та споживачів;

- впровадження конкурентоспроможних технологій та прогресивного устаткування;

- досягнення високої культури виробництва;

- своєчасне та повне забезпечення необхідною інформацією про останні досягнення науки й техніки у відповідній сфері діяльності [5, с. 456].

Інноваційний потенціал організації – це ступінь її готовності виконати завдання, що забезпечують досягнення поставленої інноваційної мети, тобто ступінь готовності реалізувати інноваційний проєкт або програму інноваційних перетворень, генерувати та впроваджувати інновації. Необхідно мотивувати ініціативи організаційних змін для того, щоб інноваційний потенціал підприємства був високим. Також треба постійно проводити моніторинг якості управління, але, незважаючи на такий чіткий всебічний контроль кожної ланки окремо та всієї системи загалом, потрібно дати людям можливість працювати творчо, втілювати у життя власні креативні ідеї та шукати новаторські шляхи їх втілення, отже, створити для цього необхідні умови [6, с. 133].

Впровадження на підприємстві інноваційних технологій розпочинається з розроблення та реалізації інноваційних проєктів, а відбувається за допомогою прийняття необхідних для цього управлінських рішень. Безпосередньо прийняття управлінських рішень у сфері інноваційної діяльності відбувається на основі тісних взаємозв'язків між усіма елементами прийняття й реалізації управлінських рішень. Це забезпечується контролінгом інноваційної діяльності як міжфункціональним напрямом управлінської діяльності.

Підприємства, які не займаються інноваційною діяльністю, рано чи пізно занепадають, а в період стрімких змін занепад настає швидко. Впровадження комплексного інноваційного підходу дає змогу підприємствам швидко розвиватися та захоплювати все більші ринки високоякісною продукцією. Здійснення інноваційної діяльності на підприємстві створить необхідні та достатні умови для раціональної організації менеджменту інновацій та дасть змогу організації підвищити конкурентоспроможність продукції, що випускається, та рентабельність її діяльності загалом [7, с. 35].

Для впровадження у виробництво новітніх технологій необхідно розробити низку пропозицій стосовно покращення матеріально-технічного стану підприємства шляхом створення нового виду матеріалів, який дасть змогу використовувати новітні технології, а також отримувати прибуток від продажу новітніх матеріалів конкурентам.

Висновки з проведеного дослідження. Можна зробити висновок, що на конкурентоспроможність підприємства впливає багато зовнішніх та внутрішніх факторів. Одним з факторів забезпечення прибутковості суб'єктів господарювання є ефективне використання наявних на підприємстві фінансових ресурсів для вибору, розроблення та дотримання стратегії, яка забезпечить підприємству гідну конкурентну позицію на вітчизняному ринку.

Ефективність виробничої діяльності підприємства, його інноваційний розвиток, місце на ринку, якість продукції та її властивість задовольнити споживача впливають на конкурентоспроможність. Важлива роль у реалізації поставлених завдань належить проведеному аналізу як одній з функцій управління. Підприємництво в Україні потребує сучасного теоретичного, методологічного та методичного забезпечення управління процесом формування власних стратегій, інноваційного розвитку для підвищення конкурентоспроможності, наукових рекомендацій щодо впровадження процесів формування та використання наявних активів для створення нової продукції в різних напрямках.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Зозульов О. Про посилення конкурентних переваг підприємства. *Економіка України*. 2013. № 8. С. 61–68.
2. Макаренко М. Підвищення конкурентоспроможності промислової продукції шляхом застосування ефективної маркетингової концепції збуту. *Актуальні проблеми економіки*. 2008. № 1. С. 23–29.

3. Пойда-Носик Н., Грабарчук С. Фінансові ресурси підприємства. *Фінанси України*. 2014. № 1. С. 33–39.

4. Слав'юк Р. Структурування власного капіталу підприємств України. *Фінанси України*. 2015. № 8. С. 99–107.

5. Мельник Л. Основи стійкого розвитку : навчальний посібник / за ред. Л. Мельника. Суми : Університетська книга, 2005. 654 с.

6. Шелудько В. Фінансовий менеджмент. Київ, 2006. 439 с.

7. Закревська Л. Рейтингова оцінка конкурентоспроможності підприємств України. *Економіст*. 2014. № 10. С. 34–37.

REFERENCES:

1. Zozuliov O. (2013). Pro posylennia konkurentnykh perevah pidpriemstva [About strengthening of competitive advantages of the enterprise. Ukraine economy]. Kyiv : NANU, pp. 61–68.

2. Makarenko M. (2008). Pidvyshchennia konkurentospromozhnosti promyslovoi produktsii shliakhom zastosuvannia efektyvnoi marketynhovoï kontseptsii zbutu [Increasing the competitiveness of industrial products by applying an effective marketing marketing concept]. Kyiv, pp. 23–29. (in Ukrainian)

3. Poida-Nosik N., Grabarchuk S. (2014). Finansovi resursy pidpriemstva [Financial resources of the enterprise]. Kyiv : AFU, pp. 33–39. (in Ukrainian)

4. Slavyuk R. (2015). Strukturuvannia vlasnoho kapitalu pidpriemstv Ukrainy [Structuring of equity capital of Ukrainian enterprises]. Kyiv : AFU, pp. 99–107. (in Ukrainian)

5. Melnik L. (ed.) (2005). Osnovy stiikoho rozvytku [Fundamentals of sustainable development]. Sums : University Book.

6. Sheludko V. (2006). Finansovyi menedzhment [Financial Management]. Kiev. (in Ukrainian)

7. Zakrevska L. (2014). Reitynhova otsinka konkurentospromozhnosti pidpriemstv Ukrainy [Rating assessment of competitiveness of Ukrainian enterprises]. Kyiv, pp. 33–37. (in Ukrainian)