

УДК 330.3:365.011.1:658.589

DOI: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2020-6-12>**Драган О.І.***доктор економічних наук, професор,
професор кафедри економіки праці та менеджменту
Національного університету харчових технологій
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7606-2385>***Бергер А.Д.***кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри маркетингу
Національного університету харчових технологій
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2269-6147>***Dragan Olena***Doctor of Economic Sciences, Professor,
Professor at Department of Labor Economics and Management
National University of Food Technology***Berher Alina***Candidate of Economic Sciences,
Associate Professor at Department of Marketing
National University of Food Technology*

ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК ПОНЯТЬ «СТРАТЕГІЯ», «ІННОВАЦІЯ», «КОНКУРЕНТНА ПЕРЕВАГА» У МЕТОДОЛОГІЇ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

INTERRELATION OF CONCEPTS «STRATEGY», «INNOVATION», «COMPETITIVE EDGE» IN METHODOLOGY OF FORMING OF THE ENTERPRISE'S COMPETITIVENESS

АНОТАЦІЯ

У статті обґрунтовується актуальність існування прямого суттєвого взаємозв'язку між поняттями «стратегія», «інновація», «конкурентна перевага», їх впливу на рівень конкурентоспроможності підприємства. Зокрема, стратегія управління розвитком підприємства передбачає планування всієї діяльності підприємства (інноваційна, маркетингова, виробнича, кадрова, фінансова, збутова, соціальна, ринкова тощо) на довгостроковий період. Стратегія управління розвитком повинна враховувати принцип інноваційності – активізацію інноваційної діяльності за рахунок упровадження інновацій у практичну діяльність для забезпечення конкурентних переваг і отримання стійких конкурентних позицій на ринку. Конкурентні переваги сприяють формуванню конкурентоспроможності підприємства і суттєво впливають на його рівень. Вищезазначений взаємозв'язок відображений у запропонованому механізмі управління розвитком підприємства на засадах інноваційності та конкурентоспроможності.

Ключові слова: стратегія, інновація, конкурентна перевага, розвиток, механізм, конкурентоспроможність підприємства.

АННОТАЦІЯ

В статье обосновывается актуальность существования прямой существенной взаимосвязи между понятиями «стратегия», «инновация», «конкурентное преимущество», их взаимовлияние на уровень конкурентоспособности предприятия. В частности, стратегия управления развитием предприятия предполагает планирование всей деятельности предприятия (инновационная, маркетинговая, производственная, кадровая, финансовая, сбытовая, социальная, рыночная и др.) на долгосрочный период. Стратегия управления развитием должна учитывать принцип инновационности – активизацию инновационной деятельности за счет внедрения инноваций в практическую деятельность для обеспечения конкурентных преимуществ и получения устойчивых конкурентных позиций на рынке. Конкурентные преимущества способствуют форми-

рованию конкурентоспособности предприятия и существенно влияют на ее уровень. Вышеуказанная взаимосвязь отражена в предложенном механизме управления развитием предприятия на основе инновационности и конкурентоспособности.

Ключевые слова: стратегия, инновация, конкурентное преимущество, развитие, механизм, конкурентоспособность предприятия.

ANNOTATION

The article is devoted to the problems of forming of enterprise's competitiveness in the conditions of transformation changes in economy. The existence of direct substantial interrelation between concepts "strategy", "innovation", "competitive edge, their interinfluence on the level of the enterprise's competitiveness is described. The various approaches to the essence of concept "strategy" as the set of rules for making decision, that organization follows in its activity; complex (long-term) plan sent for providing the realization of mission and achievement of certain goals; direction of development, trajectory, long-term course sent to the achievement of organization's aims; models of activity and others are generalized. In the conditions of principles expansion of corporate social responsibility, requirements of information management, the essence of "innovation" is generalized namely, as value, result, process, changes, relations, creativity reflections, specific principle, instrument and others. Competitive activity that is constantly conducted between enterprises is based on the use of innovations with the aim of providing competitive edges and achievement of severe competition positions at the market, the result is the increase of level of the enterprise's competitiveness. Therefore, the strategy of management development of the enterprise envisages the planning of all enterprise's activity (innovative, marketing, productive, skilled, financial, sales, social, market and other) on a long-term period. Thus, the strategy of management development must take into account the principle of innovativeness – activation of innovative activity due to the introduction of innovations in practical activity for the receipt of competitive edges, which are absent

in the competitors. Competitive edges, in turn, assist the forming of enterprise's competitiveness and substantially influence on its level. The verification of this interrelation is represented in offered mechanism of management development of the enterprise on the principles of innovativeness and competitiveness at the market.

Key words: strategy, innovation, competitive advantage, development, mechanism, enterprise competitiveness.

Постановка проблеми. Трансформаційні процеси в економіці, які відбуваються у країні, важко позначаються на умовах функціонування підприємств. Так, посилення розвитку інтеграційних процесів у контексті глобалізації економіки через її входження у світовий економічний простір потребує нових підходів до розгляду формування конкурентоспроможності підприємства. Нині ефективність діяльності підприємств спрямована на впровадження інновацій, а інноваційна діяльність стала обов'язковою складовою частиною стратегічного розвитку з метою підвищення рівня конкурентоспроможності. Уточнення елементів, які конкретно впливають на формування конкурентоспроможності підприємства, є актуальним питанням сьогодення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Нині сформовані цілі наукові школи з дослідження методології конкурентоспроможності за різними об'єктами (підприємство, продукція, персонал, потенціал, економіка) та підходами: ринковим, стратегічним, маркетинговим, інноваційним, процесним, системним, ресурсним, функціональним, поведінковим, ситуаційним тощо.

Розроблено вагомий теоретико-методичні положення прикладного характеру щодо формування і забезпечення конкурентоспроможності підприємства у розрізі різних галузей і підгалузей України [1–12]. Водночас у зв'язку з динамічністю розвитку й наявністю нових трансформаційних процесів у вітчизняній економіці існуючі наукові положення, підходи у сфері формування конкурентоспроможності підприємства потребують постійного удосконалення.

Постановка завдання. У науковому середовищі досі відсутній консенсус стосовно того, який існує взаємозв'язок між поняттями «стратегія», «інновація», «конкурентна перевага», їх взаємовпливу на рівень конкурентоспроможності підприємства. Тому метою статті є розгляд вищезазначених понять у взаємозв'язку під час розроблення механізму управління розвитком підприємства.

Виклад основного матеріалу. Проблематика цього дослідження включає аналіз таких ключових напрямів, як сутність понять «стратегія», «інновація», «конкурентна перевага» у розрізі сучасних підходів до методології формування конкурентоспроможності підприємства.

Узагальнюючи різноманітні підходи до сутності поняття «стратегія», можна виділити такі групування:

1) набір правил для прийняття рішень, якими організація керується у своїй діяльності (І. Ансофф);

2) комплексний (довгостроковий) план, спрямований на забезпечення здійснення місії та досягнення визначених цілей (А. Томпсон, А. Стрінкленд, М. Мескон, Ф Альберт, М. Хедоурі);

3) напрям розвитку (О. Віханський), траєкторія (Л. Шевцова), довгостроковий курс (З. Шершньова), спрямований на досягнення цілей організації;

4) модель діяльності (В. Стадник, М. Йохна), модель дій (В. Герасимчук) підприємства, яка приймається для досягнення стратегічних цілей;

5) послідовність дій (А. Тищенко, Ю Іванов, Н. Кизим), сукупність дій (І. Должанський, І. Ягнюк) для адаптації в динамічно змінному середовищі та досягнення конкурентних переваг на ринку;

6) патерн, зразок, позиціонування, перспектива, специфічний маневр, що інтегрує цілі діяльності організації (Г. Мінцберг);

7) ділова концепція організації на певну стратегічну перспективу (М. Мартиненко, І. Ігнат'єва).

Отже, стратегія формування конкурентоспроможності підприємства повинна включати актуальні напрями розвитку, заходи, дії, які охоплюють розв'язання проблем у всіх видах діяльності підприємств з метою підвищення рівня конкурентоспроможності на ринку.

Другим вагомим чинником для підвищення конкурентоспроможності підприємства є інновації. На думку М. Портера, компанії отримують конкурентні переваги за допомогою інновацій. Вони підходять до розуміння нововведень у найширшому сенсі, використовуючи як нові технології, так і нові методи роботи [8, с. 215].

Під інноваціями розуміються не тільки нові технології, але і нові методи роботи: новий дизайн продукту, новий процес виробництва, новий підхід до маркетингу, нова методика підвищення кваліфікації, якості продукції та продуктивності праці.

В умовах поширення нових підходів до діяльності сучасних вітчизняних підприємств – зростання рівня економічної безпеки, запровадження принципів корпоративної соціальної відповідальності, вимог інформаційного забезпечення – спостерігається узагальнення наукового доробку сутності «інновація», а саме [1; 3; 4; 10; 11]:

– цінність нового способу мислення та втілення стратегії, що приводить до створення нового продукту, який отримує нову ринкову нішу, і виходу з простору конкуренції;

– результат інноваційної діяльності, відображений у вигляді наукових, технічних, організаційних чи соціально-економічних новинок;

– процес (суспільний, технічний, економічний, організаційний, проектний), що зумовлює створення кращих за своїми властивостями товарів (продуктів, послуг) і технологій шляхом практичного використання нововведень;

– зміни в техніці, технології, організації, екології, економіці, а також у соціальній сфері з метою одержання економічного ефекту на основі задоволення певних соціальних потреб;

– інструмент сучасного стратегічного управління підприємством, який сприяє динамічному саморозвитку підприємства та забезпечує високий рівень його конкурентоспроможності на ринку;

– відносини з приводу впровадження і застосування нововведень (нових технологій, винаходів тощо);

– специфічний принцип корпоративної соціальної відповідальності, який пов'язаний із зростанням потенційних можливостей для проведення модернізації, диверсифікації, маркетингових досліджень, соціально-психологічним аспектом нововведень, управлінням ризиками, управлінням інтелектуальною власністю, раціональним використанням усіх видів ресурсів, залученням інвестицій;

– відображення ідеї, задуму, креативності, творчого потенціалу, таланту власного персоналу та його конкурентоспроможності.

Між підприємства будь-якої галузі постійно ведеться конкурентна боротьба, яка ґрунтується на використанні інновацій (нововведень).

У науковій літературі зазначено, що конкурентна перевага є концентрованим проявом

переваги над конкурентами в економічній, технічній, організаційній сферах діяльності підприємства, які можна виміряти економічними показниками (додатковий прибуток, більш висока рентабельність, ринкова частка, обсяг продаж) [7, с. 52]. Тому в практиці бізнесу конкурентні переваги є головною метою і результатом господарської діяльності підприємства.

Конкурентні переваги, що виникають у процесі впровадження інновацій, відіграють важливу роль у підвищенні рівня конкурентоспроможності підприємства. Впровадження інноваційного напрямку впливає на отримання підприємством конкурентних переваг [2; 5; 6; 7; 8; 12]:

– розширення масштабів діяльності підприємства за рахунок освоєння нових ринків та їх можливостей;

– зростання ефективності і результативності діяльності;

– зростання попиту і маркетингових можливостей підприємства за рахунок нової продукції (продуктів, послуг);

– модернізація (реорганізація) структури виробництва (управління), підвищення ефектив-

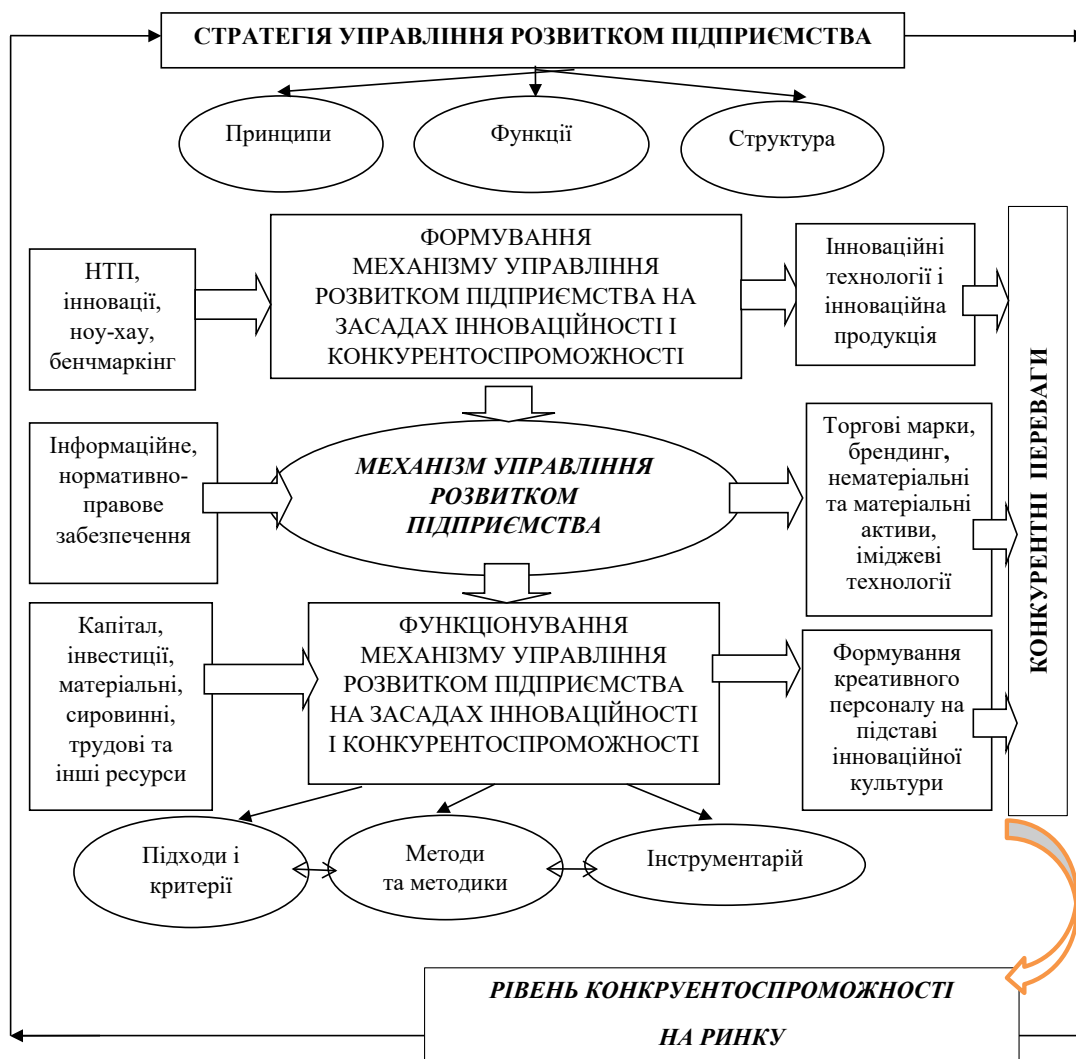


Рис. 1. Механізм управління розвитком підприємства на засадах інноваційності та конкурентоспроможності

ності використання ресурсів, створення належних умов для високопродуктивної праці.

Виходячи із сутності вищезазначених понять «стратегія», «інновація» і «конкурентна перевага» та їх впливу на формування конкурентоспроможності підприємства, пропонується схема механізму управління розвитком підприємства на засадах інноваційності та конкурентоспроможності (рис. 1).

Завдяки стратегії управління розвитком підприємства планується на довгостроковий період уся діяльність підприємства (інноваційна, маркетингова, виробнича, кадрова, фінансова, збутова, соціальна, ринкова, зовнішньоекономічна тощо). Для формування конкурентоспроможності підприємства стратегія управління розвитком повинна враховувати принцип інноваційності – активізації інноваційної діяльності за рахунок упровадження інновацій у практичну діяльність для забезпечення конкурентних переваг. Конкретні переваги можуть бути різного типу – зовнішні і внутрішні, низького або високого порядку. Конкурентні переваги сприяють формуванню конкурентоспроможності підприємства і суттєво впливають на підвищення його рівня на ринку.

Висновки. Підсумовуючи вищевикладене, вважаємо, що є прямий взаємозв'язок між поняттями «стратегія», «інновація» і «конкурентна перевага» та їх суттєвий вплив на формування конкурентоспроможності підприємства. Обґрунтування цього взаємозв'язку відображено у запропонованому механізмі управління розвитком підприємства на засадах інноваційності та конкурентоспроможності.

Для подальшого дослідження актуальним з наукового погляду було б визначення показників вищезазначених понять, які підтверджують цей взаємозв'язок та взаємовплив на показники конкурентоспроможності підприємства.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Вараксіна О.В., Михатіло В.В. Інновації як важливий чинник забезпечення стійких конкурентних переваг *Вчені записки Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського. Серія: Економіка і управління*. 2020. Т. 31(70), № 1. С. 36–40.
2. Воронюк Т.А., Лучик О.І. Формування механізму конкурентоспроможності на підприємстві як керованого процесу. *Український журнал прикладної економіки*. 2019. Том 4. № 3. С. 139–148.
3. Ворончак І.О. Соціальна відповідальність в управлінні інноваціями сучасного підприємства. *Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво*. 2020. № 2. С. 107–112.
4. Гарбуз Н., Гладіліна В., Калініченко Н. Впровадження інновацій як основа для набуття конкурентних переваг підприємством. *Науковий вісник Одеського національного економічного університету*. 2016. № 2. С. 20–35.
5. Зось-Кіор М.В., Калужний С.О. Управління конкурентоспроможністю підприємства в умовах нестабільності. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія: «Економічні науки»*. 2017. № 6. С. 62–65.
6. Михайленко О.В., Орлова К.Г. Система управління конкурентоспроможністю продукції підприємства. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2017. Вип. 13(2). С. 114–117.
7. Петренко Л.А. Формування конкурентних переваг підприємств на основі інновацій в умовах економіки знань. *Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. Серія: Економічні науки*. 2019. № 6. С. 47–59.
8. Портер Майкл Стратегія конкуренції. Методика аналізу галузей і діяльності конкурентів: Пер. з англ. 2-е вид. Київ: «Основи», 2009. 523 с.
9. Равлик Н.В. Поняття інновацій та їх роль у розвитку підприємства. *Актуальні проблеми економіки*. 2015. № 4(166). С. 215–219.
10. Урсакий Ю. Ефективне управління інноваціями як засіб підвищення конкурентоспроможності підприємств. *Науковий вісник Одеського національного економічного університету*. 2019. № 2. С. 197–217.
11. Чіков І.А. Теоретичні підходи до визначення сутності поняття «інновація». *Ефективна економіка*. 2019. № 11. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2019_11_82 (дата звернення: 26.11.2020).
12. Яценко І.В. Управління конкурентними стратегіями та конкурентоспроможністю підприємства. *Економіка та управління на транспорті*. 2016. Вип. 2. С. 270–274.

REFERENCES:

1. Varaksina O.V., Mykhatilo V.V. (2020) Innovatsiyi yak vazhlyvyi chynnnyk zabezpechennya stiykykh konkurentnykh perevah [Innovation as an important factor in ensuring sustainable competitive advantage]. *Vcheni zapysky Tavriys'koho natsional'noho universytetu imeni V. I. Vernads'koho. Seriya: Ekonomika i upravlinnya*, T. 31(70), no. 1, pp. 36–40.
2. Voronyuk T.A., Luchyk O.I. (2019) Formuvannya mekhanizmu konkurentospromozhnosti na pidpryyemstvi yak kерованого protsesu [Formation of the mechanism of competitiveness at the enterprise as a managed process]. *Ukrayins'kyi zhurnal prykladnoyi ekonomiky*, tom 4, no. 3, pp. 139–148.
3. Voronchak I.O. (2020) Sotsial'na vidpovidal'nist' v upravlinni innovatsiyamy suchasnoho pidpryyemstva [Social responsibility in innovation management of a modern enterprise]. *Derzhava ta rehiony. Seriya: Ekonomika ta pidpryyemnystvo*, no. 2, pp. 107–112.
4. Harbuz N., Hladilina V., Kalinichenko N. (2016) Vprovadzheniya innovatsiy yak osnova dlya nabuttya konkurentnykh perevah pidpryyemstvom [Introduction of innovations as a basis for gaining competitive advantages by the enterprise]. *Naukovyy visnyk Odes'koho natsional'noho ekonomichnoho universytetu*, no. 2, pp. 20–35.
5. Zos-Kior, M.V., Brizhan, K.O. (2017) Upravlinnya konkurentospromozhnisty pidpryyemstva v umovakh nestabil'nosti [Managing enterprise competitiveness in conditions of instability]. *Mizhnarodnyj naukovyj zhurnal «Internauka». Seriya: «Economichni nauky»*, vol. 6, pp. 62–65.
6. Mikhailenko O.V., Orlova, K.G. (2017) Enterprise product competitiveness management system [The system of enterprise competitiveness management]. *Naukovyy visnyk Uzhhorods'koho natsional'noho universytetu. Seriya: Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny ta svitove hospodarstvo*, vol. 13(2), pp. 114–117.
7. Petrenko L.A. (2019) Formuvannya konkurentnykh perevah pidpryyemstv na osnovi innovatsiy v umovakh ekonomiky

- znan' [Formation of competitive advantages of enterprises on the basis of innovations in the conditions of knowledge economy]. *Visnyk Kyivsk'oho natsional'noho universytetu tekhnolohiy ta dyzaynu. Seriya: Ekonomichni nauky*, no. 6, pp. 47–59.
8. Porter Michael (2009) *Competition Strategy. Methods of analysis of industries and activities of competitors: Per. from English 2nd type*. Kyiv: Osnovy, 523 p. (in Ukrainian)
 9. Ravlyk N.V. (2015) Ponyattya innovatsiy ta yikh rol' u rozvytku pidpryemstva [The concept of innovation and their role in enterprise development]. *Aktual'ni problemy ekonomiky*, no. 4(166), pp. 215–219.
 10. Ursakiy YU. (2019) Efektyvne upravlinnya innovatsiyamy yak zasib pidvyshchennya konkurentospromozhnosti pidpryemstv [Effective innovation management as a means of increasing the competitiveness of enterprises]. *Naukovyy visnyk Odes'koho natsional'noho ekonomichnoho universytetu*, no. 2, pp. 197–217.
 11. Chikov I.A. (2019) Teoretychni pidkhody do vyznachennya sutnosti ponyattya «innovatsiya» [Theoretical approaches to defining the essence of the concept of «innovation»]. *Efektivna ekonomika* [Effective economics], no. 11. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2019_11_82 (accessed 26 November 2020).
 12. Yatsenko I.V. (2016) Management of competitive strategies and enterprise competitiveness [Management of competitive strategies and competitiveness of the enterprise]. *Ekonomika ta upravlinnia na transporti*, vol. 2, pp. 270–274.