

3. Бухгалтерський облік і прийняття рішень (навч. посібник) за ред.. Смоленюка П. С. — Хмельницький: НВП «Евріка» ТОВ, 2001. — 380 с.
4. *Саттон Майкл Дж. Д.* Корпоративний документообіг: принципи, технології, методологія впровадження. — СПб., 2002. — 111 с.

УДК 658

А. О. Семенчук, канд. екон. наук, старший викладач кафедри економіки підприємств, ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

ІННОВАЦІЙНІСТЬ ЯК ІМПЕРАТИВ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

АНОТАЦІЯ. У статті розглянуто взаємозв'язок інновації та конкурентоспроможності; процес формування та утримання конкурентоспроможності підприємства на досягнутому рівні за допомогою інновацій та інноваційних методів управління.

АННОТАЦИЯ. В статье рассмотрен взаимосвязь инноваций и конкурентоспособности; формирование и удержание конкурентоспособности предприятия на достигнутом уровне с помощью инноваций, а также инновационных методов управления.

SUMMARY. This article deals with connection from the innovation and the competitiveness. also, this article is considered about forming and hold entrepreneurship competitive position at the expense of the innovations and innovative management methods.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: конкурентна перевага, конкуренція, конкурентоспроможність, вартість, цінність, корисність, інновація, інноваційний характер.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: конкурентное преимущество, конкуренция, конкурентоспособность, стоимость, ценность, полезность, инновация, инновационный характер.

KEY WORDS: a competitive advantage, a competition, competitiveness, a value, the utility, an innovation, the innovative character.

Постановка проблеми. Сучасний стан економіки України, позиції, які займають більшість українських підприємств у до кінця несформованому конкурентному середовищі, безпосередньо вказують на існування та вплив конкуренції як вітчизняних, так і з боку іноземних підприємств. Очевидно, що така тенденція буде посилюватися, а відтак уміння перемагати в конкурентній боротьбі стає одним з важливих факторів створення конкурентних переваг.

Існує думка — якщо все, що ви робите — давно вже було зроблено конкурентами, то навряд чи вам вдасться досягнути особливого успіху. А тому, керівники підприємств мають звертати особливу увагу на інновації та інноваційні процеси, які виникають на ринку. Але найбільш з поширених помилкових уявлень про інновацію є те, що суть інновації полягає в зміні технологій. Спробуйте запитати виконавчих директорів про інновації, і вони відразу уявляють собі дослідницькі лабораторії, де інженери і вчені розробляють чергову нову технологію. Проте інновація — це не лише зміна технологій. Інновації — це зростання, для якого життєво необхідно гармонійне поєднання трьох складових — емпатії, креативу і розумного виконання. В організаційному масштабі емпатія — це інтуїція, що здатна чітко ідентифікувати потреби людей за межами компанії і, таким чином, створити додану цінність. Креатив — здатність генерувати нові ідеї в продуктах, послугах і бізнесі, які є інноваційними та індивідуальними. Впровадження — це мистецтво розумного виконання речей. На індивідуальному рівні емпатія дозволяє вийти за межі власних кордонів мислення і побачити світ іншими очима. На рівні організації емпатія — це інтуїція відчувати людей, які купують ваші продукти і послуги. І таке відчуття є досить специфічним, тому що воно за межами звичайних ринкових досліджень.

Компанії, які щиро намагаються зрозуміти своїх клієнтів, ідентифікують нові можливості швидше за конкурентів. Такі компанії мають сміливість враховувати ризики впровадження нових ідей і приймати ефективніші рішення на всіх рівнях управління.

Аналіз останніх публікацій. Конкурентоспроможність підприємства досліджувалася багатьма вченими, починаючи з робіт А. Сміта, Д. Рікардо, Дж. С. Мілля, К. Маркса, Ф. Едجوурта, К. Вікселя, Дж. Робінсон, Дж. Кейнса, Й. Шумпетера, А. Лернера та закінчуючи працями їх послідовників. Серед сучасних наукових підходів щодо визначення конкурентоспроможності промислових підприємств і підвищення її рівня слід виділити наукові праці Азоєва Г. Л., Градова А. П., Гринчуцького В. І., Зав'ялова П. С., Макконнелла К., Маршалла А., Портера М., Райзберга Б. А., Спірідонова І. А., Фатхутдінова Р. А., Юданова А. Ю. та ін.

Останні визначають конкурентоспроможність як властивість об'єкта, яка характеризується ступенем реального чи потенційного задоволення нею конкретної потреби порівняно з аналогічними об'єктами, які представлені на даному ринку [3, с. 23]. Конкурентоспроможність підприємства полягає в перевазі його продукції над аналогічною у конкурентів, застосовуючи іннова-

ційні технології як створення продукції, так і методи управління підприємством.

Термін «інновація» як нова економічна категорія ввів в науковий обіг австрійський (пізніше американський) вчений Йозеф Алоїз Шумпетер (J. A. Schumpeter, 1883—1950) в першому десятилітті ХХ ст. У своїй роботі «Теорія економічного розвитку» (1911) Й. Шумпетер уперше розглянув питання нових комбінацій змін у розвитку підприємства і дав повний опис інноваційного процесу.

У сучасній економіці роль інновацій значно зростає. Це викликано тим, що в ринковій економіці інновації є зброєю конкуренції, оскільки інновація призводить до зниження собівартості та цін, зростання прибутку, створення нових потреб, притоку капіталу (у вартісній формі), підвищення іміджу (рейтингу) виробника нових продуктів, відкриття і захоплення нових ринків, у тому числі міжнародних.

Виклад основного матеріалу. Розглядаючи розвиток підприємства як головну мету господарської діяльності, ініціатори акцентують формування та забезпечення компетенцій, що конкурують з усталеними правилами та критично сприймаються «консерваторами». Однак інноваційність, як конкурентна перевага, забезпечує підприємству сталий розвиток та є завжди невід'ємною частиною глобального розвитку [4].

Дійсно, прагнення до стабільності вже починає трансформувати конкурентне середовище, яке змушує компанії змінювати своє мислення щодо продуктів, технологій, процесів і бізнес-моделей. Ключем до прогресу, особливо в період економічної кризи, є інновації. Подібно тому, як деякі інтернет-компанії пережили спад у 2000 році, кинувши виклик співробітникам, так само корпорації, що функціонують за принципами сталого розвитку, вийдуть із сьогоднішньої кризи порушивши статус-кво.

Нововведення завжди стимулює появу нових ідей, оскільки розвиває зацікавленість людини: «А що буде, якщо...?». Так виникає інноваційна спіраль, що має вигляд: ...науково-технічний прогрес — ідея — нововведення — науково-технічний прогрес — ідея — нововведення...

Інноваційна спіраль — це крива, що робить витки, які постійно збільшуються, від деякої початкової точки на початку розвитку людства. Ця спіраль розкручується без зупинки тільки вперед. Інновація є матеріалізованим результатом, який отримано від вкладення капіталу в нову техніку або технологію, в нові форми організації виробництва, праці, обслуговування й управління,

включаючи нові форми контролю, обліку, методи планування, прийомы аналізу і т. п. [1].

Успішні організації поєднують технологічні зміни і зміни бізнес-моделі для створення інновації. Крім того, щоб успішно інтегрувати потужну модель інновації у бізнес-ментальність, команда управлінців повинна врівноважувати бізнес і технологічні елементи інновації. Бізнес-модель описує спосіб створення, продажу й доставки цінності клієнтам компанією. Існує три сфери, в яких зміна бізнес-моделі може стимулювати інновацію:

- ціннісна пропозиція: що продається і поступає на ринок;
- ланцюжок постачань: як створюється і поступає на ринок;
- цільовий споживач: кому доставляється.

Це основні елементи кожної бізнес-стратегії, а також логічні точки фокусування для інновації. Хоча інновація, створена змінною цільовою групою споживачів, є менш популярною, чим створена змінами в ланцюзі постачань і ціннісній пропозиції, проте, ця зміна є важливим важелем для інновації. Компанії в пошуку можливостей для інновацій повинні використовувати зміни задля створення саме такої інновації [5].

Іноді нові технології є основною частиною інновації, вони виділяються і привертають увагу. В інших випадках технології приховані та їх можуть побачити лише обслуговуючий технічний персонал. Як би не склалася ситуація, технологічна зміна може породжувати інновацію в трьох різних сферах, а саме:

- пропозиції товарів і послуг;
- виробничі технології;
- супутні технології.

Не всі інновації однакові. Вони не допускають однакових ризиків і не забезпечують однакових винагород. Інновації можна розділити на наступні універсальні типи:

- поступова (інкрементна);
- наполовину радикальна;
- радикальна.

Поступова інновація призводить до незначних удосконалень існуючих товарів і бізнес-процесів. Її можна сприймати як дія задля вирішення проблем, де мета зрозуміла, і необхідно тільки зрозуміти, як її досягти. В протилежність цьому, радикальна інновація призводить до того, що нові продукти і послуги можуть надаватися абсолютно новими способами. Її можна порівняти з процесом дослідження, де в конкретному напрямі знаходиться щось важливіше, але, що буде виявлено — не відомо. Для прийняття найкращого стратегічного рішення відносно інновації

необхідно розуміти відмінні риси цих типів інновації і коли доречніше використовувати кожен з них [2].

Компанія може бути надзвичайно успішною впродовж тривалого часу, застосовуючи тільки поступові зміни до своєї технології. Традиційна модель технологічної зміни передбачає відносно тривалі періоди еволюції (поступова інновація), революції (коли поступова інновація виявиться безпорадною і знадобиться радикальна технологія), що перериваються короткими періодами.

Висновки з даного дослідження. Завжди необхідно намагатися йти попереду своїх конкурентів, у результаті ви отримаєте високо конкурентне підприємство. Щоб успішно конкурувати на міжнародних ринках, компанії будь-якої країни повинні постійно впроваджувати інновації і нарощувати свої конкурентні переваги.

Роками компанії і бізнес-одиниці (і навіть державні організації) були зайняті тим, що доклали зусилля удосконалити те, чим вони займалися. Six Sigma, Total Quality й інші методи зосереджуються в центрі уваги більшості організацій. Вони не породжують значних змін, але забезпечують найкраще використання наявних у розпорядженні активів і, як показав досвід, можуть створювати справжню цінність для вже існуючих бізнес-моделей і технологій. Але існує інша причина, з якої компанії були настільки захоплені цими зусиллями — так простіше. Вони вирішили, що легше працювати в зоні поступової інновації, чим робити наполовину радикальні і радикальні зміни. По суті, поступові ідеї здаються безпечніше і зручніше, тому що їх легше передбачити.

Проблема в поступовій інновації полягає в тому, що вона є закованою в певних межах творчості, де допускаються тільки незначні зміни. Вона часто стає домінуючою формою інновації та витісняє інші потенційно цінніші зміни. Компанії часто стають залежними від поступової інновації та її відносної безпеки, а з часом дізнаються, що вони не можуть вийти за її межі, навіть у разі термінової необхідності.

Література

1. Дів Патнаїк. Інновація як гармонія трьох складових / http://www.management.com.ua/notes/innovation_fundamentals.html
2. Составление карты инновации: Что такое инновация и как ее использовать? / <http://www.management.com.ua/cm/cm074.html>
3. Фатхутдинов Р. А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент / Фатхутдинов Р. А. — М.: Издательско-книготорговый центр «Маркетинг», 2002. — 892 с.

4. *Ram Nidumolu, C. K. Prahalad and M. R. Rangaswami*. Чому сталий розвиток є рушійною силою інновацій / *Harvard Business Review*, September 2009.

5. Управление изменениями. «Работающая инновация. Как управлять, измерять и извлекать из нее выгоду» / <http://www.management.com.ua/books/view-books.php?id=457>

УДК. 167.23 : 336.764.2

С. О. Силантьєв, канд. техн. наук,
доцент кафедри менеджменту,
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет» імені Вадима Гетьмана

ПІСЛЯКРИЗОВІ ІНСТИТУТИ ТРАНСФОРМАЦІЇ ФІНАНСОВОЇ СИСТЕМИ

Проведено аналіз післякризових інститутів трансформації фінансової системи, обґрунтовано фактичне закінчення ери Кейнсіанського підходу в урегулюванні фінансових ринків. З метою визначення сучасних проблем регулювання проаналізовано динаміку ринку похідних фінансових інструментів. На основі гіпотези фінансової нестабільності Х. Мінського сформульовано нову парадигму регулювання фінансових ринків «зверху-донизу» та радикальні зміни з пріоритетами, направлені на подолання системних ризиків і адекватного регулювання компаній «тіньової банківської системи».

КЛЮЧОВІ СЛОВА: Гіпотеза фінансової нестабільності, регулювання фінансових ринків, трансформація фінансової системи, похідні фінансові інструменти.

Проведён анализ посткризисных институтов трансформации финансовой системы, обосновано фактическое завершение эры Кейнсианского подхода в регулировании финансовых рынков. С целью представления современных проблем регулирования осуществлён анализ динамики рынка производных финансовых инструментов. На основе гипотезы финансовой нестабильности Х. Минского сформулированы новая парадигма регулирования финансовых рынков «сверху-вниз» и радикальные изменения с приоритетами, направленными на преодоление системных рисков и адекватного регулирования компаний «теневой банковской системы».

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: Гипотеза финансовой нестабильности, регулирование финансовых рынков, трансформация финансовой системы, производные финансовые инструменты.

Post-crisis institutes of financial system transformation are analysed. The end of Keynesian era of financial market regulation was