

нова. Серія № 18. Економіка і право: зб. наук. праць. – К.: Вид-во НПУ імені М.П. Драгоманова, 2010. – Вип. 8. – С. 30–39.

13. Aarrevaara Timo. Brave New World: Higher Education reform in Finland / Timo Aarrevaara, Ian Dobson, Camilla Elander // Higher Education Management and Policy, 2009. – № 21 (2). – P. 1–18.

14. Clark Burton R. Creating Entrepreneurial Universities: Organizational Pathways of Transformations / Burton R. Clark. – Oxford: Pergamon-Elsevier Science, 1998. – 180 p.

15. Clark Burton R. Creating Entrepreneurial Universities: Organizational Pathways of Transformation. IAU PRESS. ISSUES IN HIGHER EDUCATION / Burton R. Clark // Wagon Lane, Bingley BD16 1WA. – UK: Emerald Group Publishing Limited. Howard House, 2008. – 164 p.

16. (Plan to merge black colleges meets with ire // USA Today, December 1, 2009 // <http://www.usatoday.com/cleanprint/? 1284716880194>)

В работе анализируются основные причины объединения (слияния) университетов и колледжей в США, Великобритании, Новой Зеландии, Финляндии и Южной Африке, происходящие в последнем десятилетии. Отмечается, что общим для вузов разных стран в результате их объединения (слияния) является получение и эффективное использование средств, максимальное финансирование своей учебно-научной деятельности, выживание в жесткой конкурентной борьбе, достижение высокого уровня предоставления образовательных услуг населению и получения от этого дивидендов.

**Ключевые слова:** высшее образование, государственные и негосударственные (частные, независимые) ВУЗ, объединение (слияние) университетов и колледжей, финансирование учебной и научной деятельности, выживание в конкурентной борьбе, дивиденды от деятельности ВУЗ.

Principal reasons for the process of university merger in the USA, Great Britain, New Zealand, Finland, and South Africa during the last decade are analyzed. It is suggested that the common reasons that drive the merger process in the field of higher education are as follows: a) search for opportunities for receipt of financial support for further development of educational establishments and effective utilization of financial resources invested; b) search for adequate financial support of academic and research activities; c) survival in increased competition; d) search for opportunities for improvement of the quality of educational services provided; e) search for opportunities for obtaining dividends on the resources invested into new university and college activities.

**Key words:** higher education, public and private (private, independent), higher educational institutions, university and college associations, funding of educational and research activities, survival in the competition, dividends from the activities of higher educational institutions.

Надійшло 15.10.2010.

УДК 339.18.061.5

М.С. Рошка, О.Ф. Веремейчик

## ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА: ПОНЯТТЯ ТА ВИБІР НАПРЯМУ

У статті розглянуто сутність поняття «інноваційний розвиток підприємства». Виділено основні напрямки інноваційного розвитку та визначено послідовність вибору напрямку інноваційного розвитку торговельного підприємства.

*Ключові слова: інноваційний розвиток, інноваційна діяльність, торговельне підприємство, напрям, інноваційний потенціал.*

**Вступ.** На сьогодні інноваційна діяльність підприємств різних галузей, у тому числі сфери обігу, є невід'ємною частиною ринкової економіки, яка характеризується інноваційною моделлю розвитку. Саме інноваційні рішення в подальшому розвитку підприємства є фактором підвищення його конкурентоспроможності на ринку. Інноваційні процеси, що відбуваються в діяльності торговельних підприємств, є відносно новими для національної економіки та потребують додаткового вивчення.

**Аналіз досліджень.** Дослідженням понятійно-методологічного апарату інноваційного розвитку підприємств та виділенням його напрямків займалися багато вітчизняних та іноземних вчених, серед яких: С.М. Лляшенко, М.С. Абібулаєв, Д.О. Карлюка, Л.Л. Антонюк, Л.І. Федулова, Е.М. Коротков, І.В. Афонін, П. Друкер, Й. Шумпетер та ін. Однак єдиного загальноприйнятого підходу до визначення терміна «інноваційний розвиток підприємства» так і не виділено, а запропоновані напрямки інноваційного розвитку відповідають специфіці діяльності промислових підприємств. Тому вважаємо з урахуванням теперішньої ринкової ситуації (інноваційної активізації підприємств сфери обігу) є актуальним дослідити інноваційний розвиток та його напрямки в діяльності торговельного підприємства.

**Мета статті** полягає в тому, що на основі дослідження існуючих підходів виділити авторське поняття інноваційного розвитку підприємства, запропонувати основні можливі напрямки інноваційного розвитку підприємств галузі торгівлі, враховуючи її специфічні риси, та визначити послідовність кроків вибору напрямків інноваційного розвитку.

**Результати дослідження.** Разом з поняттям «інноваційна діяльність» часто використовується термін «інноваційний розвиток», що має свої відмінні й схожі риси. Перш ніж вивчити термін «інноваційний розвиток», необхідно розглянути ключове загальноекономічне поняття «розвиток».

У цілому поняття «розвиток» трактують у декількох основних ракурсах: як процес, як сукупність змін та як результат. Е.М. Коротков розглядає розвиток як сукупність змін, які ведуть до появи нової якості і зміцнення життєвості системи, її здатність чинити опір руйнівним силам зовнішнього середовища [1, с. 15].

Т.В. Куклінова визначає розвиток як процес, що розгортається в часі, з переходом з одного стану в інший, який характеризується наявністю якісних перетворень у цілому або появою якісно нових елементів, властивостей, характеристик, які визначають побудову й функціонування системи [2].

Найбільш оптимальним вважаємо визначення розвитку за економічним словником-довідником [12, с. 478]: процес закономірної зміни, переходу з одного стану в інший, більш досконалий; перехід від старого якісного стану до нового, від простого до складного, від нижчого до вищого.

Тобто у підходах різних авторів виділяються загальні понятійні характеристики, такі як зміна стану та поява нових елементів чи нової

якості у системі підприємства під час відбування змін. Можна відзначити ще одну ключову характеристику поняття у певної групи авторів – розвиток пов'язаний зі зміною зовнішнього середовища і є адекватною реакцією на її зміни.

Розвиток на рівні підприємства являє собою процес та результат цілеспрямованої управлінської діяльності, орієнтованої на довгостроковий період в економічному середовищі, що змінюється. Це всебічний процес зміни організації та її діяльності, адекватний умовам середовища та результуючий у нарощуванні або збереженні організаційної активності [3, с. 10]. Недоліком цього визначення вважаємо відсутність чіткого акцентування на процесі позитивної зміни організації, бо негативна зміна стану – це не розвиток, а деградація, занепад, а відсутність зміни – стабільність.

Розвиток організації – довгострокова програма вдосконалення можливостей організації вирішувати різні проблеми і здібностей до відновлення [4, с. 478]. Таке визначення недостатньо повне, тому що не вказана обов'язкова реальна динаміка в зміні стану підприємства, а вдосконалення можливостей не є фактом їх використання.

Що стосується інноваційного розвитку, то це один з можливих типів розвитку підприємства, галузі, економіки в цілому. Л.І. Федулова визначає інноваційний розвиток економіки в цілому як зростання її показників, забезпечених за рахунок реалізації інноваційних проектів і впровадження нововведень [5, с. 35]. Таким чином, розвиток будь-що повинний виражатися в позитивній динаміці результативних економічних показників.

С.М. Ілляшенко інноваційний розвиток визначає як процес господарювання, що спирається на безупинні пошук і використання нових способів і сфер реалізації потенціалу підприємств у мінливих умовах зовнішнього середовища у рамках обраної місії та прийнятої мотивації діяльності і який пов'язаний з модифікацією існуючих і формуванням нових ринків збуту [6, с. 23].

Досить широке визначення інноваційного розвитку дається й іншими авторами: «це незворотній процес переходу з одного стану в інший, який характеризується сукупністю змін, обумовлених впровадженням інноваційних перетворень, що приводять до формування нових властивостей системи, зміни її якісного стану, зростання здібностей, компетенцій, потенціалу та рівня ефективності її діяльності, укріплення системи, а також формування здатності чинити опір руйнівним силам зовнішнього та внутрішнього середовища» [7, с. 6].

Відзначимо, що обидва останніх визначення включають у себе розвиток і зростання потенціалу, які відсутні у формуванні поняття інноваційної діяльності. Безпосередній взаємозв'язок і взаємовплив потенціалу підприємства і його розвитку описують багато вчених. Так, під «інноваційним розвитком» розуміється посилення й використання своїх інноваційних можливостей, аналіз, мобілізація й удосконалювання виробничого потенціалу для досягнення цілей розвитку керованого, соціально-економічного об'єкта (у нашому випадку – промислового підприємства), за рядом напрямів, що передбачає комплекс робіт з розробки, освоєння й впровадження у виробництво різних нововведень, з огляду на обмеженість ресурсної складової [8].

Потенціал є характеристикою поточного стану підприємства й передумовою формування його майбутніх результатів і майбутнього стану, а розвиток є шляхом переходу від поточного до майбутнього стану підприємства [9, с. 82]. Тобто два ключових поняття «розвиток» та «потенціал» впливають один на одне: практично неможливий розвиток підприємства при низькому рівні потенціалу без значних можливостей зовнішнього середовища, у свою чергу розвиток призводить до збільшення та покращання існуючих складових потенціалу підприємства.

Д.О. Карлюка визначає інноваційний розвиток як складний процес прикладного характеру створення і впровадження інновацій з метою якісних змін об'єкта управління та отримання економічного, соціального, екологічного, науково-технічного чи іншого виду ефекту, який пов'язаний з необхідною умовою виживання і розвитку підприємств у довгостроковій перспективі [10, с. 8]. Зауважимо, що це поняття мало чим відрізняється від терміна «інноваційна діяльність».

На основі проведених досліджень і вивчення підходів вчених пропонуємо розглядати інноваційний розвиток підприємства як процес переходу з одного конкурентного, фінансово-економічного стану й позиції на ринку в інші, кращі, більше сильні та стійкі в довгостроковій перспективі за рахунок реалізації інновацій різного ступеня глибини та сфери використання. Це авторське визначення відокремлюється від поняття «інноваційна діяльність» головним чином тим, що розвиток вказує на обов'язкову позитивну зміну стану підприємства.

Незалежно від галузі економіки інноваційний розвиток підприємства може відбуватися за різними мотивами, залежно від яких розрізняють два основних види інноваційного розвитку підприємства [11, с. 28]:

- внутрішній розвиток – створений на традиціях підприємства;
- зовнішній розвиток – інноваційна діяльність на підприємстві з метою закріплення його на ринку. Поділяється на легітимну й нелегітимну, цілеспрямовану (утворююча діяльність – пов'язана зі створенням інновацій) і без мети (імітуюча – пов'язана з копіюванням інновацій).

Для більшої частини торговельних підприємств характерний зовнішній розвиток, мотивом якого є необхідність підвищення ефективності діяльності. Але для представників торговельних мереж нових форматів, таких як: «Метро Кеш енд Кері», «Амстор», «Фуршет», «Єва», «Фокстрот» тощо, властивий внутрішній інноваційний розвиток. Такі мережі супермаркетів, гіпермаркетів, дискаунтерів прагнуть або вже займають лідируючі позиції, які зобов'язують постійно здійснювати інноваційну діяльність, що закладено в стратегії на тривалий строк. Тобто інноваційна стратегія таких торговельних підприємств є обов'язковою складовою стратегічного набору. Інші немережеві підприємства здійснюють інноваційну діяльність, якщо є потреба, як реакцію на внутрішні й зовнішні зміни та з метою погоні за конкурентом.

Для підприємства, що планує здійснювати інноваційну діяльність, дуже важливо обрати напрямок інноваційного розвитку. Напрямок інноваційного розвитку підприємства – визначений шлях або рух, що базується на впровадженні і реалізації інновацій, які зумовлюють поліпшення кількісних та якісних характеристик діяльності підприємства, забезпечують зміцнення його ринкових позицій та створюють

умови для його прогресивного розвитку [12, с. 15]. Вважаємо не зовсім коректно надавати визначення напрямку через рух, тому що це показник, за яким можна рухатися. Тому пропонуємо під напрямком інноваційного розвитку торговельного підприємства розуміти вектор, що вказує стратегічну спрямованість, строк реалізації, сферу використання та спонукальні мотиви, рух, за яким торговельне підприємство прийде до якісно й кількісно кращого стану з урахуванням досягнення поставленої мети. Тобто при переході підприємства з фактичного стану в бажаний можуть використовуватися різні шляхи, тому важливо обрати єдиний ефективний, який і буде правильним, напрямком інноваційного розвитку.

Для торговельних підприємств пропонуємо виділяти напрямки інноваційного розвитку за класифікаційними ознаками, що обумовлюють основні параметри, виконання яких повинно привести до бажаного стану підприємства: за стратегічною спрямованістю, за строком реалізації, за сферою використання та спонукальними мотивами. Виділені напрямки потребують детальнішого вивчення, тому що раніше вони розглядалися лише для промисловості.

С.М. Ілляшенко пропонує виділяти за стратегічною спрямованістю такі напрямки інноваційного розвитку [12, с. 15], які є загальними для підприємств усіх галузей економіки:

– збалансований інноваційний розвиток (використовують в умовах безперервних і поступових технічних змін);

– наступаючий інноваційний розвиток (використовують, якщо виникає ситуація швидких стрибкоподібних змін, коли необхідне вміння подолати технологічні розриви, досягти випередження або зберегти лідерство);

– захищаючий інноваційний розвиток (використання результатів спостереження за діями підприємств-лідерів на ринку);

– абсорбуючий інноваційний розвиток (імітація інноваційних перетворень і спрямування основних зусиль на забезпечення виробничого процесу).

Для представників роздрібних торговельних мереж більш характерне використання збалансованого інноваційного розвитку, для окремих представників нових форматів і концепцій торгівлі – наступальний інноваційний розвиток. Наступальний інноваційний розвиток був спочатку відмітною рисою національних торговельних мереж, які тільки з'явилися, на відміну від збалансованого розвитку вже функціонуючих іноземних представників на національному ринку. За захищаючим напрямком інноваційного розвитку йдуть середні роздрібні торговельні підприємства, які за своїми фінансовими та іншими економічними можливостями не в змозі рухатися шляхом наступального розвитку. Дрібні торговельні підприємства частіше реалізують абсорбуючий напрямок інноваційного розвитку, із частковими мікронововведеннями при збереженні всіх бізнес-процесів торговельної діяльності.

Класифікаційна ознака за сферою застосування відображає специфіку галузі діяльності підприємства. Уже розроблені напрями розвитку іншими вченими чітко спрямовані на промислові підприємства та не відповідають особливостям функціонування організації сфери обігу. Тому

пропонуємо виділити такі напрями інноваційного розвитку торговельного підприємства за сферою застосування:

– організаційно-управлінський – інноваційний розвиток спрямований на впровадження нових методів, прийомів й інструментів в управлінні й організації всіх бізнес-процесів торговельної діяльності підприємства;

– ресурсний – інноваційний розвиток орієнтований на використання нових видів ресурсів (матеріальних, трудових, фінансових, інформаційних), їх комбінацій та способів їхнього застосування в торговельній діяльності;

– концептуально-форматний – інноваційний розвиток спрямований на використання в діяльності торговельного підприємства нового формату або концепції торгівлі;

– торгово-технологічний – інноваційний розвиток орієнтований на впровадження нових форм та методів технології продажу;

– продуктовий – інноваційний розвиток спрямований на пропозицію споживачам нових видів послуг при збереженні основного виду діяльності – продажу товарів.

За строком реалізації інноваційного розвитку торговельного підприємства пропонуємо розрізнати: короткостроковий (до року), середньостроковий (від року до двох ), довгостроковий (більше двох років). Тобто запропоновані строки значно менші, ніж виділяються для виробничих підприємств, що обумовлюється специфікою галузі торгівлі.

За спонукальними мотивами розглядають такі напрями інноваційного розвитку [12, с. 18], які за своєю суттю відповідають усім галузям економіки:

– «завоювання симпатій споживача» – належать підприємства, що спрямовують свою діяльність на впровадження нововведення, яке орієнтоване на задоволення споживача, без попередньої оцінки його прибутковості;

– «всєбічні переваги» – напрям інноваційного розвитку, який забезпечує одночасно позитивний ефект підприємству та задоволення пот-реб споживачів;

– «ефект іміджу» – напрям характеризується прибутковістю для підприємства та збитковістю для споживача;

– «ефект чорного кола» – напрям, характеризується збитковістю для обох сторін.

Тобто ця класифікаційна ознака відображає співвідношення ефекту від впровадження нововведень для споживача та самого підприємствановатора.

Методологічний підхід до вибору напрямку інноваційного розвитку торговельного підприємства являє собою такі послідовні кроки: визначення генеральної мети підприємства та бажаної позиції на ринку, вибір інноваційного орієнтира (приблизних сфер використання інновації з огляду на інноваційну активність конкурентів чи власне розуміння менеджерів підприємства, орієнтоване на визначені цілі та проблеми на підприємстві), оцінка інноваційного потенціалу (визначення реальної й потенційної можливості реалізовувати інноваційну діяльність, а також слабкі місця на підприємстві, які потребують інновацій), визначення конкурентоспроможності підприємства на ринку та ризикованість керівни-

цтва. Ці кроки дозволять визначити напрямки розвитку за всіма розглянутими класифікаційними ознаками.

**Висновки.** Таким чином, на основі проведеного дослідження було сформовано поняття терміну «інноваційний розвиток підприємства», який базується на зміні економічного стану підприємства на кращий за рахунок використання своїх потенційних і реальних можливостей при впровадженні нововведень. Набули подальшого розвитку етапи вибору напрямку інноваційного розвитку торговельного підприємства та виділено напрями інноваційного розвитку, які відповідають специфіці діяльності торговельних підприємств.

Перспективним подальшим дослідженням у цьому напрямі є розробка методики оцінки ефективності обраного напрямку інноваційного розвитку торговельного підприємства.

#### *Список використаної літератури*

1. Антикризисное управление: учебник / под ред. Э.М. Короткова. – М.: ИНФРА, 2003. – 432 с.
2. Куклінова Т.В. Розвиток малих та середніх підприємств: проблеми аналізу та ефективності / Т.В. Куклінова // Вісник Хмельницького національного університету. – Секція: Економічні науки. – 2007. – № 4. – Т. 1 – С. 193–196.
3. Афонин И.В. Инновационный менеджмент и экономическая оценка реальных инвестиций: учеб. пособие / И.В. Афонин. – М.: Гардарики, 2006. – 301 с.
4. Навчальний економічний словник-довідник: Терміни, поняття, персоналії / укладачі: В.С. Іфтемичук, В.А. Григорєв, М.І. Манілич, Г.Д. Шутак; за наук. ред. Г.І. Башнянина і В.С. Іфтемчука. – 2-ге вид., виправ. і доп. – Львів: Магнолія 2006, 2008. – 688 с.
5. Федулова Л.І. Інноваційна економіка: підручник / Л.І. Федулова. – К.: Либідь, 2006. – 480 с.
6. Ілляшенко С.М. Управління інноваційним розвитком: проблеми, концепції, методи: навч. посібник / С.М. Ілляшенко. – Суми: Університетська книга, 2003. – С. 278.
7. Антонюк Л.Л. Інновації: теорія, механізм розробки та комерціалізації: монографія / Л.Л. Антонюк, А.М. Поручник, В.С. Савчук. – К.: КНЕУ, 2003. – 394 с.
8. <http://masters.donntu.edu.ua/2008/fem/ignatenco/diss/index.htm>
9. Воронкова А.Е. Потенціал підприємства як основа його довгострокового розвитку / А.Е. Воронкова, Ю.С. Погорєлов // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 4. – С. 77–84.
10. Карлюка Д.О. Удосконалення управління інноваційним розвитком підприємств льнопереробної галузі: автореф. дис... канд. екон. наук / Д.О. Карлюка. – Київ, 2006. – 24 с.
11. Інноваційний потенціал: монографія / Л.В. Беззубко, С.Є. Захаров, Н.М. Свешнікова; Донбаськ. нац. акад. буд-ва і архіт. – Донецьк, 2008. – 201 с.
12. Проблеми управління інноваційним розвитком підприємства у транзитивній економіці: монографія / за заг. ред. С.М. Ілляшенка. – Суми: Університетська книга, 2005. – 582 с.

В статье рассмотрена сущность понятия «инновационное развитие предприятия». Выделены основные направления инновационного развития и определена последовательность выбора направления инновационного развития торгового предприятия.

**Ключевые слова:** *инновационное развитие, инновационная деятельность, торговое предприятие, направление, инновационный потенциал.*

Essence of concept «innovative development of enterprise» is considered in the article. Basic directions of innovative development are distinguished and the sequence of direction's choice of trade enterprise innovative development is certain.

**Key words:** *innovative development, innovative activity, trade enterprise, direction, innovative potential.*

*Надійшло 15.10.2010.*

УДК 658.11.009.12

*Є.М. Смирнов*

## **ВИЗНАЧЕННЯ ТА КЛАСИФІКАЦІЯ ОСНОВНИХ ВИДІВ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

У статті запропоновано класифікацію видів конкурентоспроможності підприємства, що містить повний склад класифікаційних ознак, а також враховує специфічні риси та властивості категорії конкурентоспроможність. Наведено характеристику кожного з виділених видів конкурентоспроможності.

**Ключові слова:** *конкурентоспроможність, класифікаційна ознака, рівень конкурентної активності, конкурентна перевага, ринковий простір.*

**Вступ.** Важливим аспектом дослідження будь-якого економічного явища є визначення та класифікація його основних видових проявів, що є методологічним підґрунтям формування обґрунтованої концепції управління.

Багатогранність аспектів конкурентних взаємовідносин підприємств за сучасних умов економічного розвитку, варіативність умов суперництва між ними зумовлюють різноплановість підходів до формування їх переваг у конкуренції, а відповідно, і шляхів досягнення конкурентоспроможності. Тому дослідження основних видів та форм, які може приймати конкурентоспроможність підприємств у процесі конкурентної боротьби є актуальним завданням формування концептуальних основ управління сучасним підприємством в умовах висококонкурентних ринків.

Проведене дослідження засвідчило, що питання розробки комплексної класифікації конкурентоспроможності підприємства поки що не знайшло достатнього висвітлення у фаховій літературі [1–10]. На сьогодні мають місце лише окремі спроби систематизації видів конкурентоспроможності, але повної, розгорнутої їх класифікації, яка б враховувала максимально можливу кількість класифікаційних ознак, не існує.

**Метою публікації** є розробка узагальнюючої класифікації основних видів конкурентоспроможності підприємства та їх змістовна характеристика.