

УДК 339.137.2:330.344.1

*Зімкіна В. Є.  
ДВНЗ “Київський національний економічний  
університет імені Вадима Гетьмана”*

## ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ПАРАДИГМИ В СУЧАСНІЙ ТЕОРІЇ КОНКУРЕНЦІЇ

*В статті досліджується формування інноваційної парадигми теорії конкуренції в сучасних умовах, пов'язаних з пріоритетністю інноваційного розвитку в умовах розгортання глобалізаційних процесів, а також розвиток та сутність сучасної парадигми конкурентоспроможності.*

*Ключові слова:* парадигма, інноваційна парадигма теорії конкуренції, інноваційна конкуренція, нова (сучасна) парадигма конкурентоспроможності.

На сьогодні інновації перетворились на універсальний двигун суспільного розвитку, рушійну силу глобалізації, засіб ведення конкурентної боротьби, джерело якісного перетворення змісту конкуренції, що й будемо досліджувати. Нині лише інноваційні ресурси можуть стати основою радикальних змін у продуктивних силах та технологіях. А нові технології представляють собою не лише розвиток виробничих сил, а принципово нову виробничо-економічну систему, що дозволяє сформувати новий економічний порядок.

У процесі еволюції теорії конкуренції поступово відбувся перехід від розгляду інновацій переважно як інструменту стимулюючої, або інноваційної функції конкуренції, яка полягає в стимулюванні впровадження досягнень науки і техніки, нових технологій, випуску нових видів товарів і послуг, підвищення якості продукції (А. Сміт, А. Маршалл, Дж. Кларк, Й. Шумпетер), до відведення інноваційним факторам центрального місця в механізмі конкуренції, перетворення їх на важіль радикальних змін (М. Портер, Г. Хамел, К. Прахалад, К. Крістенсен, У. Чан Кім, Р. Моборн та ін.). Це дало змогу сучасним дослідникам стверджувати, що конкуренція переходить до нової фази у своєму еволюційному розвитку [15].

В літературі досі відсутній системний підхід до визначення конкуренції на основі інновацій (інноваційної конкуренції), що є основою інноваційної парадигми сучасної теорії конкуренції, яка розгортається в умовах пріоритетності інноваційного розвитку та посилення глобалізаційних процесів.

Головним завданням даної статті є визначення особливостей та умов формування інноваційної парадигми сучасної теорії конкуренції на основі дослідження сучасних підходів та концепцій.

Нині відбувається формування інноваційної парадигми сучасної теорії конкуренції [12, с. 94].

Парадигма – це система науково обґрунтованих, логічно пов'язаних між собою понять та ідей, що утворюють цілісну концепцію. Термін “парадигма” в сучасну філософію науки запровадив позитивіст Густав Бергман. Однак його використання, розповсюдження та закріплення в науковому обігу відбулось у 60-х рр. ХХ ст. завдяки роботі Томаса Куна “Структура наукових революцій” (1962). Т. Кун під парадигмою

розумів “признанные всеми научные достижения, которые на протяжении некоторого времени дают модель постановки проблем и их решений научному сообществу” [9, с. 11].

Професор А. Ткач стверджує, що для економічної науки характерною є множинність парадигм [14, с. 5].

Прийняття інноваційної парадигми теорії конкуренції не означає відхід від традиційної ринкової парадигми. В сучасній інноваційній парадигмі зберігається зміст традиційної ринкової парадигми, що панувала ще з часів формування теорії конкуренції в роботах А. Сміта та науковців класичної школи, та, одночасно, виникають нові, якісні ознаки та властивості, пов’язані з прискоренням НТП, пріоритетністю інноваційного розвитку в умовах розгортання глобалізаційних процесів та появою гіперконкуренції. Інноваційна парадигма починає співіснувати з традиційною ринковою парадигмою, наповнюючи її новим змістом.

У центрі інноваційної парадигми знаходиться “інноваційна конкуренція”, яка зумовлює зміст та функції інноваційної парадигми сучасної теорії конкуренції.

Під інноваційною конкуренцією слід розуміти боротьбу між приватними товаровиробниками за більш вигідні умови виробництва та збуту товарів, при обмеженому платоспроможному попиті споживачів, з ціллю максимізації прибутку чи для реалізації інших цілей на основі інноваційної діяльності у всіх формах та проявах [5, с. 31].

Інноваційна конкуренція – це нова форма (новий тип) конкурентних відносин, що набуває всеосяжного характеру в умовах глобалізації світового господарства. Інноваційна конкуренція – це заснований на створенні та нагромадженні нового знання й ефективному використанні інноваційних переваг, інституційно оформлений процес змагальної взаємодії суб’єктів, що відбувається через інтегративну участь в інноваційному процесі, задля забезпечення найкращих умов стійкого розвитку [13, с. 202].

Отже, інноваційна конкуренція – це якісно новий вид конкурентної боротьби, який фокусує увагу на інноваціях як на засобі досягнення конкурентних переваг, а головною її рушійною силою є підвищення ефективності інноваційної діяльності.

Пропонуємо далі розглянути розвиток парадигми конкурентоспроможності та нову (сучасну) парадигму конкурентоспроможності. Однак, необхідно розрізнити поняття “конкуренція” та “конкурентоспроможність”. Як наукове поняття конкуренція – явище багатоаспектне і в кожному випадку її зміст визначається залежно від цілей, у зв’язку з якими вона сформована. А конкурентоспроможність проявляється лише в умовах конкуренції і через конкуренцію [11]. Тобто формування інноваційної парадигми сучасної теорії конкуренції є першочерговою вимогою в порівнянні з формуванням нової (сучасної) парадигми конкурентоспроможності.

Г. Гейер, посилаючись на І. Білецьку [2], стверджує, що виникає нова парадигма конкурентоспроможності [6, с. 65-66]. У своєму обґрунтуванні за основу вчені беруть теоретичну модель історичного розвитку конкурентоспроможності запропоновану Р. Пейсом та Е. Стефаном [19]. Ця модель включає в себе чотири парадигми конкурентоспроможності, в кожному з яких входить чотири елементи.

**Розвиток парадигми конкурентоспроможності [19]**

	Модель Р. Пейса та Е. Стефана				
	Парадигма 1	Парадигма 2	Парадигма 3	Парадигма 4	Сучасна парадигма <sup>1</sup>
Характеристика періоду виробничої діяльності	Ремісництво	Рання індустріалізація	Індустріальна епоха	Постіндустріальна епоха	Глобалізація бізнесу, формування “нової економіки”, інформаційна революція
Основна вимога	Відсутність недосконалості в товарі	Відсутність дефіциту товару	Відсутність скарг на якість	Відсутність запізнь у поставці	Співвідношення “новизна” (інноваційність) – задоволення потреб”, наявність нематеріальних активів, ключових компетенцій
Критерій	Мистецтво виконання	Кількість	Відмінна якість	Прямий характер поставки	Індивідуалізація підходів, темпи зростання фірми, ефективність її діяльності, об’єм накопичених знань
Основний фактор	Залучення висококваліфікованих майстрів	Розробка виробничих ліній	Створення самоврядних груп	Підготовка енергійних робітників	Розвиток інтелектуальних ресурсів, креативність, саморозвиток, управління нематеріальними активами, просування бренду

Розглянемо таблицю 1 більш детально.

**Перша парадигма** конкурентоспроможності є характерною для епохи ремісництва (до промислової революції). Її головна мета – підвищення продуктивності праці; основна вимога – відсутність недоліків у товарі; критерій конкурентоспроможності – індивідуальне виробництво товарів та послуг відповідно до особливих вимог споживача; головний фактор успіху – залучення до виробництва висококваліфікованих робітників.

**Друга парадигма** конкурентоспроможності пов’язана з періодом виробничої діяльності, що почався після промислової революції. Головною вимогою тут виступає відсутність дефіциту товарів та послуг; критерієм конкурентоспроможності – виробництво та доставка виробнику стандартизованих товарів та послуг у великій кількості (досягається завдяки зростанню продуктивності праці та зниженню витрат на виробництво одиниці продукції). Головним фактором досягнення конкурентоспроможності виступає розробка та впровадження високоефективних виробничих ліній, що дозволяє використовувати ефект масштабу.

**Третя парадигма** конкурентоспроможності пов’язана з епохою якості. Її головна вимога – виробництво та доставка споживачу великої кількості товарів та послуг; критерій конкурентоспроможності – висока якість продукції. При цьому боротьба за підвищення якості одночасно дозволяла вирішувати і задачу підвищення продуктивності праці та зниження витрат виробництва.

<sup>1</sup> Складено на основі [6], [2].

**Четверта парадигма** конкурентоспроможності пов'язана з прискоренням виробництва та інтенсифікацією поширення інформації. Її головною вимогою виступає швидкість задоволення потреб споживачів; головним критерієм успіху – здатність знайти найкоротший шлях вирішення проблеми для задоволення потреб споживачів. Підприємства, що бажають бути конкурентними повинні вдосконалювати свої виробничі процеси, організаційні системи, взаємовідносини з постачальниками та споживачами для того, щоб виробляти і поставляти якісний товар чи послугу швидше, ніж конкуренти. Працівники повинні бути висококваліфікованими та освіченими, вмотивованими та ініціативними людьми, здатними розуміти сучасні технології та швидко адаптуватися до вимог макросередовища, що постійно змінюються [2, с. 84-86].

Четверта парадигма конкурентоспроможності за Р. Пейсом та Е. Стефаном є дещо схожою на сучасну парадигму конкурентоспроможності, але все ж таки відрізняється від неї, тому пропонуємо розглянути це питання більш детально. Задля більшої наочності та порівняльності ми подали сутність сучасної парадигми в таблиці 1, згідно критеріям Р. Пейса та Е. Стефана.

Сучасна парадигма конкурентоспроможності, як стверджує І. Акімова [1], формується з настанням епохи кастомізації (споживачів). Її основною вимогою виступає відсутність незадоволення споживача; критерієм – товарна специфікація, тобто випуск товарів на основі прогнозування та формування споживчих потреб цільових груп покупців.

На думку іншого вченого, В. Шинкаренко [16], нині також формується нова парадигма конкурентоспроможності, яка базується на передбаченні й формуванні потреб споживачів. На відміну від нього І. Білецька [3] вважає, що для сучасної парадигми характерні глобалізація бізнесу й формування “нової економіки”, основними критеріями конкурентоспроможності є темпи росту компаній, ефективність діяльності й обсяг накопичених знань, а ключовими чинниками конкурентоспроможності – керування неосяжними активами, управління через альянси, просування бренду і пошук талановитих співробітників. На думку Н. Горбаль та С. Романишин сучасна парадигма й справді характеризується глобалізацією і формуванням потреб споживачів, однак, наявність “неосяжних активів” і визначальна роль альянсів у формуванні конкурентоспроможності викликають сумнів, і з цим не можна не погодитись, це суперечить поглядам на конкурентоспроможність, що на сьогодні домінують в економіці, зокрема в працях М. Портера [10].

Сучасна концепція конкурентоспроможності заснована на здатності швидко пристосовуватись до змін та впроваджувати нововведення. Так, на думку Й. Шумпетера, основний імпульс капіталістична економіка набуває від виробництва нових товарів, використання нових технологій, виходу на нові ринки, впровадження нових форм організації, які створює підприємство [18]. Здатність пристосовуватись та впроваджувати інновації завжди перебуває на мікрорівні, тобто всі ці функції падають на підприємця (за Й. Шумпетером) [4, с. 23].

В нинішніх умовах найбільш конкурентоспроможним ресурсом підприємств та країни в цілому є висока кваліфікація та сукупні знання її працівників. Інтелектуально-кадровий потенціал “нової економіки” формується та розвивається не в сировинних галузях, а в наукомістких та інформаційно-технологічних компаніях малого та середнього інноваційного бізнесу.

**Висновки.** На сьогодні, в умовах сучасного інформаційно-інноваційного укладу виникає необхідність побудови та прийняття інноваційної парадигми в теорії конкуренції, що дозволить розширити можливості управління/організації та за Й. Шумпетером [17] залучення нової висококваліфікованої робочої сили тощо.

Отже, пріоритетність інноваційного розвитку стає основою нової парадигми конкурентоспроможності, яка вимагає від компаній щонайшвидше впроваджувати інновації.

Таким чином, формування інноваційної парадигми в сучасній теорії конкуренції є першочерговою вимогою в порівнянні з формуванням нової (сучасної) парадигми конкурентоспроможності, оскільки конкурентоспроможність проявляється лише в умовах конкуренції і через конкуренцію.

#### **Використані джерела:**

1. *Акімова І. М.* Промисловий маркетинг. – 2-е вид. – К. : Знання, 2001.
2. *Белецька І. І.* Конкурентоспособность в ее современной трактовке // Актуальні проблеми економіки. – 2004. – № 10. – С. 81-88.
3. *Білецька І. І.* Механізм підвищення конкурентоспроможності промислового підприємства на олігополістичному ринку (на прикладі феросплавних заводів України): Автореф. дис канд. екон. наук: спец. 08.06.01 “Економіка, організація і управління підприємствами” / І. І. Білецька. – Дніпропетровськ, 2006. – 20 с.
4. *Гармашова О. П.* Зміст сучасної парадигми конкурентоспроможності національної економіки // Вісник СевДТУ. – Севастополь : Изд-во СевНТУ, 2010. – Вип. 109: Економіка і фінанси. – С. 20-25.
5. *Гейер Г. В.* Управление в условиях инновационной конкуренции : монография / Г. В. Гейер. – Донецк : Норд-Пресс – ДонГУЭТ, 2006. – 325 с.
6. *Гейер Г. В.* Управление предприятием в условиях инновационной конкуренции [текст] : дис. д-ра екон. наук : 08.00.04 / Гейер Геннадий Валерьевич ; Донецкий национальный ун-т экономики и торговли им. Михаила Туган-Барановского. – Донецк, 2007. – 433 л. – Библиогр.: л. 408-433.
7. *Гончарова Н. П.* Инновационная парадигма формирования “новой экономики” // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 10 (100). – С. 4-12.
8. *Горбаль Н. І.* Еволюція систем управління конкурентоспроможністю підприємства [Текст] / Н. І. Горбаль, С. Б. Романишин // Вісник Національного університету “Львівська політехніка”. – 2009. – № 22 (657). – С. 179-183.
9. *Кун Т.* Структура научных революций : пер. с англ. / Т. Кун ; сост. В. Ю. Кузнецов – М. : АСТ, 2001. – 608 с.
10. *Портер М.* Конкуренция : учеб. пособие / М. Портер; пер. с англ. – М. : Изд-во “Вильямс”, 2005. – 608 с.
11. *Рибакова О. В.* Конкуренція і конкурентоспроможність: економічна суть та фактори підвищення [Електронний ресурс] // Науковий вісник Академії муніципального управління. – 2009. – № 7. – Режим доступу: [http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/Nvamu\\_ekon/2009\\_7/09rovaif.pdf](http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Nvamu_ekon/2009_7/09rovaif.pdf)
12. *Тараненко І. В.* Особенности инновационной конкуренции в условиях глобализации мировой экономики / И. В. Тараненко // Вопросы регулирования экономики. – 2010. – Том 1, № 4. – С. 89-98.
13. *Тараненко І. В.* Формування інноваційної парадигми теорії конкуренції у сучасних глобалізаційних умовах / І. В. Тараненко // Науковий вісник ЧДІЕУ. – 2011. – № 1(9). – С. 194-203.
14. *Ткач А.* Інституціональна парадигма економічного розвитку / А. Ткач // Інституціональний вектор економічного розвитку. – 2008. – № 1(1). – С. 5-10.
15. *Усик Н. І.* Использование синергетического эффекта в конкурентной борьбе / Н. И. Усик // Вестник СПбГУ. Сер. 5. – 2003. Вып. 2 (№ 13). – С. 31-40.
16. *Шинкаренко В. Г.* Управление конкурентоспособностью предприятия / В. Г. Шинкаренко, А. С. Бондаренко. – Харьков : Изд-во ХНАДУ, 2003. – 186 с.

17. Шумпетер Й. Теория экономического развития : пер. с нем. / под. ред. А. Г. Милейковского. – М. : Издательство “Прогресс”. – 1982. – 454 с.
18. Boltho A. The assessment: international competitiveness / A. Boltho // Oxford Review of Economic Policy. – Oxford: Oxford University Press, 1996. – Vol. 12, Issue 3. – 96 p. – P. 1-16.
19. Pace R. W., Stephan E. G. Paradigm of Competitiveness // Competitiveness Review. – 1996. – Vol. 6, № 1. – P. 8-13.

**Зимкина В. Е. Формирование инновационной парадигмы в современной теории конкуренции**

*В статье исследуется формирование инновационной парадигмы теории конкуренции в современных условиях, связанных с приоритетностью инновационного развития в условиях развертывания глобализационных процессов, а также развитие и сущность современной парадигмы конкурентоспособности.*

**Ключевые слова:** парадигма, инновационная парадигма теории конкуренции, инновационная конкуренция, новая (современная) парадигма конкурентоспособности.

**Zimkina V.E. Formation of innovative paradigm in modern theory of competition.**

*The article investigates formation of innovative paradigm of theory of competition in modern conditions related to priority innovative development in the deployment of globalization processes, and the development and nature of the modern paradigm of competitiveness.*

**Keywords:** paradigm, the innovative paradigm of theory of competition, innovative competition, the new (modern) paradigm of competitiveness.

УДК: 331.5(477)

**Сандугей В. В.**  
**Національний педагогічний університет**  
**імені М. П. Драгоманова**

## АНАЛІЗ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ УКРАЇНСЬКОГО РИНКУ ПРАЦІ: ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНИЙ ПІДХІД

*У представленій статті аналізуються підходи до визначення поняття “конкурентоспроможність ринку праці”, сформульовано його авторське визначення; обґрунтовані фактори формування конкурентоспроможного ринку праці та визначені показники, що їх характеризують; запропоновано підхід до аналізу конкурентоспроможності ринку праці та проведена його оцінка для України.*

**Ключові слова:** конкурентоспроможність ринку праці, конкурентоспроможність робочих місць; конкурентна заробітна плата; розвинене конкурентне середовище на ринку праці; розвиток інфраструктури ринку праці; ефективна інтеграція ринку праці.

Формування конкурентоспроможної економіки країни в умовах посилення глобалізаційних процесів вимагає забезпечення конкурентоспроможності всіх її ланок, однією з яких є ринок праці.

Дослідження суті ринку праці в різні часи висвітлені у працях багатьох фахівців у галузі економіки, зокрема: Ф. Кене, Т. Мальтуса, К. Маркса, У. Петті, Д. Рікардо, А. Сміта, Ж. Сімонді. Основні положення державного регулювання ринку праці викладені в працях Дж. Гелбрейта, Дж. М. Кейнса, А. Маршалла, А. Ойкена, А. Пігу, П. Самуельсона, Р. Солоу, М. Фрідмена, А. Філіпса. Різноманітним аспектам, що стосуються аналізу функціонування сучасного ринку праці, присвячені роботи таких