

Вигорчук А.О.*магістр кафедри менеджменту та управління проектами,
Одеська державна академія будівництва та архітектури,
м.Одеса, Україна**Науковий керівник: Колодинський С.Б.**доцент кафедри менеджменту та управління проектами,
Одеська державна академія будівництва та архітектури,
м.Одеса, Україна*

МОТИВАЦІЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМНИЦТВА В ІННОВАЦІЙНІЙ СФЕРІ

Економічні зрушення в Україні відбуваються повільно і потребують активізації зв'язку між системою сучасного виробництва та новітніми науково-дослідними розробками, вчиненими в сфері науки. Головну роль повинен відігравати інноваційний тип розвитку економіки, основою якого є випереджувальні інвестиції в освітню діяльність, що значно підвищує інтелектуальний потенціал суспільства. На основі високого інтелектуального потенціалу формується інноваційне підприємництво, роль і значення якого зараз важко переоцінити. Саме завдяки стрімкого розвитку підприємництва на основі венчурного капіталу, велика кількість країн світу досягли могутності та високого рівня розвитку свого суспільства.

Глобальний характер інновацій забезпечив у ХХ столітті світове економічне зростання, а розвиток цивілізацій у третьому тисячолітті відрізнятиметься станом і рівнем розвитку та використання інновацій. Не випадково криза, в якій знаходилася Україна майже на протязі десяти років, виявилася передусім у галузі науки. [1]. Однак, весь збережений інноваційний потенціал треба використовувати в повну силу і збагачувати його, розвиваючи інноваційне підприємництво, яке підвищує конкурентоспроможність вітчизняної економіки.

Інноваційне підприємництво знаходиться в скрутних умовах конкурентної боротьби із іноземними фірмами, які володіючи передовими

технологіями наповнили вітчизняні ринки дешевими але мало якісними товарами, тому необхідно короткий час втілити систему інноваційного виробництва на всіх рівнях українських підприємств. Це дозволить ефективно використовувати інвестиції в напрямку розробки та впровадження новітніх технологій, втілювати новації в усі сфери господарювання та робити нововведення, що призведуть до зростання конкурентних переваг підприємств на вітчизняному ринку товарів та послуг.

Проблемами інноваційного підприємництва розглядалися багатьма українськими науковцями та практиками, але не вирішеними залишаються питання формування конкурентного середовища в інноваційному підприємстві, не вказано шляхи підвищення конкурентоспроможності українських інноваційних компаній на основі венчурного капіталу. Тому головною метою дослідження є пошук шляхів вирішення поставлених проблем з подальшим використанням в практиці інноваційного підприємництва.

Інноваційне підприємництво набуває конкурентних переваг за рахунок нововведень, які набувають вигляду новітнього наукомісткого товару або нововведення у виробничий процес, що в кінцевому випадку приводить до появи товарів із новими споживчими якостями. Відповідно до класифікації Майкла Портера [2], сутність конкуренції визначається взаємодією п'яти чинників: 1) загрозою появи нових конкурентів на ринку; 2) суперництво поміж наявними конкурентами; 3) здатність постачальників торгуватися зі споживачами; 4) здатність покупців торгуватися між собою; 5) загроза появи нових товарів та товарів-замінників. Взаємодія всіх вказаних сил визначає економічну ефективність як окремої галузі в цілому, так і кожного конкретного підприємства, так як вона впливає на ціни, що диктують виробники, на витрати, що здійснюють споживачі, на розміри інвестицій, що необхідні для підтримки конкуренції та її мотивації.

Основу мотиваційного підходу до конкуренції складає ідея протиборства несумісних намірів та цілей організаційних підприємницьких форм ринкового середовища. Їх поведінка визначається різновидом ситуацій та логікою

вибору форм боротьби або співіснування із конкурентами.

Виділяють ряд мотивів конкурентної поведінки підприємства:

1. максимізація виграшу підприємства, з яким співпрацюють, або альтруїзм;
2. максимізація загального виграшу декількох підприємств, або кооперація;
3. максимізація як власного, так і чужого виграшу або рівноправність чи співпраця;
4. максимізація власного виграшу, або індивідуалізм;
5. максимізація відносного виграшу, або суперництво;
6. мінімізація відносного виграшу іншого, або агресія.

В залежності від конкретної ситуації змінюється мотив поведінки суб'єкта господарської діяльності. Так, від повного альтруїзму до ярко вираженої агресії відносно конкурентів розрізняється функціонування підприємства при розробці та запровадженню нововведення [3].

Посилення кооперації та конкуренції в інноваційній сфері стають особливо зваженими в сучасних умовах, а тому віддавати пріоритет тій чи іншій формі поведінки треба розбірливо та обмислено.

Виділяють шість ситуацій, в кожній із яких фірма-новатор, що розробляє новітній, наукомісткий продукт, приймає ту, чи іншу стратегію поведінки відносно суперника. При цьому, вона може керуватися одним, чи декількома мотивами. В ситуації, що обумовлена конкурсом, на розробку технічної новинки, особливо на умовах державної підтримки та гарантій реалізації на ринку високотехнологічних товарів, виникає конфліктна ситуація. Вона приводить до взаємодії двох мотивів поведінки: з одного боку – суперництва, а з іншого – до жорсткої агресії.

Список літератури:

1. Портер М. Международная конкуренция. –М.: Международные отношения, —1993. —365с.