

Познякова О.О.

к.е.н., старший викладач кафедри «Економіка підприємства»

Донбаської державної машинобудівної академії, м. Краматорськ, Україна

СИСТЕМА ПОНЯТЬ, ЯКА ФОРМУЄ ТЕОРЕТИЧНУ ОСНОВУ ДОСЛІДЖЕНЬ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Прискорення темпів економічних змін та ускладнення характеру відносин між суб'єктами сфери гостинності актуалізують подальший розвиток теорії та методології розвитку конкурентоспроможності держави у цій сфері. Ситуація з формуванням основ теорії конкуренції у роздрібній сфері гостинності є більш складною, оскільки наявні моделі та методи не враховують динаміку змін конкурентних позицій торгових підприємств, а тому потребують глибокого теоретичного дослідження конкурентоспроможності операторів гостинності на основі поглиблення динамічного підходу в теорії конкуренції. Як показує практика, багато підприємств гостинності не готові до активної конкуренції, формування та підтримка довгострокової конкурентоспроможності є найважливішим фактором розвитку та стабілізації країни. Орієнтація підприємств гостинності на досягнення поточних фінансових та комерційних результатів без виділення просторово-часових координат зростання конкурентоспроможності актуалізує необхідність демонтажу стратегічної парадигми на основі динамічної оцінки конкурентних позицій.

Вивчення конкурентних процесів дозволяє дати наукову оцінку феномену з урахуванням змін в системно-методологічних основах конкурентоспроможності суб'єктів сфери гостинності. Проблеми, що виникають при здійсненні цієї діяльності, свідчать про невідповідність впливу на розвиток конкуренції.

Відсутність теоретично перевірених підходів до обґрунтування методів оцінки конкуренції впливає з неясного розуміння сутності конкурентних процесів і призводить до помилок у виборі методів аналізу та методів

регулювання цього явища. Складність ситуації полягає в тому, що значення, яке надається конкуренції, існує на основі загальноновизнаного розуміння її природи та змісту. Навіть у сфері економічного аналізу, де конкуренція завжди була в центрі уваги вчених, не створено жодної концепції, яка могла б послужити основою для подальшого розвитку методології та практики конкурентоспроможності.

Конкуренція як рушійна сила розвитку товаровиробничого суспільства і основний інструмент ефективного розподілу ресурсів за секторами економіки є основною формою поведінки конкурентів на ринку. У порівнянні з промислово розвиненими країнами рівень конкуренції в національній економіці все ще недостатній для його позитивного впливу на процеси його довгострокового розвитку.

У рамках цього дослідження необхідно з'ясувати можливість та доцільність розгляду конкурентного процесу на динамічній основі. Слід також зазначити, що метою цього огляду є перегляд традиційних методів та форм діагностики конкуренції між секторами. Такий огляд повинен проводитись виключно в рамках існуючої законодавчої бази щодо формування державної конкурентоспроможної політики та антимонопольного регулювання.

Стаття 42 Конституції України встановлює принцип державного захисту добросовісної конкуренції у підприємницькій діяльності [4].

Особлива увага Основного закону нашої держави в економічній конкуренції випливає з його ключового місця як у системі ринкової економіки, так і в системі демократичного суспільства. Адже саме конкуренція підприємців з метою отримання, завдяки власним досягненням, переваг перед іншими забезпечує:

- в економічній сфері: найбільш ефективний розподіл обмежених спільних ресурсів; найбільш ефективне використання кожним виробником частки доступних йому державних ресурсів, створення і впровадження нових товарів, послуг, технологій, сприяння науково-технічному прогресу;

- у соціально-політичній сфері: підвищення глобального добробуту як основи для створення добробуту та особистої свободи кожного члена суспільства; свобода вибору кожним членом суспільства своїх економічних та міжособистісних стосунків; запобігання концентрації ринку і, як наслідок, соціальної сили в окремих людей або групах осіб.

На відміну від більшості країн з розвиненою ринковою економікою, для яких конкуренція була природним станом економічних відносин протягом принаймні останніх століть, Україні довелося пройти через систему планування та адміністрування, яка фактично усуває повноцінну конкуренцію в легальній економіці до країна з міжнародно визнаною ринковою економікою. Це передбачало в минулому і сьогодні передбачає активну роль держави не тільки в захисті, але і в створенні та розвитку конкуренції.

Однак планування та реалізація державою заходів щодо створення оптимального конкурентного середовища для суб'єктів господарювання, забезпечення їх взаємодії на дискримінаційній основі та сприяння зростанню на основі дії конкурентних механізмів ефективної соціально орієнтованої економіки вимагає об'єктивної та розумної оцінки стану та рівня розвитку економічної конкуренції в Україні [3].

Істотно підвищити ступінь обґрунтованості процесу конкурентного економічного розвитку можна тільки на основі виділення динамічного підходу в якості основи, для затвердження і розгляду змін до програм і концепцій соціально-економічного розвитку галузей і регіонів. Крім того, легко побачити зв'язок між процесами економічної динаміки і роллю стратегії підвищення конкурентоспроможності. Складність вивчення комунікації виявляється у наявності багаторівневого характеру потоку конкурентоспроможності на рівні взаємодії між підприємствами (мікрорівнева система), галузями (система мезомасштабу) та державною політикою у сфері конкурентоспроможності регулювання (система макрорівень). Для часткового вирішення виявленої наукової проблеми доцільно використовувати математичний апарат системної динаміки та моделювання міжгалузевої взаємодії.

Прагнення підвищити конкурентоспроможність змушує бізнес шукати власні конкурентні переваги. Однак аналіз практичного досвіду правління українських компаній (як в сфері виробництва, так і в сфері торгівлі) дозволяє стверджувати, що в багатьох випадках цей пошук заснований на власній, часто інтуїтивній, ідеї компанії. Що дозволить їм бізнесу отримати галузеву конкурентоспроможність. У той же час майже в будь-якому випадку - успішному чи невдалому виборі - через дефіцит часу чи фінансових ресурсів неможливо провести грамотний аналіз очікуваного результату, передбачити майбутній розвиток кон'юнктури ринку та своєчасно виправити обране рішення.

Основна проблема полягає в тому, що в останні роки всі питання, пов'язані з формуванням конкурентоспроможності, повинні були вирішуватися дуже швидко - для поліпшення застарілих технологій і в той же час для забезпечення високих темпів економічного розвитку. Сьогоднішня криза дозволяє оцінити правильність вибору, оскільки вже ясно, що виживуть ті компанії, яким вдалося отримати державний запас міцності за рахунок використання правильно обраних і накопичених стратегій конкурентоспроможності.

Теоретичні основи змісту, форм і методів боротьби було закладено в роботах А. Сміта, Д. Рікардо, А. Маршала, К. Маркса, Й. Шумпетера, Р. Кантільйона, Ж. Тюрго, Й. Тюнена, Ж.Б. Сея. Зарубіжна практика і світовий досвід стратегічного управління компаніями представлені в працях І. Ансоффа [19], М. Портера, Ф. Котлера, П. Дойля, Б. Карлофа, І.М. Кірцнера, Дж.Ф. Мура, К.К. Прахалада, М. Тресі, Б.Дж. Нейлбаффа, Г. Хемела.

Дослідження різних учених наукових шкіл (Ю.Б. Іванов), А.Е. Воронкова, Л.І. Решетнікова, В.М. Горбатов, Л.І. Піддубна в основному присвячено прикладній проблематиці використання теорії конкурентоспроможності в оцінці ефективності функціонування економічних систем різного рівня.

Класична школа А. Сміта, Д. Рікардо розглядає цінову конкуренцію, тобто конкуренцію з точки зору ціноутворення: скорочення пропозиції спричиняє зростання цін, і це пояснюється ефектом конкуренції. Подальший розвиток

концепції конкуренції відображено у роботах К. Маркса: завдяки конкуренції ми можемо побачити дію економічних законів [6]. Математична школа визначає конкуренцію на основі максимізації прибутку: ефект конкуренції проявляється в співвідношенні ціни і граничних витрат - при великій кількості продавців ця різниця дорівнює нулю.

Представник маржинальної школи А. Маршалл зазначає, що існує взаємозалежність між конкуренцією та оптимальною економічною організацією. А. Курно, Е. Чемберлін встановили, що залежно від кількості учасників існують різні варіанти поведінки учасників ринку і, відповідно, визначені ринки: досконала конкуренція, монополістична конкуренція, олігополія та монополія. М. Портер зробив вагомий внесок у сучасну концепцію конкуренції як частину його теорії конкурентних переваг [7].

Фундаментальні позиції з проблеми динаміки щодо конкуренції дає Н. Д. Кондратьєв, який довів, що розвиток економічних систем необхідно розглядати в динаміці. Й. Шумпетер розглядає конкуренцію з точки зору внутрішнього потенціалу розвитку як результат нових комбінацій, тобто інновацій, тому що основою розвитку є науково-технічний прогрес, який змушує економічну систему адаптуватися до нових технологій [10]. Різноманітність підходів до розкриття окремих сторін для подальших досліджень показує, що проблеми динаміки конкурентних відносин в умовах посилення інноваційних процесів та формування інформаційного суспільства залишаються недостатньо вивченими.

Вивчення динаміки конкурентних відносин в умовах адаптації господарюючих суб'єктів до процесів інноваційного розвитку та формування економіки знань формує принципово новий авторський підхід до проблем забезпечення конкурентоспроможності національної економіки в цілому.

У поведінковій інтерпретації М. Портера конкуренція - це сила, яка включає: загрозу нових конкурентів, загрозу заміни товарів і послуг, суперництво клієнтів та боротьбу між існуючими конкурентами. Ці п'ять сил визначають ціни, які фірми можуть стягувати; рівень витрат, які потрібно

понести; масштаб інвестицій, необхідний для перемоги, щоб перемогти над конкурентами [8].

Поряд з поведінкової інтерпретацією в двадцятому столітті, структурна інтерпретація набула широкого поширення. Його походження сходить до робіт Ф. Еджуорта, А. Курно, Дж. Робінсона і Е. Чемберліна, які заклали основи сучасної західної теорії чотирьох типів ринків: досконала конкуренція, монополістична конкуренція, олігополія і монополія. При структурному підході акцент зміщується з боротьби компаній одна з одною на аналіз структури ринку, умов, які на ньому переважають. Таким чином, Ф. Найт визначає конкуренцію як ситуацію, в якій вона переважає. Так, Ф. Найт визначає конкуренцію як ситуацію, в якій конкуруючих одиниць багато і вони незалежні. К.Р. Макконел і С.Л. Брю говорять, що «конкуренція – це наявність на ринку великого числа незалежних покупців і продавців, здатних вільно виходити на ринок і покидати його» [5].

Функціональний підхід описує роль, яку відіграє конкуренція в економіці. Й. Шумпетер, зокрема, в рамках своєї теорії економічного розвитку конкуренцію визначив як «...суперництво старого з новим. Нововведення скептично сприймаються ринком, але якщо новаторові вдається їх здійснити, саме механізм конкуренції витісняє з ринку підприємства, що використовують застарілі технології» [10]. Ф.Хайек виникнення конкуренції пов'язує з наявністю невизначеності ринку і середовища господарювання: «Звернення до конкуренції може бути раціонально виправданим, якщо ми заздалегідь не знаємо фактів, що визначають дії конкурентів... Конкуренція представляє цінність тому і лише тому, що її результати непередбачувані і відмінні від тих, до яких кожен свідомо прагне або міг би прагнути. І хоча в цілому наслідки конкуренції благотворні, вони неминуче припускають розчарування чий-небудь конкретних очікувань і намірів» [9].

Сучасні дослідження в області конкуренції фокусуються на особливостях ринку - боротьбі продавців за ринки і боротьбі покупців за найдешевший і якісний товар, тобто домінуючий маркетинговий підхід до визначення

конкуренції. Так, економічний словник визначає конкуренцію як «змагання між виробниками за найбільш вигідні сфери формування капіталу, ринку збуту, джерела сировини». Конкуренція є досить дієвим механізмом стихійного регулювання пропорцій суспільного виробництва. Ю.І. Коробов, О.В. Михайлов, А.Ю. Юданов вивчають конкуренцію як боротьбу за обмежений об'єм платоспроможного попиту споживачів, який ведуть фірми у доступних ринкових сегментах. А. Воронов критикує такий підхід, говорячи про вузькість та поверховість таких досліджень. Він пропонує вивчити конкуренцію за її механізмом, який включає конкурентні переваги, об'єкти та предмети конкуренції, методи змагання [1].

Існуюче розмаїття підходів до визначення конкуренції є, перш за все, результатом складного шляху його теорії в залежності від ступеня розвитку суспільства, його інтернаціоналізації, здатності його економічних суб'єктів забезпечувати національний прогрес на конкурентній, конкурентних засадах, в тому числі максимальна мобілізація здібностей. Кожен з цих підходів розроблявся в певний час, на певній стадії розвитку суспільства і народного господарства. Звідси і їх описовий характер - кожен з дослідників намагався пояснити, що відбувається в країні економічними методами.

У ринковій економіці під конкуренцією розуміють економічний процес взаємодії, взаємозв'язку та боротьбу власників товарів і послуг за найбільш сприятливі умови для виробництва та продажу. Таким чином, будь-яка конкуренція - це взаємодія споживачів або виробників у бажанні володіти однаковими ресурсами, товарами, що виникає в процесі їх взаємодії на ринку.

Найбільш прогресивні інновації є реальним втіленням в створенні наукомістких і конкурентоспроможних продуктів, що є одним з важливих результатів інновацій. Діапазон поширення нововведень розкривається при контакті з людиною, його проблемами. Таким чином, практика виступає в якості ідентифікатора цінностей як прямо, так і опосередковано в системі суспільних відносин. Глибокі зміни в економіці неминуче вплинули на стан

промисловості, посиливши проблеми, пов'язані з конкурентоспроможністю продукції не тільки на зовнішньому, але і на внутрішньому ринку.

Конкуренція як суперництво між виробниками - це природний стан ринкових відносин. Конкуренція змушує нас покращувати якість продукції, розширювати асортимент продукції та зменшувати виробничі витрати. Він є головним фактором сприйнятливості промислових організацій до інновацій, оскільки сприяє перетворенню ринкових та галузевих відносин у систему економічного примусу до високоефективної робочої сили. У той же час конкуренція в галузі інновацій - це свого роду конкуренція за інноваційні рішення наукових, технічних, соціально-економічних та інших не менш важливих проблем.

Формування конкурентного середовища в ринковій економіці тісно пов'язане з подальшим розвитком договірних відносин між суб'єктами інновацій. На основі контрактів більшість прикладних досліджень, і особливо ДКР, почали набувати товарну форму, безпосередньо зачіпаючи ціннісний аспект інновацій. У цьому випадку конкуренція виникає в результаті конкурентних досліджень та розробок, коли оцінюються такі компоненти інноваційної діяльності, як, наприклад, надзвичайні винаходи чи корисні моделі. Згодом вплив конкурентоспроможного вирішення існуючих проблем отримує об'єктивну оцінку під час комерціалізації нових товарів, що освоюються у виробництві, та їх продажу як товару.

Стратегія в цілому спрямована на розвиток і використання потенціалу організації і розглядається як реакція на зміни зовнішнього середовища. Тому різноманітність інноваційних стратегій визначається складом компонентів внутрішнього середовища підприємства. Інноваційними стратегіями можуть бути: інноваційна діяльність організації, спрямована на отримання нових продуктів, технологій і послуг, застосування нових методів НДДКР, виробництва, маркетингу та управління; перехід до нових організаційних структур; застосування нових видів ресурсів і нових підходів до використання традиційних ресурсів. Серед найбільш активно досліджуваних маркетингових

технологій інноваційного напрямку сьогодні можна виділити управління брендами, поєднуючи ціннісні характеристики не тільки товару, але й уявлення про нього у свідомості споживачів.

Різноманітність конкурентних стратегій та організаційних форм суб'єктів господарювання створює безліч стратегічних позицій і величезний простір для вибору конкурентних стратегій інноваційного характеру. Щоб орієнтуватися в цьому просторі рішень і успішно вписуватися в нову ринкову структуру, вам необхідно адекватно розмістити в ній своє місце. Необхідно чітко розуміти, наскільки внутрішні науково-виробничі, технологічні, людські та організаційні ресурси відповідають потребам ринку, цінностям та що необхідно для досягнення такої відповідності в майбутньому та при мінімальних витратах. Тому першим завданням аналітики є визначення організації та типу її стратегічної конкурентної поведінки з метою використання багатого арсеналу методичних розробок та практичного досвіду в процесі прийняття рішень.

У вирішенні цієї проблеми значну роль відіграють теоретичні розробки економістів, які сформуvalи науково-методичну базу для проектування конкурентоспроможних промислових структур. Це засновано на так званому біологічному підході до класифікації конкурентної поведінки, який використовується експертами для класифікації компаній і відповідних конкурентних стратегій.

Відповідно до цього підходу, стратегічну поведінку підприємства можна розділити на чотири типи (рис. 1): віолентна, характерні для великих компаній, які займаються масовим виробництвом, виходять на масовий ринок із власною чи придбаною новою продукцією, випереджають конкурентів завдяки серійному виробництву та економії масштабу; патієнтна, що полягає у адаптації підприємства до вузьких сегментів широкого ринку шляхом спеціалізованого випуску нової або модернізованої продукції з унікальними характеристиками; , експлерентна, що означає вихід на ринок з новим продуктом із захопленням частки ринку; комутантна, яке полягає в адаптації до умов місцевого ринку, заповненні ніш, по тим чи іншим причинам не зайнятим «віолентами» і

«патієнтами», розробці нових послуг після появи нових продуктів і нових технологій, імітації новинки та їх просування масовим споживачам.

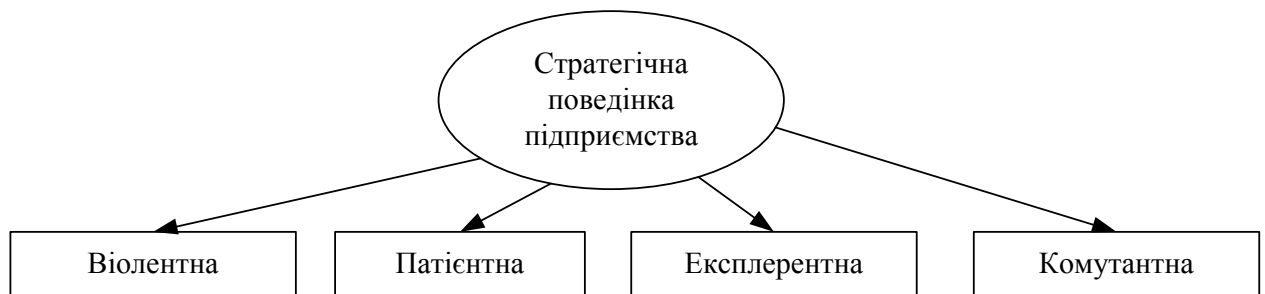


Рис.1 Види поведінки стратегічного підходу підприємств.

Порядок ідентифікації організації, віднесення її до того чи іншого виду стратегічної конкурентної інноваційної поведінки такий: надається загальна галузева економічна характеристика підприємства, його продукції, ринкових сегментів; відповідно до встановлених характеристик ця організація описується за допомогою матриці морфологічної ідентифікації відповідно до типу стратегічної конкурентної інноваційної поведінки; проводиться аналіз морфологічного опису та встановлюється відповідність одному чи декільком типам стратегічної конкурентної інноваційної поведінки.

Вибір і реалізація інноваційної стратегії залежить від стану інноваційного потенціалу, а його розробка може здійснюватися за рахунок компонентів і елементів внутрішнього середовища організації. Оцінка інноваційного потенціалу заснована на схемі: ресурс - функція - проект, де під проектом мається на увазі можливість виробництва певних продуктів. При оцінці внутрішнього середовища використовуються детальні і діагностичні підходи, зовнішнє середовище організації характеризує інноваційний клімат, вплив якого на інноваційний потенціал визначається за результатами PEST-аналізу.

Стратегія інноваційної позиції організації визначається загальним аналізом внутрішнього та зовнішнього конкурентного середовища, тобто інноваційного потенціалу та інноваційного клімату. Додатковим критерієм оцінки інноваційного потенціалу є інноваційна сила, яка виявляється в конкретній

ситуації з урахуванням конкурентної поведінки організації, конкретних потреб споживачів, факторів ризику [2].

Зміни параметрів і умов процесів адаптації та розвитку господарюючих суб'єктів в сучасних умовах супроводжуються змінами у функціонуванні ринкових механізмів, в тому числі конкуренції. Багато дослідників постіндустріального суспільства відзначають зростаючу роль інформації в конкурентних відносинах. Створення гнучких адаптивних систем в управлінні і виробництві значно знижує витрати на прийняття рішень, вибір конкурентної стратегії.

Актуальність досліджень у цьому напрямку обумовлена тим, що в період активізації інноваційних процесів, формування інформаційного суспільства, розвитку економіки знань, у той же час змінюється характер динаміки конкурентних відносин. Ці проблеми до кінця не вивчені. Їх дослідження важливі в теоретичному та практичному аспектах, оскільки це змінить реалії конкурентних відносин.

Вивчення вітчизняної і зарубіжної монографічної і періодичної літератури дозволяє припустити, що існують концептуальні підходи до проблем конкурентних відносин інформаційного суспільства та динамічних процесів, але існують теоретичні прогалини, які відкривають простір для самостійних наукових досліджень.

Таким чином, можна сказати, що проблема підвищення конкурентоспроможності підприємства в умовах подальшого розвитку галузей та ринків пов'язана, насамперед, із застосуванням методів зовнішнього та внутрішнього середовища. Як правило, сучасне комерційне виробництво є дуже складним об'єктом для діагностики та систематичного вивчення напрямків розвитку. Його особливості полягають у складному характері необхідності врахування економічних, організаційних, політичних факторів, труднощів як технічних, так і організаційних аспектів діяльності, а також тісного зв'язку із зовнішнім середовищем.

Список використаних джерел(в алфавитном порядке)

1. Воронов А.А. Конкуренция в XXI веке. *Маркетинг*, 2001. №5 (60). С.112-118.
2. Загорна Т.О. Вплив конкурентної поведінки на інноваційний потенціал підприємства. *Управління інноваційним процесом в Україні: проблеми, перспективи, ризики*. Матер. міжнар. наук.-практич. конф. Львів. НУ «Львівська політехніка», 2006. С.288-289.
3. Конкуренція в Україні Аналітична доповідь щодо стану, тенденцій і проблем розвитку економічної конкуренції в Україні. Офіційний сайт АМК України. URL: www.amc.gov.ua. (дата звернення 07.05.2020)
4. Конституція України: закон України від 28.06.1996 р. №254 к/96-ВР. Відомості Верховної Ради України. 1996. №30. ст.42.
5. Макконелл К.Р. Экономикс. М.: Республика, 1992. Т.ІІ. 356 с.
6. Маркс К. Критика политической экономики. Экономические рукописи 1857 – 1861 гг. М.: Политиздат, 1980. Т. I-II. 454 с.
7. Портер М. Конкуренция. М.: Вильямс, 2002. 406 с.
8. Портер М. Конкурентное преимущество: как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость. М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. 715с.
9. Хайек Ф. Конкуренция как процедура открытия. *Мировая экономика и международные отношения*, 1989. №12. С.43-49.
10. Шумпетер Й. Теория экономического развития. М.: Прогрес, 1982. 561с.