

УДК 330.1(477)

Ходжаян А.О

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ЯК СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНЕ ПОНЯТТЯ І КАТЕГОРІЯ

У статті проаналізовано й узагальнено наявні у сучасній інституціональній теорії визначення категорії інститут. На основі застосування плюралістичного підходу до аналізу економічних концепцій здійснена спроба сформулювати уніфіковане поняття даного поняття.

In the articles analysed and obobschenny present in the modern institucional'noy theory of determination categories institute. On the basis of application of the pluralism going near the analysis of economic conceptions an attempt to form the compatible concept of this concept is carried out.

Поглиблення процесу глобалізації та загострення конкурентної боротьби в останні десятиріччя спровокувало підвищення уваги до конкурентоспроможності національної економіки і визначення необхідних умов для її забезпечення. Інтеграція країн в світовий економічний простір відповідає загальноцивілізаційним засадам економічного розвитку і є домінуючою тенденцією сучасного етапу функціонування світового господарства. Інтегровані у світову економіку країни отримують додатковий імпульс економічного зростання в результаті залучення в господарський оборот зовнішніх ресурсів і водночас, поглиблення інтернаціоналізації, прискорене відкриття національних економік здійснює неоднозначний вплив на розвиток країн світу, що функціонують в умовах жорсткої ринкової конкуренції. Ефект від зовнішніх зв'язків можливо отримувати лише за умови високого рівня конкурентоспроможності національної економіки.

Теоретичним та прикладним питанням конкурентоспроможності економіки, її регуляторним засадам приділялася і приділяється значна увага зарубіжних та вітчизняних науковців. Серед наукових праць, в яких досліджуються основи конкуренції, зміни конкурентного середовища, теорії конкурентних переваг, проблеми забезпечення конкурентоспроможності на рівні підприємства, галузі, національної економіки, необхідно виділити дослідження таких зарубіжних вчених, як І. Ансофф, Е. Вогель, (еклектична ОЛП-парадигма, вдосконалення ромба конкурентних переваг), М. Енрайт (концепція регіональних кластерів, Дж. Майер (регулювання конкуренції в глобальній економіці), Р. Нельсон, М. Енрайт, Ф. Перу (теорія «полюсів» зростання), М. Портер (концепція ромба конкурентних переваг та промислових кластерів), Прахалад К., Хамел Г. (теорія глобального випередження на основі інтелектуального лідерства), Д. Репкін, П. Ромер (теорія «нового росту») та інших.

Проблеми конкурентоспроможності національної економіки в центрі економічних інтересів українських та російських вчених економістів. Серед них: Алімов А., Антонюк Л., Базилюк Я., Белінська Я., Білорус О., Гальчинський А., Геєць В., Динкін А., Жаліло Я., Кваснюк Б., Крючкова І., Піддубна Л., Поручник А., Семиноженко В., Спірідонов І., Фатхутдінов Р., Філіпенко А., Шлюсарчик Б., Шнирко О., Шнирков О., Юданов А. та інші.

Разом з тим, незважаючи на наявність наукового доробку, проблеми підвищення рівня національної конкурентоспроможності не можна вважати повністю вирішеними. Серед причин помилок і невдач – відсутність системного методологічного обґрунтування даної проблематики. Суттєві структурні зрушення у світовому розподілі сил, загострення конкурентної боротьби за фактори виробництва і розподіл світових ринків спонукають до зміни засад конкурування в світі, перенесення акценту в проблемі підвищення

конкурентоспроможності на національний рівень. Проблема конкурентоспроможності набуває практичного, операційного забарвлення, а сутнісна сторона – аналіз теоретичних основ конкурентоспроможності – залишається за рамками економічних досліджень. Це потребує подальшого дослідження теоретико-методологічних засад конкурентоспроможності: уточнення і розширення предмету теорії конкурентоспроможності, формулювання змісту її фундаментальних категорій.

Метою даної статті є визначення теоретико-методологічних підходів до формування системного бачення поняття конкурентоспроможності, її відображення як фактора ефективного функціонування економічної системи і результату її позиціонування у глобальному економічному просторі.

У самому загальному розумінні конкурентоспроможність визначається як володіння властивостями, що створюють переваги для суб'єкта економічного змагання; як здатність конкурувати на ринках товарів та послуг; як спроможність досягати успіху у економічному суперництві. Диференційований підхід до розуміння сутності конкурентоспроможності відображено в її трактуваннях різними авторами. Узагальнення змістовних характеристик конкурентоспроможності в сучасних дослідженнях дозволяє виокремити декілька фундаментальних рис, що допомагають зрозуміти сутність даного феномену.

По-перше, конкурентоспроможність трактується як іманентна властивість суб'єкта конкуренції, як абсолютний показник його ефективного функціонування [1,2]. Прихильники даної концепції конкурентоспроможності пов'язують її з ефективністю функціонування суб'єкта, здатність до розвитку якого забезпечується наявними конкурентними перевагами (ключовими компетенціями).

Згідно іншого підходу конкурентоспроможність розглядається як відносний показник, що виявляється в процесі співставлення однорівневих суб'єктів (об'єктів), що конкурують і узагальнено представляє позицію суб'єкта (об'єкта) на ринку в рамках існуючої стратифікації [3,4]. Конкурентоспроможність не є іманентним явищем, притаманним будь-якому предмету, що витікає з його внутрішньої природи, її може бути виявлено та оцінено тільки в рамках їх певної групи (фірм, галузей, країн). Це відносна оцінка спроможності країни виживати і розвиватись у «агресивному середовищі». Це здатність підприємства витримувати конкуренцію в порівнянні з аналогічними об'єктами інших виробників конкретного ринку. Це властивість товару, послуги, суб'єкта ринкових відносин виступати на ринку нарівні з іншими товарами, послугами чи конкуруючими суб'єктами ринкових відносин.

Наступне трактування є результатом узагальнення підходів до суті конкурентоспроможності як іманентної властивості об'єкта, його здатності до розвитку (потенційна або чинникова конкурентоспроможність) та конкурентоспроможності як результату позиціонування об'єкта в конкурентному середовищі, його співставлення з аналогічними об'єктами того ж рівня (реальна конкурентоспроможність або конкурентоспроможність результатів):

– визначається на підставі двох сторін однієї моделі: як спроможність економічного суб'єкта, що виникає з його потенційних можливостей (конкурентність чинникового типу); як певна стала позиція, що визначається реальним станом речей (конкурентність результатів) [5];

– властивість об'єкта, яка характеризує міру реального і потенційного задоволення конкретної потреби в порівнянні з аналогічними об'єктами, що представлені на ринку [6];

– реальна і потенційна можливість фірм за існуючих умов пропонувати товари, які за ціновими параметрами привабливіші для споживачів, ніж товари їх конкурентів [7].

В наступних трактуваннях конкурентоспроможність розглядається з позицій можливості утримання конкурентних переваг впродовж певного періоду часу, а іманентною властивістю конкурентоспроможного суб'єкта є його здатність до змін. Це тимчасовий іманентний привілейований стан об'єкта: компанії, галузі, країни, що забезпечується здатністю до кращого використання ключових компетенцій в порівнянні з конкурентами і вмінням підтримувати цей стан впродовж певного часу [8]; механізм розвитку [9]; здатність країни підтримувати високі показники зростання та зайнятості протягом тривалого проміжку часу [10]; властивість виробничо-економічних систем змінювати траєкторію руху або режим функціонування в процесі адаптації до зовнішнього середовища з метою збереження, розвитку існуючих та формування нових конкурентних переваг [11].

Специфіка наступного підходу полягає у перенесенні акцентів в дослідженні конкурентоспроможності із сутнісної сфери в практичну сферу об'єктного аналізу. Прихильники даного підходу вважають, що універсального визначення конкурентоспроможності не існує. Натомість існують різні інтерпретації конкурентоспроможності в залежності від того, до якого об'єкту застосовується даний термін. Виокремлюють конкурентоспроможність товару, підприємства, галузі, регіону, країни. Найпростішим для розуміння є термін «конкурентоспроможність підприємства», який визначається як спроможність продавати свої товари та утримувати за собою частки ринків, достатні для розширення і вдосконалення виробництва продукції. Узагальнена оцінка конкурентоспроможності підприємства представлена як результат потенційної конкурентоспроможності (техніко-економічних параметрів підприємства, його фінансових можливостей, стратегія виробництва і збуту), конкурентоспроможності результату (конкурентоспроможність товару), а також зовнішніх чинників, незалежних від виробника. Конкурентоспроможність підприємства є високодинамічною характеристикою: залежить не лише від стану даного підприємства, а й від відповідних параметрів інших підприємств–конкурентів; пов'язана зі змінами у зовнішньому та внутрішньому середовищі функціонування підприємства; формується в рамках існуючої розстановки сил на ринку і змінюється в результаті появи нового підприємства на ринку. Не можна говорити про абсолютну конкурентоспроможність підприємства: воно може бути конкурентоспроможним в своїй галузі на внутрішньому ринку й бути неконкурентоспроможним на міжнародних ринках.

Матеріальною субстанцією конкурентоспроможності є товар як найбільш чутливий індикатор економічної сили виробника (чи то окремого підприємства, чи країни в цілому). Конкурентоспроможність товару – це його здатність бути купленим на ринку як наслідок надання переваги його якісним і ціновим характеристикам, що забезпечують задоволення конкретної потреби споживача в умовах широкої пропозиції інших конкуруючих товарів–аналогів. Конкурентоспроможність товару – це інтегрований показник, що містить у собі результат багатьох складових: ефективності процесу виробництва, збуту, зовнішньоекономічної стратегії. Використовується два підходи до оцінки конкурентоспроможності товару: з позицій споживача і з позицій виробника [12]. С позицій споживача конкурентоспроможність продукції – це сукупність властивостей, які представляють інтерес для споживача і забезпечують задоволення його потреб. Конкурентоспроможність товару з точки зору споживача передбачає визначення ефективності споживання як корисного ефекту на одиницю повних затрат на купівлю та використання товару. Таким чином, конкурентоспроможність товару з точки зору споживача набуває вигляду:

$$\epsilon^{сп} = \frac{K}{\sum Ц}, \quad (1)$$

де $\epsilon^{сп}$ – ефективність споживання; K – корисний ефект; $\sum Ц$ – повні затрати на купівлю і використання товару.

Конкурентоспроможність для виробника розглядається як відносна прибутковість проекту, що характеризує фінансові можливості виробника у здійсненні конкурентної боротьби. Конкурентоспроможність товару обумовлюється його перевагами над товарами-конкурентами за сукупністю параметрів: ціна, витрати на виробництво, прибутковість, споживчі властивості, технічні характеристики (потужність, довговічність, експлуатаційні витрати) тощо. Таким чином, конкурентоспроможність товару визначається як наслідок співпадання інтересів виробника щодо отримання прибутку і виявляється в забезпеченні встановленого рівня рентабельності, та інтересів споживача щодо отримання максимального, з поміж можливих варіантів, корисного ефекту на одиницю витрат.

Наступним рівнем аналізу є регіон, який представляє собою територіальну зосередженість підприємств і розглядається як однорідна сукупність. Проблематика конкуренції на регіональному рівні є відносно новою сферою дослідження недостатньо вивченою. Предметом дослідження регіональної конкурентоспроможності є просторова організація економіки, яка передбачає вивчення питань територіального поділу праці, розміщення продуктивних сил, політики зайнятості, демографічної політики, місцем регіону у міжнародному поділі праці. Конкурентоспроможність регіону – це обумовлене економічними, соціальними, політичними та іншими факторами становище регіону та його окремих товаровиробників на внутрішньому та зовнішньому ринках, що відображається через показники (індикатори), що адекватно характеризують його становище та динаміку розвитку. Конкурентоспроможним вважається регіон, суб'єкти якого здатні проводити активну інноваційну діяльність і тим самим впливати на зростання економіки території та підвищувати конкурентоспроможність країни цілому.

Посилення глобалізаційних процесів і пов'язана з цим відкритість економіки спровокували перенесення акцентів в питаннях конкурентоспроможності з мікро– на макрорівень. Це поняття є відносно новим, а тому до кінця не сформульованим. Вперше конкурентоспроможність країни як основа економічної політики була проголошена США в 1985 році. Комісією з питань конкурентоспроможності при Президентіві США конкурентоспроможність країни визначена як здатність країни в рамках вільних і справедливих ринкових умов виробляти товари і послуги, що відповідають вимогам міжнародного ринку.

Згодом Радою з політики конкурентоспроможності США, що стала правонаступником комісії, було запропоновано новий вдосконалений варіант, що вочевидь відображає зміни у розумінні сутності поняття конкурентоспроможності країни і новий підхід до даної проблематики в руслі більш загальної теорії економічного розвитку: «Конкурентоспроможність країни – це здатність виробляти товари та послуги, що задовольняють попиту на міжнародних ринках, і, водночас, забезпечувати високий рівень життя громадян країни, здатність його збереження в довгостроковій перспективі» [13]. Радою конкурентоспроможності України конкурентоспроможність країни розглядається як здатність країни створити внутрішні й зовнішні умови, які дають бізнесу змогу виробляти товари й послуги, що витримують випробування міжнародних ринків, а її

населенню – стабільно підвищувати доходи і якість життя. Тобто, конкурентоспроможність країни – це її здатність забезпечити стає економічне зростання.

Суб'єктно – об'єктний аналіз конкурентоспроможності зумовлює необхідність визначення ієрархії її формування: визначення, який рівень (мікро–, мезо–, макро–) є базовим, а який є похідним для досягнення конкурентоспроможності господарської системи. Більшість авторів підтримують так званий маркетинговий підхід, згідно якого основу піраміди конкурентоспроможності складає конкурентоспроможність товару. Прихильники маркетингового підходу вважають, що конкурентоспроможність товару формується на ринку: визначається смаками і вподобаннями споживачів, здатністю товару задовольняти цілий комплекс сформованих в уяві споживача вимог. На цьому рівні основна увага в забезпеченні конкурентоспроможності акцентована на завоюванні симпатій споживачів. Конкурентоспроможність характеризує здатність товару бути купленим серед перших на ринку. А покупцю конкурентоспроможність товару розкриває рівень його привабливості і ступінь його конкурентних переваг. Проблема полягає у суб'єктивній оцінці конкурентоспроможності товару. У кожного покупця є власний критерій оцінки задоволення своїх потреб. Відповідно, один і той самий товар, з позицій різних споживачів, може бути одночасно конкурентоспроможним і неконкурентоспроможним.

З точки зору прихильників управлінської трактовки конкурентоспроможність товару формується в процесі виробництва і визначається ефективністю функціонування бізнес-процесів, а, відтак, є концентрованим результируючим показником конкурентоспроможності підприємства [8]. Конкурентоспроможність підприємства, як більш складної організаційної системи, визначається параметрами, що формують конкурентоспроможність нижчої організаційної системи (товару) та додатковими параметрами, що визначають здатність підприємства до конкуренції: ефективність бізнес-процесів, що дозволяють краще використовувати ключові компетенції, в порівнянні з конкурентами, і таким чином формувати конкурентні переваги.

Конкурентоспроможність країни, регіону або галузі залежить від здатності підприємств випускати конкурентоспроможну продукцію. Проте випуск конкурентоспроможної продукції не єдиний аргумент на користь конкурентоспроможності країни. Конкурентоспроможною є країна, яка здатна виконувати низку функцій. Серед них: вирішення питань загальнонаціональної безпеки, політичної і економічної стабільності, підвищення добробуту громадян, забезпечення позицій її суб'єктів на міжнародних ринках. В умовах активізації глобалізаційних процесів акценти конкуренції переносяться на мегарівень.

При аналізі різноманітних підходів до розуміння сутності конкурентоспроможності найбільш характерними є наступні методологічні погіршеності. По-перше, ототожнення конкурентоспроможності об'єкта з окремими факторами конкурентоспроможності. Як наслідок показники, що характеризують окремі фактори чи результати, приймаються за показники конкурентоспроможності об'єкта. Так, якість товару, низька ціна та експлуатаційні витрати не є показниками конкурентоспроможності товару. Вони лише обумовлюють високий рівень конкурентоспроможності даного виробу, який має відповідні параметри. Висока продуктивність праці, кваліфікація персоналу не можуть слугувати показниками конкурентоспроможності підприємства, а є лише передумовами успішного функціонування даного підприємства в порівнянні з конкурентами. Аналогічно, обсяг реалізованої продукції, рівень рентабельності, частка підприємства на ринку та інші подібні показники характеризують результати конкурентної взаємодії суб'єктів ринку, а не їх здатність до конкуренції.

Помилкою методологічного характеру є ототожнення конкурентоспроможності з її результатами, наслідками позиціонування об'єкта в конкурентному просторі (збільшення і утримання частки ринку, розширення ринків збуту, підвищення рівня добробуту тощо). На думку бельгійського економіста Ф. Праде, конкурентоспроможність – це здатність країни постійно збільшувати свою долю на світовому ринку. Дане трактування видається нам методологічно невірним, оскільки мова йде про наслідки конкурентоспроможності, а не про її суть. Ряд науковців звертають увагу, що позиціонування на зовнішніх ринках є наслідком конкурентоспроможності, її зовнішнім проявом і не відображає внутрішніх умов підтримання конкурентоспроможності, серед яких відносні витрати на виробництво і реалізацію продукції та доходи від її експорту. Можна підтримувати свою частку на ринку ціною таких витрат, які в довгостроковому періоді розорять країну. Так, утримання лідируючих позицій на світових ринках за рахунок продажу дешевої сировини чи продукції з низьким рівнем технологічної переробки призводить до виснаження природних ресурсів, зниження життєвого рівня населення і є безперспективним. А значна доля експорту такої продукції в загальній структурі робить економіку вразливою до коливань світогосподарської кон'юнктури. Для системного осмислення сутності конкурентоспроможності і уникнення подібних методологічних помилок варто розширити предмет дослідження: не обмежуватись лише конкурентною стратегією, розглядати її в руслі більш загальної теорії економічного розвитку з використанням критеріїв якості життя, ефективності виробництва, здатності конструктивно вирішувати нагальні проблеми, в тому числі соціальні тощо.

Отже, як ми переконалися, в сучасних дослідженнях проблематики конкурентоспроможності превалює мікроекономічний підхід – на рівні підприємства чи окремого товару, а формування конкурентоспроможності пов'язується із стратегією і тактикою конкурентної боротьби. Проблема конкурентоспроможності набуває практичного, операційного забарвлення, а сутнісна сторона – аналіз теоретичних основ конкурентоспроможності – залишається за рамками економічних досліджень.

Для усунення фрагментарності і методологічних помилок при осмисленні сутності конкурентоспроможності, варто розширити предмет дослідження: не обмежуватись лише конкурентною стратегією, розглядати її в руслі більш загальної теорії економічного розвитку з використанням критеріїв якості життя, ефективності виробництва, здатності конструктивно вирішувати нагальні проблеми, в тому числі соціальні тощо. Аналіз конкурентоспроможності в контексті розвитку економічних систем дозволяє зробити узагальнюючий висновок, що сутнісною ознакою економічної системи є ефективність її функціонування, а конкурентоспроможність – результуючим інтегрованим показником її здатності до розвитку і позиціонування в ринковій економіці.

Література

1. Schwab K., Porter M., Sachs J. D. The Global Competitiveness Report 2001–2002/Executive Summary. N.Y.: Oxford University Press for the World Economic Forum, 2001.– P. 1–11.
2. Базиліук Я. Конкурентоспроможність національної економіки України. – К.: НІС, 2002. – С.5.
3. Голікова Т.В. Сучасний стан та перспективи конкурентоспроможності регіонів України / Конкурентоспроможність економіки України / За ред. Б.Є. Кваснюка.- К.: Фенікс, 2005. – 582 с.
4. Педченко Н. С. Деякі аспекти конкуренції і конкурентоспроможності в ринковій економіці // Регіональні перспективи. – 2000.– №4 (11).– С.48.
5. Шлюсарчик Б. Міжнародна конкурентність національної економіки: способи оцінки та шляхи посилення: Автореф. дис...д-ра екон. наук: 08.01.01/ Дніпропетр. ун-тет економіки і права.– К., 2005.– 35 с.
6. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление. –М.: Инфра-М, 2000.– 312 с.

7. Світовий щорічник конкурентоспроможності. – IMD Lausanne. World Competitiveness Yearbook 2000, – www.imd.ch/research/publications/wcy/index
8. Белецкая И.И. Конкурентоспособность в ее современной трактовке // Актуальні проблеми економіки. – 2004.– № 10 (40). – С. 81– 88.
9. Хамел Г., Прахалад К. Конкурируя за будущее.– М.: Олимп-бизнес, 2002.– 216 с.
10. Всесвітній економічний форум (WEF) The Global Competitiveness Report.– Oxford University Press, 2000.– Р.14. www.weforum.org/documents/ger
11. Иванов Ю.Б. Конкурентоспособность предприятия: оценка, диагностика, стратегия, : Науч. изд. / Колл. авторов.– Харьков: ХНЕУ, 2004.– 256 с.
12. Спиридонов И.А. Международная конкуренция и пути повышения конкурентоспособности экономики России: Учебное пособие.– М.: ИНФРА-М, 1997.– 170 с.
13. Вальтер Ж. Конкурентоспособность: Общий подход: Пер. с франц. – М.: Российско-Европейский центр экономической политики, 2005. –52 с.

Рекомендовано до публікації
д е.н., проф. Кваснюком Б.І. 04.11.08

Надійшло до редакції
18.12.08