

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ТА КЛЮЧОВІ ФАКТОРИ УСПІХУ В КОНТЕКСТІ «ЕКОНОМІКИ ЗНАНЬ»

Оболенцева Л.В., канд. екон. наук, доцент
ХНАМГ, Україна

Стаття присвячена дослідженню категорії «конкурентна перевага» та її ролі в конкурентній боротьбі і прийнятті управлінських рішень. В статті аналізуються процеси, пов'язані з управлінням знаннями, вивчається економіка знань та управління знаннями, аналізується їхній вплив на розвиток підприємства.

Ключові слова: підприємство, конкурентна перевага, джерела конкурентних переваг, конкурентоспроможність, економіка знань, управління знаннями.

The article is devoted to research of category "competitive edges" and their roles in competitive activity and acceptance of administrative decisions. In the article the author gives the analysis of processes, related to the knowledge management, determination of new economics and its' influence on development of enterprise.

Keywords: enterprise, competitive edge, sources of competitive edges, competitiveness, knowledge management, new economics.

Впродовж останнього часу ведуться бурні дискусії щодо ролі та впливу нематеріальних ресурсів на конкурентоспроможність підприємств. На особливу увагу заслуговує положення, сутність якого полягає в тому, що саме на основі нематеріальних активів ґрунтується довгострокова конкурентоспроможність підприємств.

Саме цим і підтверджується положення щодо переходу від традиційних конкурентних переваг до нових, які не пов'язаних з матеріальними ресурсами. Найголовнішим є той факт, що нематеріальні конкурентні переваги є більш стійкими, зберігаються впродовж достатньо тривалого часу, а найважливіше – вони важко відтворювані та важко імітовані.

Сподіватися і розраховувати на успішне функціонування та розвиток можуть лише ті підприємства, які приділяють увагу формуванню та реалізації конкурентної стратегії, підґрунтям якої є особливі конкурентні переваги та здатність впливати на них чи управляти ними.

У сучасній вітчизняній та зарубіжній економічній літературі особливою увагою наділено наукові напрями, пов'язані з дослідженнями конкурентоспроможності в цілому та вивченню факторів, які формують конкурентні переваги. Основний внесок у дослідження даної проблематики належить таким вченим як Андрусенко Т., Варламова З., Гапоненко А., Грінберг Р., Джанетто К., Едінссон А., Ламбен Ж.-Ж., Портер М., Азов Г., Фатхутдінов Р., Геєць В. та ін. [1-7, 10-11].

Наявність такої кількості фундаментальних праць щодо теоретичних засад конкуренції, конкурентних відносин та управління конкурентоспроможністю іще раз додатково засвідчує про надзвичайну важливість та актуальність зазначених питань, проте ґрунтовний аналіз, детальне висвітлення проблем, які відносяться до таких особливих ключових факторів успіху як «знання» є недостатньо вивченими у порівнянні з їхньою значимістю, що доводить про необхідність подальших досліджень за даною тематикою.

Мета статті полягає у вивченні та дослідженні ролі таких нематеріальних активів як «знання» при формуванні конкурентних переваг та управлінні конкурентоспроможністю.

У сучасній економічній літературі, що присвячена проблемам виживання та стратегічного успіху підприємства в умовах висококонкурентного середовища, велика увага приділяється факторам успіху, зокрема ресурсного і ринкового походження, ключовим компетенціям, конкурентним перевагам (рис. 1).

До ключових факторів успіху належить сукупність чинників ринкової та ресурсної орієнтації, які можуть вплинути на формування довгострокової конкурентоспроможності підприємства і, відповідно, на його стратегічний успіх, про який можна вести мову лише у тих випадках, коли він забезпечується протягом тривалого проміжку часу.

Дослідження процесу досягнення підприємствами комерційного успіху починаючи з кінця XIX до початку XXI сторіччя дозволяє виділити декілька етапів щодо ключових джерел формування конкурентних переваг та показати їхню еволюцію. Кожен із зазначених етапів характеризується ринковими вимогами щодо товарів, які дозволяють підприємству зосередитись на особливих аспектах стратегічного характеру для більш повного задоволення цих вимог (табл. 1).



Рис. 1 Співвідношення факторів успіху та конкурентного потенціалу підприємства

Як видно з табл. 1, в останні роки XX століття дослідники в галузі теорії та практики управління бізнесом зосередили увагу на таких перспективних ключових напрямках в арсеналі засобів досягнення стратегічного успіху – як знання, інформація та час.

Необхідно зазначити, що підґрунтя для вивчення та дослідження «економіки знань» було закладено такими відомими випускниками Віденського університету як Й. Шумпетер, Ф. Хайек і Ф. Махлуп. Напрямок дослідження, у якому розглядалась економіка, де знання відіграють вирішальну роль, дістав подальшого розвитку у працях П. Друкера та інших зарубіжних і вітчизняних вчених.

Підприємства, які застосовують методи «управління знаннями» чи інструменти «нової економіки» охарактеризовані Р. Бакменом таким чином: «Наступила епоха компаній, орієнтованих на знання. І в цій ситуації попереду виявляється той, хто зумів сконцентрувати в рамках своєї організації неформалізований інтелектуальний досвід та зрозумів, як потрібно його передавати від одного співробітника до іншого» [8].

Дослідження еволюції практичних підходів до визначення та застосування ключових джерел формування конкурентних переваг

| Назва підходу | Часові межі існування підходу | Ринкові вимоги | Ключове джерело конкурентних переваг |
|------------------------------|-----------------------------------|---|--------------------------------------|
| Факторний | Кінець XIX ст. - початок XX ст. | Товари за помірними цінами | Наявність факторів виробництва |
| Витратний | Початок XX ст. – 50-і роки XX ст. | Мінімальні ціни | Постійне зниження витрат |
| Якісний | 60-70 рр. XX ст.. | Покращені якісні характеристики товарів | Підвищення якості |
| Адаптивний | 70-80 рр. XX ст.. | Постійні зміни вимог споживачів до товарів | Гнучкість |
| Інноваційний | 80-90 рр. XX ст.. | Оригінальність та неповторність товарів | Інновації |
| Інформаційно-компетентнісний | Кінець XX ст.- початок XXI ст. | 1) надбання, засвоєння та передача знань; 2) економія часу, пунктуальність, часова гнучкість | Знання Інформація Час |

«Єдине, що надає підприємству конкурентну перевагу – це те, що воно знає; як воно використовує, що знає; і наскільки швидко воно може дізнаватись чогось нового» - стверджує Л. Прусак [8].

Іншими словами, єдиним джерелом конкурентних переваг підприємства є наявні у нього знання та здатність підприємства навчатися швидше, ніж конкуренти.

Необхідно підкреслити, що вже зараз провідні підприємства світу, включили знання у сферу стратегічного управління і спрямовують у менеджмент знань від 3,5 до 10% своїх доходів.

Для постійного скорочення дефіциту знань перед кожною організацією постають такі завдання:

- 1) надбання знань – використання вже сформованих людством знань та їх пристосування до потреб організації;
- 2) засвоєння знань - створення сприятливих умов для навчання працівників протягом всього життя;
- 3) передача знань – ефективне використання новітніх інформаційних і телекомунікаційних технологій з метою посилення власних конкурентних позицій.

З іншого боку, важливим фактором стратегічного успіху підприємств стає час, що проявляється за такими основними напрямками:

1. Скорочення тривалості всіх процесів (економія часу).
2. Дотримання термінів, визначених у договорах (пунктуальність).
3. Реорганізація існуючих процесів у відповідності до зміни умов діяльності фірми (часова гнучкість).
4. Розробка нових продуктів та технологічних процесів (інноваційність).

З метою повного розуміння ролі «знання» у стратегічному управлінні, у тому числі у конкурентному аналізі, необхідно порівняти так звані моделі «Старого світу» та «Нового світу» конкурентоспроможності (табл. 2) [9].

Таким чином, ключовими факторами успіху сьогодення є: динамізм (час), знання, інформація, а також уміння одержувати знання та своєчасно його застосовувати для досягнення переваг над конкурентами.

У сучасних умовах домінує тенденція, згідно якої знання цінується як елемент управління бізнесом, але необхідно усвідомлювати, що управління знаннями має бути постійним процесом.

Порівняльна характеристика моделей формування конкурентоспроможності підприємства

| | |
|--|---|
| «Старий світ» конкурентоспроможності | «Новий світ» конкурентоспроможності |
| Статичний аналіз конкуренції | Динамічна модель реакції конкурентів |
| Рутинні доповіді, пасивність | Результати конкурентного аналізу та так звана «конкурентна розвідка» беруть участь у розробці стратегії та аналізі можливих варіантів |
| Відповідальність несуть лише аналітики «конкурентної розвідки» | Відповідальними є всі співробітники підприємства |
| Індивідуальна робота і функціональна спеціалізація | Робота в «команді» |
| «Потреба дізнатися» | «Потреба поділитися знаннями» |
| Підтримка топ-менеджменту – обмежена та епізодична | Топ-менеджмент весь час задіяний до роботи |

Управління знаннями охоплює широке коло напрямів діяльності підприємства і потребує спеціального підходу до стратегії та структури підприємства.

Ефективне управління знаннями є одним із основних ресурсів для підвищення власної конкурентоспроможності, один із способів оптимізувати організацію внутрішніх процесів, який необхідно вміти виміряти, оцінити та раціонально використати для захисту власних економічних інтересів.

Предмет управління в процесі управління знаннями вимагає спеціального підходу до стратегії та структури підприємства, системи комунікацій, а також потребує формування нових навичок у керівництва.

Оскільки знання – це важливий ресурс, яким необхідно безперервно управляти, то при успішній трансформації вони можуть перетворюватися в раціональні дії та ефективні як короткострокові, так і перспективні рішення, тобто формування системи управління знаннями як безперервного менеджменту підприємства являє собою джерело набуття конкурентних переваг підприємства.

Технології управління знаннями спрямовані на створення умов, які дозволять не лише підсилити його конкурентоспроможність, але й забезпечити можливість довгострокового зростання.

Система управління знаннями являє собою систему, яку потребує підприємство для запровадження менеджменту знань, що означає забезпечення збору, зберігання, пошуку, відтворення та застосування знань. Будуючи систему менеджменту знань, доцільно здійснювати поетапний моніторинг, який схематично зображено на рис. 2.

Зважаючи на сказане вище, управління знаннями можна розглядати як: 1) сукупність стратегій і процесів із виявлення, придбання, розповсюдження, використання, контролю і обміну знаннями, які зможуть забезпечити конкурентоспроможність підприємства; 2) сукупність усіх дій, необхідних для створення та забезпечення такого ділового середовища, яке підтримує та сприяє розвитку, розповсюдженню, створенню, зберіганню і використанню стратегічно важливих для підприємств знань.

Підвищення ефективності бізнесу при розробці та впровадженні стратегії управління знаннями може передбачати:

- скорочення часу на пошук нової інформації;
- мінімізацію дублювання зусиль та втрат знань при зміні структури підприємства чи інших організаційних змінах;
- з'ясування ключових компетенцій та необхідних навичок, необхідних для проведення змін в управлінні;
- раціональне планування і прогнозування пріоритетів при впровадженні ініціатив щодо управління знаннями;
- удосконалення взаємозв'язку між бізнес-стратегією і процедурою обміну знаннями на підприємстві, в результаті чого відбувається спрощення обміну знаннями на підприємстві;
- мотивація і залучення нових трудових ресурсів, навчання персоналу та створення умов для самореалізації, тобто з'являються кращі можливості для професійного і кар'єрного росту.

Не зважаючи на очевидну вигоду від застосування інструментарію «економіки знань», національним підприємствам майже не вдалося сформувати конкурентні переваги і, відповідно, свою конкурентоспроможність, завдяки реалізації моделі «організації, що самонавчається».

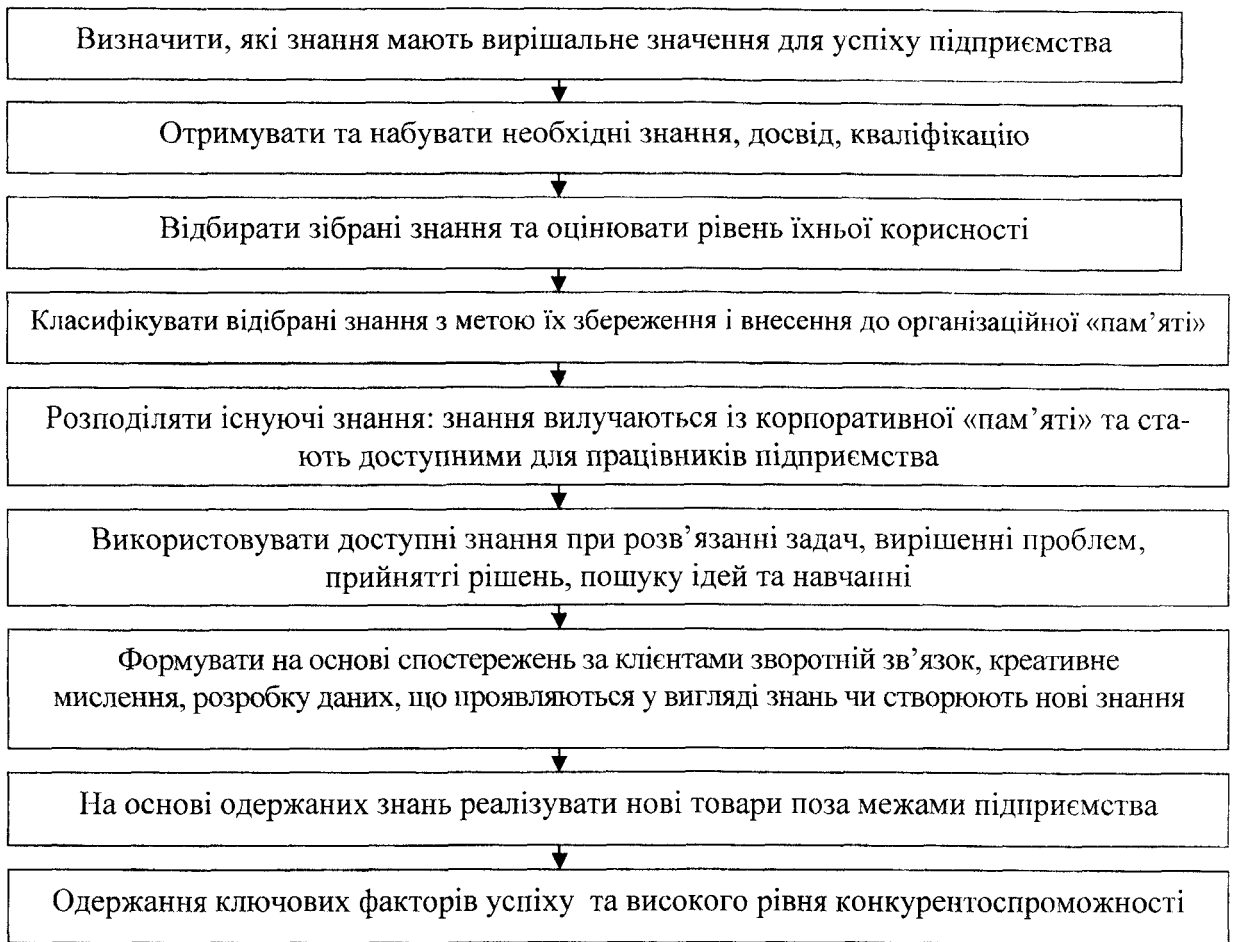


Рис. 2 Покроковий моніторинг системи менеджменту знань

Найбільш розповсюджені помилки, пов'язані з впровадженням та реалізацією стратегії управління знаннями в узагальненому вигляді можна охарактеризувати таким чином:

- 1) відсутність підтримки топ-менеджменту підприємства;
- 2) недооцінка можливих переваг та витрат;
- 3) невідповідна технологічна підтримка;
- 4) неякісне планування заходів та відсутність конкретних критеріїв оцінки ефективності.

Найбільш вагомими проблемами та перешкодами впровадження чи застосування методів «управління знаннями» є такі:

1. Фрагментарність знань окремих співробітників, яка призводить не до однозначного розуміння одних і тих же ситуацій, що трапляються в процесі діяльності підприємства.
2. Зневага чи ігнорування знань персоналу керівництвом підприємства, яка породжує відчуття незатребуваності, що, в свою чергу, формує незадоволеність своїм положенням і перспективами.
3. Левова частка керівників підприємств переконані, що співробітники занадто перевантажені, щоб іще додатково витрачати час на управління знаннями. Тобто керівництво не розуміє та не усвідомлює той факт, що їхня проблема є діаметрально протилежною – співробітники є перевантаженими через значні витрати часу на пошук потрібних їм знань для вирішення нагальних проблем, в той час як деякі співробітники мають відповідні знання та вже вирішували аналогічні задачі.
4. Більшість організацій в тій чи іншій мірі практикують сучасні методи та моделі «організації, що самонавчається», але це має занадто епізодичний характер, в результаті чого лише деякі підприємства мають з цього реальну вигоду.

Тобто, основними перешкодами для ефективного створення системи менеджменту знань на українських підприємствах є:

- низький професійно-кваліфікаційний рівень персоналу;
- відсутність навичок застосування механізму управління знаннями.

1. 2007. - 1.-2007.- . 27-31. / . // . -
2. . - 2007. - 3. - . 10 - 13. / . // . -
3. 3. / 3. -
- // . - 2007. - 5. - 2007. - . 51 - 59.
4. / , 2008, - 400 . : .
5. / . // . - 2008. - 10. - .28 -39.
6. „ . [] / . , . / - : . , 2005. - 192 .
7. / - : . , 2005. - 168 .
8. „ . : IBM Institute for Business Value / . , . - : . , 2006. - 248 .
9. „ . : / . , . - . - : . , 2004. - 336 .
10. II. : , / . - : . - , 2005. - 247 .
11. Murray . Knowledge Management / . Murray // Jennex International Journal of Knowledge Management.- 2003. - 6. - С. 32.