

## **Еволюція нових концепцій конкурентоспроможності підприємств у економічній науці**

В статті розглянуто еволюцію концепцій конкурентоспроможності підприємств у економічній науці. Подано характеристику джерел конкурентоспроможності підприємств. Запропоновано власні визначення конкурентоспроможності підприємств на підставі концепцій G. Hamela, C. Prahalanda, J. Kaya та P. Senge.

**Ключові слова:** концепції, конкурентоспроможність, підприємство, еволюція, знання ключові компетенції, переваги

Polinkevych O.N.

## **Evolution of enterprise competitiveness new concepts in economics**

The article deals with the evolution of the concept of competitiveness of enterprises in economic science. Posted description of the sources of competitiveness of enterprises. An own definition of enterprise competitiveness based on concepts G. Hamela, C. Prahalanda, J. Kaya and P. Senge.

Concept G. Hamela, C. Prahalanda, J. Kaya and P. Senge have much in common and distinctive elements. In particular, the different elements is that the concept G. Hamela, C. Prahalanda provides that the basis of competition benefits company is the ability to control innovations arising from core competencies (skills, knowledge and technology). Attraction investment markets plays a significant role in the choice of markets. The concept of tangent future and associated with the development of enterprises, actively studying the future. And the main goal is compete anticipation of market changes. Concept J. Kaya provides that the basis of competition benefits company is the discrimination abilities, which may be the structure of the company, reputation, innovation or strategy attraction investment markets does not play a primary importance in the selection process markets. Said that the assessment of the feasibility of creating compete on key competencies is not possible. Its concept is based on existing tools in maintaining a long position in the market, and this can be in first position. The concept of P. Senge aims to study common goals, and lays the foundation for self-development not only of individual employees but also learning that tangential acquire new knowledge, skills and competencies. Development strategy of companies that are tangent learn learning objectives. Orientation on learning not mean that it has a marketing orientation. The concept implies that the source compete Company is the acquisition and development of key competencies, which are based on the effects of interaction and integration of its various knowledge and skills or a combination of

problems in the organization. So if you rely on the concept of competitiveness of enterprises G. Hamela, C. Prahalanda, it means keeping compete general method based on key competencies which outlines the main mechanisms and tools compete in the short and long term. If the basis for putting the concept J. Kaya, then the concept of enterprise competitiveness can be defined as a general way of keeping compete based on preferences, which outlines the main mechanisms and tools compete in the short and long term. But the concept of P. Senge, as a general way of keeping compete based on knowledge, which outlines the key mechanisms and tools compete in the short and long term.

**Keywords:** concept, competitive enterprise, evolution, knowledge, core competencies, preferences

Полинкевич О.Н.

### **Эволюция новых концепций конкурентоспособности предприятий в экономической науке**

В статье рассмотрена эволюция концепций конкурентоспособности предприятий в экономической науке. Дана характеристика источников конкурентоспособности предприятий. Предложено собственные определения конкурентоспособности предприятий на основании концепций G. Hamela, C. Prahalanda, J. Kaya и P. Senge.

**Ключевые слова:** концепции, конкурентоспособность, предприятие, эволюция, знания ключевые компетенции, преимущества.

**Постановка проблеми у загальному вигляді і її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями.** Конкурентоспроможність в умовах нової економік виступає головним елементом, який формує випереджальний розвиток підприємства на лише на внутрішньому ринку, але й на світовому. Вона тим фактором, який визначає економічний поступ суспільства. Кожний суб'єкт господарювання закладає власні критерії до визначення конкурентоспроможності, які залежать від технологічного укладу суспільства, рівня розвитку території, на якій функціонує підприємство, фінансово-економічного стану підприємства. Прагнення українських підприємств конкурувати на світових ринках зумовлено достатнім рівнем їх інноваційності та розширенням ринків збуту, виробництвом на засадах та з дотриманням вимог ЄС. Нажаль, кількість таких підприємств є незначна. Тому головною проблемою у сучасному суспільстві залишається підвищення рівня конкурентоспроможності. В економічній теорії немає єдиного тлумачення

конкурентоспроможності. Проте можна окреслити концепції конкурентоспроможності, на підставі яких визначаються різні підходи до тлумачення цього поняття в економічній літературі.

**Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми.** Проблемами конкурентоспроможності займалися вітчизняні та зарубіжні науковці. І.І. Вініченко визначив три етапи еволюції розвитку концепцій конкурентоспроможності: 1) відносно тривалий процес усвідомлення проблеми економічної конкурентоспроможності без виокремлення з предмета інших дисциплін (до початку XIX ст.); 2) характеризується формуванням категоріального апарату (XIX–XX ст.); 3) відображає принципово нові реалії сучасного господарювання (з кін. XX ст.) [1, с. 4]. Він зазначив два напрями розвитку теорій конкурентоспроможності – відповідно до цінкових факторів (класичний підхід, М. Портер, І. Ансофф, К. Прахалад, Г.Хмель) та до нецінових факторів. Послідовники першого напрямку доводили ідею про можливість пояснення конкурентоспроможності країни різницею в цінах, а другого – до нецінових можливостей регулювання, а саме через виробничий фактор, тобто конкурентоспроможність економічного суб'єкта зумовлюється процесом виробництва. У XX ст. конкурентоспроможність визначається орієнтацією на соціальний фактор, інтелектуальний потенціал та ступінь використання інновацій. Останні раніше розглядалися як завада до конкурентоспроможності у більш ранніх періодах, оскільки збільшували витрати суб'єкта господарювання. В. Юхименко дослідив такі концепції конкурентоспроможності: модель досконалої конкуренції (А. Сміт), структурної конкуренції (зміщення акценту на аналіз структури ринку і тих умов, які визначають хід конкурентного процесу), функціональної конкуренції (І. Кірцнер, відстоювали позицію одержання додаткового капіталу, ринокрозглядався як процес), теорії конкурентних переваг фірми (М. Портер, який висунув ідею конкуренції на світовому ринку не країни, а фірми), гнучка конкурентна політика (А. Брандербургер, Б. Нейлбафф, для обґрунтування конкурентної позиції фірми використовували теорію ігор), нові концепції (Г. Хамел, К. Прахалад, нові форми бізнесу, нелінійні, інноваційні та нестандартні рішення), Р. Кантер

(конкурентні переваги фірм можуть бути підсилені електронною корпоративною культурою), проаналізував конкурентоспроможність України [2]. З.Першчюнек, С. Юрек-Степень, С. Лобейко розглядають класичні і нові концепції конкурентності підприємств, подають їх летальну характеристику та визначають, що компетенція концепція ключових компетенцій Г.Хамела і К. Прахалада є найбільш розвинута і придатна до використання у Польщі [5]. Не зважаючи на значний доробок у цій сфері, все ж таки залишаються недостатньо вивчені питання, щодо концепцій конкурентоспроможності, виділення спільних та відмінних рис, узагальнення та впорядкування за окремими ознаками.

**Цілі статті.** Метою статті є вивчення еволюції нових концепцій конкурентоспроможності підприємств у економічній науці, виділення спільних та відмінних рис з метою визначення переваг і недоліків концепцій.

**Виклад основного матеріалу дослідження з обґрунтуванням отриманих наукових результатів.** В економічній літературі всі концепції конкурентоспроможності групуються за двома джерелами ринкової переваги – безпосередніми та базовими. Відповідно до них поділимо всі концепції у дві групи, визначимо головне джерело конкурентної переваги та тип підприємства (табл. 1).

Таблиця 1

Порівняльна характеристика джерел ринкової переваги

Джерела ринкової переваги	Приклади груп концепцій	Ознаки концепцій	Джерела на яких ґрунтуються	Головне джерело конкурентної переваги	Тип підприємства
1	2	3	4	5	6
Безпосередні	Концепції, які орієнтуються на реальних чинниках. Традиційні концепції.	Головна роль належить варіантності, якості, інвестиційній промоції. Заклади існування конкуренції у формі монополії чи монополістичної конкуренції. Підприємства не схильні	Спеціалізація, досвід, система управління якістю, маркетингові стратегії, технології, досвід	Технології	Підприємства різних організаційно-правових форм (товариства, об'єднання)

		до співпраці, прийнятними є системи контролювання.			
--	--	--	--	--	--

Продовження табл. 1

1	2	3	4	5	6
		Локальна конкуренція або конкуренція в межах країни. Стабільність переваги конкуренції			
Базові	Концепції, що орієнтуються на регуляційних чинниках. Нові концепції	Пов'язані з інноваціями, підприємливістю або аналізами. Конкуренція міжнародна, глобальна. Схильність підприємств до співпраці. Немає довгострокових стабільних переваг, а лише короткострокові. Уміння і знання творять ключові компетенції. Мають характер підприємництва	Атака конкурентів, динамізм ринку, уміння використовувати короткострокові конкурентні переваги. Уміння та знання поєднуються з технологіями та уміннями використовувати інформаційні системи, методи та процедури навчання	Інформаційні системи (технології інформаційні, структура баз даних, уміння пошуку, доступність та перетворення даних, уміння з інформації)	Віртуальні форми організації, сітки підприємств, організації, які навчаються, організації, які орієнтовані на управління знаннями, інтелектуальні підприємства, плоскі структури

Згруповано за даними [3; 4; 5]

Найбільш поширеними в економіці є нові концепції конкурентоспроможності. Характерними типами підприємств є віртуальні форми організації, сітки, організації, які навчаються, організації, які орієнтовані на управління знаннями, інтелектуальні підприємства, у яких переважають плоскі структури. Аналіз основних нових концепцій конкурентоспроможності підприємств покажемо у табл. 2. У таблиці подано лише найбільш поширені концепції конкурентоспроможності, серед яких концепція G. Hamela, C. Prahalanda, концепція J. Kaуа та концепція P. Senge. Таблиця вміщує лише відмінні та спільні ознаки, на основі яких можна розмежувати ці концепції. За ознаки розмежування вибрано початкове джерело, на якому ґрунтується конкурентоспроможність; вибір ринків; оцінка можливості

створення джерел конкурентності; орієнтація на майбутнє; ціль конкурентної діяльності; базові джерела конкурентності.

Таблиця 2

Порівняльна характеристика основних новітніх концепцій конкурентоспроможності підприємств

Ознака	Концепція G. Hamela, C. Prahalanda	Концепція J. Kaya	Концепція P. Senge
Початкове джерело, на якому ґрунтується конкурентоспроможність	Вміння до управління інноваціями	Уміння фірми, які її вирізняють (структура, репутація, інновації і стратегія)	Навчання працівників та організації
Вибір ринків	Атракційність ринків відіграє велику роль	Атракційність інвестиційних ринків має велике значення до їх вибору	Атракційність ринків має значення з точки зору навчання
Оцінка можливості створення джерел конкурентності	Є можливою і головною	Не є можливою	Отримати найглибші знання на ринку
Орієнтація на майбутнє	Дотична майбутнього, яке пов'язане з розвитком засобів, дослідженням майбутнього	Дотична існуючих засобів і оточення	Дотична майбутнього, знань та поліпшення методів навчання
Ціль конкурентної діяльності	Передбачення ринкових змін	Тривала позиція на ринку, яка не завжди повинна бути першою	Управління знаннями в процесі чого створюються нові знання, які неможливо імітувати
Базові джерела конкурентності	Ключові компетенції	Переваги фірми	Знання

Узагальнено за даними [5, с. 29–32], [4, с. 25–34].

**Висновки.** Концепції G. Hamela, C. Prahalanda, J. Kaya та P. Senge мають багато спільних та відмінних елементів. Зокрема, відмінними елементами є те, що концепція G. Hamela, C. Prahalanda

зкладає, що підґрунтям конкурентної переваги підприємства є вміння до управління інноваціями, які виникають через ключові компетенції (уміння, знання і технології). Атракційність інвестиційних ринків відіграє істотну роль у виборі ринків. Концепція дотична майбутнього і пов'язана з розвитком засобів підприємства, активним вивченням майбутнього. Причому головною ціллю конкурентності є передбачення ринкових змін. Концепція J. Кауа закладає, що підґрунтям конкурентної переваги підприємства є вирізнення умінь, якими можуть бути структура підприємства, репутація, інновації чи стратегії, атракційність інвестиційних ринків не відіграє головне значення в процесі вибору ринків. Зазначив, що оцінка можливості творення конкурентності за ключовими компетенціями не є можливою. Його концепція спирається на існуючі засоби у підтриманні тривалої позиції на ринку, причому, це може бути і на перша позиція. Концепція P. Senge ставить за мету навчання досягнення спільних цілей, причому закладає основи для саморозвитку не лише окремих працівників, але й навчання, яке дотичне набуття нових знань, умінь та компетенцій. Стратегія розвитку фірм, які навчаються є дотична цілей навчання. Орієнтація підприємства на навчанні ні означає, що воно не має маркетингової орієнтації. Концепція передбачає, що джерелом конкурентності підприємства є набуття та розвиток ключових компетенцій, які базуються на ефектах інтеракції і інтеграції його різних знань і умінь чи поєднання завдань в організації. Управління знаннями в підприємствах це планування, організування (структура організаційна), мотивування і контроль процесів пошуку і творення знань, їх комерціалізації, її використання. Таким чином якщо спиратися на концепцію конкурентоспроможності підприємств G. Hamela, C. Prahalanda, то вона означає, загальний спосіб утримання конкурентності, що базується на ключових компетенціях, яка окреслює головні механізми і знаряддя конкурування в короткотерміновим і довготерміновим періоді. Якщо в основу покласти концепцію J. Кауа, то концепцію конкурентоспроможності підприємств можна визначити як загальний спосіб утримання конкурентності, що базується на перевагах, яка окреслює головні механізми і знаряддя

конкурування в короткотерміновим і довготерміновим періоді. А за концепцією Р. Senge, як загальний спосіб утримання конкурентності, що базується на знаннях, яка окреслює головні механізми і знаряддя конкурування в короткотерміновим і довготерміновим періоді.

1. Вінніченко І.І. Еволюція підходів у дослідженні конкурентоспроможності / І.І. Вінніченко // Агросвіт. – 2012. – № 8. – С. 3–6.
2. Юхименко В. еволюція концепцій конкуренції: від класичного капіталізму до інноваційно-інформаційної економіки / В. Юхименко // Вісник КНЕУ. – 2010. – № 2. – С. 12–26.
3. Kanter, R.M. (2001) *Evolve! Digital Culture of tomorrow*. Boston: Harward Business school Press. 2011.
4. Łobejko, Stanisław & PierścioneK, Zdzisław (red. naukowa) (2011) *Zarządzanie strategiczne w praktyce polskich przedsiębiorstw*. Warszawa: Szkoła Główna Handlowa w Warszawie. 2011. 296 s.
5. PierścioneK, Zdzisław & Jurek-Stępień, Stefania (red. naukowa) (2006) *Czynniki sukcesu polskich przedsiębiorstw na rynkach Unii Europejskiej*. Warszawa: Szkoła Główna Handlowa w Warszawie. 2006. 268 s.
6. Thompson, J. L. (1993). *Strategic Management: Awareness and Change*, 2nd edition. London: Chapman & Hall. 1993.