

УДК 330.342.2.009.12

Є.І. ЛІТВІНОВ

Харківський національний економічний університет, Харків

ЗДОБУТТЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ У ГЛОБАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЦІ

В статті розглянуто особливості конкуренції і конкурентоспроможності в сучасній глобальній світовій економіці підприємств, у тому числі українських під час переходу від конкуренції окремих країн та товарів до конкуренції транснаціональних корпорацій та окремих секторів економіки, важливість здобуття конкурентних переваг українськими підприємствами. Також запропоновано напрямки забезпечення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств за умов глобалізації ринкових відносин.

Ключові слова: *глобалізація, конкуренція, конкурентоспроможність, вітчизняне підприємство, конкурентні переваги, економіка.*

Вступ

Із глобалізацією суспільства поступово змінюється характер конкурентних відносин не тільки в Україні, а й в всьому світі. Конкуренція певних країн та товарів на світових ринках поступається конкуренції транснаціональних корпорацій та окремих секторів світової економіки. В умовах інтеграції економік країн світу у єдиний глобальний простір стає неможливим застосування лише національних принципів господарювання та вимог законодавства окремої держави до самостійних суб'єктів конкурентних відносин на макрорівні.

У більшості галузей центральною характеристикою конкуренції є взаємозалежність учасників: підприємства відчувають на собі дії один одного і прагнуть реагувати на них. Але одні можуть розпізнати нові способи конкуренції, а інші – ні. Одні підприємства вигадують такі способи раніше інших. Деякі компанії вгадують напрям, у якому буде розвиватися техно-

логія, додаючи такі величезні зусилля для пошуку нових шляхів. Все це залежить від вибору напрямку для основних зусиль фірми, наявності необхідних ресурсів і навичок, а також від того, які сили впливали на проведення змін. В усьому цьому велику роль відіграє національне середовище.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Теоретичним дослідженням конкуренції присвячено праці Шумпетера Й., Хайека Ф. Фон. тощо [1, 2]. Вагомий внесок у розвиток питань конкурентоспроможності щодо окремих суб'єктів бізнес-діяльності вніс Портер М. [3]. Здійснюють наукову роботу в цьому напрямку також російські й українські вчені, такі як Богомолів О.Т., Бочан І.О., Іванов Ю.Б., Кізім М.О. та інші [1, 4, 5].

Постановка завдання

Однак, незважаючи на велику кількість теоретичних досліджень в області конкурентоспроможності та отримані наукові результати, низка питань щодо цієї сфери залишається недостатньо розробленою та потребує подальшого доопрацювання та розвитку. До таких питань, зокрема, відноситься проблема забезпечення конкурентоздатності економіки України в цілому та її окремих суб'єктів зокрема в глобальному суспільстві. Тому за мету статті обрано визначення основних напрямків забезпечення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств усіх галузей промисловості за умов глобалізації ринкових відносин.

Викладення основного матеріалу

У більшості галузей центральною характеристикою конкуренції є взаємозалежність учасників: фірми відчують на собі дії один одного і прагнуть реагувати на них. Але одні фірми можуть розпізнати нові способи конкуренції, а інші — ні. Одні фірми вгадують такі способи раніше інших. Деякі компанії вгадують напрям, у якому буде розвиватися технологія, додаючи такі величезні зусилля для пошуку нових шляхів. Все це за-

лежить від вибору напряму для основних зусиль фірми, наявності необхідних ресурсів і навичок, а також від того, які сили впливали на проведення змін. В усьому цьому велику роль відіграє національне середовище.

Приєднання України до Світової організації торгівлі, з одного боку, відкрило нові ринки збуту для вітчизняних підприємств, але, з іншого, – полегшило доступ товарів-конкурентів на внутрішні ринки. В таких умовах можливості цінової конкуренції (яка в основному забезпечує конкурентні переваги вітчизняних підприємств-експортерів) певним чином обмежені.

Для здобуття конкурентних переваг в глобальній економіці підприємствам потрібно виробляти продукцію із покращеною якістю на тлі зниження витрат. Як зазначає Богомолов О., здатність виробляти на експорт товари та послуги з меншими, у порівнянні з іншими державами, витратами та кращою якістю, а також розширювати коло таких товарів та збільшувати свою частку на світовому ринку відноситься до принципово важливих якостей національної економіки в умовах глобалізації [4, с. 22].

Інтеграція України у світову систему господарювання вимагає застосування до вітчизняних підприємств тих принципів управління, які використовуються провідними іноземними виробниками, оскільки за основними показниками конкурентоспроможності Україна значно відстає від передових країн світу.

Одним з напрямків покращення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств є поглиблення спеціалізації тієї продукції, що ними виробляється. За рахунок цього можливо знайти окремі ніші на ринку та здобути певні конкурентні переваги.

Те, як довго фірма можна втримувати конкурентну перевагу, залежить від трьох факторів. Перший фактор визначається тим, яке джерело переваги. Існує ціла ієрархія джерел конкурентної переваги. Переваги низького рангу, такі як дешева робоча сила або сировина, досить легко можуть одержати й конкуренти. Вони можуть скопіювати ці переваги, знайшовши інше джерело дешевої робочої сили або сировини, або ж звести їх нанівець, випускаючи свою продукцію або черпаючи ресурси там саме, де й лідер.

Переваги вищого порядку, такі як: патентована технологія, диференціація на основі унікальних товарів або послуг, репутація фірми, заснована на посиленій маркетинговій діяльності, або тісні зв'язки з клієнтами, які зміцнюються тим, що змінювати постачальника клієнтові буде накладно, можна втримувати більш тривалий час. Їм властиві певні особливості.

По-перше, для того щоб домогтися таких переваг, потрібні великі навички й здібності — спеціалізований і більш тренований персонал, відповідне технічне оснащення і в багатьох випадках — тісні зв'язки з головними клієнтами.

По-друге, переваги високого порядку звичайно можливі за умови довгострокових та інтенсивних капіталовкладень у виробничі потужності, у спеціалізоване навчання персоналу, у проведення НДДКР або в маркетинг.

Переваги на основі лише рівня витрат, як правило, не такі стійкі, як на основі диференціації. Одна з причин цього полягає в тому, що будь-яке нове джерело зниження витрат, яке би просте воно не було б, може разом позбавити фірму переваги в галузі витрат. Так, якщо робоча сила дешева, можна обійти фірму з набагато вищою продуктивністю праці, у той час як у випадку з диференціацією, щоб обійти конкурента, потрібно, як правило, пропонувати такий самий набір товарів, якщо не більший. Крім того, переваги на основі тільки витрат більш Уразливі ще й тому, що поява нових товарів або інші форми диференціації можуть знищити перевагу, отриману при виробництві старих товарів.

Друга визначальна утримання конкурентної переваги — кількість у фірм явних джерел конкурентної переваги. Якщо фірма опирається тільки на яку-небудь одну перевагу (скажімо, менш дорогу конструкцію або доступ до дешевшої сировини), конкуренти постараються позбавити її цієї переваги або знайти спосіб обійти її, вигадавши на чому-небудь іншому. Фірми, що втримують лідерство довгі роки, прагнуть забезпечити собі якнайбільше переваг в усіх ланках ланцюжка цінності.

Третя й найважливіша причина збереження конкурентної переваги — постійна модернізація виробництва й інших видів діяльності. Якщо лідер, досягнувши переваги, не буде працювати у цьому напрямку і далі, то практично будь-яку перевагу згодом скопіюють конкуренти. Якщо хочеш зберег-

ти перевагу, не можна стояти на місці: фірма повинна створювати нові переваги, щонайменше, з такою самою швидкістю, з якою конкуренти можуть копіювати наявні [6, с. 54].

Характеризуючи сучасну конкуренцію в епоху глобалізації Бочан І. О. підкреслює, що вона має свої специфічні особливості. По-перше, охоплює одночасно декілька сфер, таких як: якість, терміни, ноу-хау, створення ринкових бар'єрів тощо. По-друге, конкуренція має багатоаспектний характер, оскільки вона має місце на різних рівнях і на різних ринках. По-третє, на цьому етапі розвитку економіки спостерігається структурний динамізм конкуренції: розподіл сил, а також позиції конкурентів змінюються із зростаючою швидкістю [5, с. 55].

Отже, глобальні тенденції сучасної економіки загострюють конкурентну боротьбу у всьому світі. Оскільки процеси виробництва продукції набувають міждержавного характеру, то збільшується необхідність щодо розробки міждержавних засобів регулювання конкурентних відносин. Одним з основних регуляторів конкуренції на міжнародному ринку є Світова організація торгівлі. Діяльність цієї організації базується на трьох основних документах: правилах Генеральної угоди з тарифів і торгівлі (ГАТТ), Генеральної угоди з торгівлі послугами (ГАТС) та Угоди про торговельні аспекти прав інтелектуальної власності (ТРИПС).

Дотримання правил ринкової діяльності, що регламентуються цими міжнародними актами, дозволяє забезпечити певну передбачуваність взаємодії із іноземними партнерами та таким чином мінімізувати транзакційні витрати виходу на міжнародні ринки.

Слід зазначити, що через глобалізацію конкуренція зазнає деяких змін щодо можливостей її регулювання з боку держави. З одного боку, посилюється роль міжнародних організацій стосовно встановлення нових правил міжнародної конкуренції. З іншого – виникають нові можливості державних інститутів щодо підтримки підвищення конкурентоспроможності країни за рахунок створення сприятливих умов для діяльності підприємств.

В першу чергу це стосується підвищення якості науки, техніки, технології, оскільки в глобальних умовах значно посилюється інноваційна складова конкуренції. По-друге, зростання корумпованості та монополіза-

ції економіки України, а також узурпація певних галузей олігархічними структурами, вимагає посиленого втручання держави щодо регулювання відповідних сфер ринкової діяльності.

Головне завдання – невпинно поліпшувати показники фірми, щоб підсилити наявні переваги, наприклад, більш ефективно експлуатувати виробничі потужності або організувати більш гнучке обслуговування клієнтів. Тоді конкурентам буде ще складніше обійти її, адже для цього їм буде потрібно терміново поліпшувати власні показники, на що в них може просто не вистачити сил.

Але, в остаточному підсумку, для того щоб утримати конкурентну перевагу, необхідно розширювати набір її джерел і удосконалювати їх, переходити до переваг вищого порядку, які довше зберігаються.

Для збереження переваги потрібні зміни; фірми повинні витягати користь із тенденцій, що спостерігаються в галузі, у жодному разі не ігноруючи їх. Фірми також повинні вкладати кошти, щоб захистити ділянки, уразливі для конкурентів. Для втримання позицій фірмам іноді доводиться відмовлятися від наявних переваг, щоб домогтися нових.

Причиною того, що лише деяким фірмам вдається втримати лідерство, криється в тому, що будь-якій успішній організації вкрай складно й неприємно змінювати стратегію. Успіх народжує самозаспокоєність; стратегія, що принесла успіх, стає рутинною; припиняються пошук та аналіз інформації, що могла б змінити її. Колишня стратегія знаходить ореол святості й непогрішності й глибоко укорінюється в мисленні фірми. Успішні фірми часто шукають передбачуваності й стабільності; вони цілком зайняті збереженням досягнутих позицій, і внесення змін стримується тим, що фірмі є що втрачати. Про те, щоб замінити старі переваги або додати нові, замислюються тільки тоді, коли від старих переваг уже нічого не залишилося. А стара стратегія вже закріпилася, і, коли в структурі галузі відбуваються зміни, лідерство змінюється. Новаторами й новими лідерами стають невеликі фірми, руки в яких не пов'язані історією й колишніми інвестиціями.

Формування конкурентних переваг у широкому значенні трансформується в завдання адаптації системи управління до змін конкурентного середовища, що дає змогу швидко й точно визначити напрями підвищення

конкурентоспроможності. Вирішення цього завдання ускладнюється тим, що колись досягнуті успіхи на ринку при відсутності постійної й цілеспрямованої роботи будуть через якийсь час анульовані відповідними діями конкурентів.

Ця обставина визначає необхідність формування відповідного підходу до управління підприємством, що не тільки забезпечував би сам процес адаптації, а й створював умови для його ефективного функціонування на постійній основі.

Справедливості заради необхідно відзначити, що й маркетинг, і управління вже давно виділили конкурентні переваги як предмет ретельного вивчення. Більше того, маркетинг на практиці ставить і вирішує ці питання в процесі управління підприємством. Реальні позитивні результати досягаються там, де формування конкурентних переваг доведено до рівня технології управління.

Окрім цього, збільшується необхідність посилення соціального захисту населення в умовах загострення конкурентної боротьби, негативні наслідки якої виражаються у скороченні соціальних витрат на підприємствах, зниженні заробітної плати, зменшенні обсягів виробництва тощо. В загальному масштабі це супроводжується зниженням реальних доходів населення, відповідно отриманню надприбутків олігархічними кланами та в остаточному підсумку поглибленням нерівності.

Сучасні глобальні процеси, що відбуваються у всьому світі, загострюють та ускладнюють конкурентні взаємовідносини між суб'єктами бізнес-діяльності, формують підґрунтя для маніпулювання величезними фінансовими та інвестиційними ресурсами, що становить реальну загрозу для країн з низькими та середніми доходами, до яких, зокрема, відноситься й Україна.

В таких складних умовах низька активність іноземного інвестування в економіку країни ставить під загрозу реалізацію тривалих інвестиційних проектів, необхідних для забезпечення довгострокових конкурентних переваг України у глобальному середовищі. Для виживання або перемоги в твердій конкурентній боротьбі будь-яка система повинна мати певні переваги перед своїми конкурентами.

Висновки

Тому, на погляд автора статті, в період формування глобального світового простору та інтеграції світогосподарських зв'язків система управління конкурентоздатністю повинна складатися з двох рівнів: макрорівня чи загальнодержавного та мікрорівня – рівня окремого господарюючого суб'єкта. При цьому основною проблемою в такій дворівневій системі управління конкурентоспроможністю є взаємоузгодження цілей та напрямків розвитку окремих підприємств та держави в цілому.

Забезпечення конкурентоспроможності національної економіки можливо лише за наявності підприємств, які мають певні конкурентні переваги. Отже, представляється доцільним зосередити увагу на розробці методики оцінки конкурентних переваг підприємств в умовах формування глобальної економіки. Для реалізації цього напрямку наукових досліджень в області конкурентоспроможності необхідно визначити склад конкурентних переваг підприємства, проаналізувати існуючі методики їхньої оцінки та розробити методичний інструментарій з такого оцінювання, придатний для умов глобального суспільства. В цьому полягають перспективи подальшого наукового пошуку в цій сфері.

Література

1. Хайек Ф.А. *Познание, конкуренция и свобода* / Ф.А. Хайек. – СПб.: Пневма, 1999.
2. Шумпетер Й. *Теория экономического развития* / Й. Шумпетер. – М.: Прогресс, 1982.
3. Портер М. *Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов: пер. с англ.* / Майкл Е. Портер; 2-е изд. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. – 454 с.
4. Богомолов О.Т. *Анатомия глобальной экономики: учебное пособие* / О.Т. Богомолов. – М.: ИКЦ «Академкнига», 2003. – 216 с.
5. Бочан І.О. *Глобальна економіка: підручник* / І.О. Бочан, І.Р. Михасюк. – К.: Знання, 2007. – 403 с.
6. Фатхутдинов Р.А. *Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление* / Р.А. Фатхутдинов. – М.: ИНФРА-М, 2000. – 312 с.

7. Тищенко А. Н. *Формирование конкурентной позиции предприятия в условиях кризиса: монография* / А.Н. Тищенко, Ю.Б. Иванов, Н.А. Кизим, Е.В. Ревенко, Т.М. Чечетова-Терашвили. – Х.: ИД «ИНЖЭК», 2007. – 376 с.

Рецензент: д-р екон. наук, проф. Л.О. Українська, Харківський національний економічний університет, Харків.

ПОЛУЧЕНИЕ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ В ГЛОБАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКЕ

Е.И. Литвинов

В статье рассмотрены особенности конкуренции и конкурентоспособности в современной глобальной мировой экономике предприятий, в том числе украинских во время перехода от конкуренции отдельных стран и товаров к конкуренции транснациональных корпораций и отдельных секторов экономики, важность получения конкурентных преимуществ украинскими предприятиями. Также предложены направления обеспечения конкурентоспособности отечественных предприятий при условиях глобализации рыночных отношений.

Ключевые слова: глобализация, конкуренция, конкурентоспособность, отечественное предприятие, конкурентные преимущества, экономика.

A RECEIPT OF COMPETITIVE EDGES IS IN GLOBAL ECONOMY

Y.I. Litvinov

In the article the features of competition and competitiveness were considered in the modern global world economy of enterprises, including Ukrainian during a transition from the competition of separate countries and commodities to the competition of multinational corporations and separate sectors of economy, importance of receipt of competitive edges by the Ukrainian enterprises. Directions of providing of competitiveness of domestic enterprises were also offered at the terms of globalization of market relations.

Key words: globalization, competition, competitiveness, domestic enterprise, competitive edges, economy.

Літвінов Євген Іванович – аспірант, Харківський національний економічний університет, Харків.