

СУЩНОСТЬ КОНКУРЕНТНОЙ РАЦИОНАЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ ПОДХОДА ДИНАМИЧЕСКИХ КОМПЕТЕНЦИЙ

ЯСТРЕМСКАЯ Е. Н.

доктор экономических наук

ЕМЕЛЬЯНОВА О. А.

аспирант

Харьков

Актуальность данной статьи обусловлена экономическими изменениями, которые происходят в нашей стране и в мире в целом. Получение Украиной статуса государства с рыночной экономикой и её вступление в ВТО в условиях глобализации мировой экономики повлекло за собой ужесточение конкуренции как на внутреннем, так и на внешних рынках. В условиях высокого уровня конкуренции, ограниченности ресурсов и динамичности внешней среды сохранение и усиление конкурентных позиций для предприятия становится невозможным без адекватной оценки и рационального управления своей конкурентоспособностью.

Изучению теоретических и практических аспектов конкуренции посвящали свои работы многие исследователи, среди них А. Смит, М. Портер, Г. Хамел, К. Прахалад, Дж. С. Ким, П. Арнольд, Карлофф В., Диксон П., Дойль П., Азоев Г. Л., Власова В. М., Завьялов П. С., Соловьев Б. А., Фатхутдинов Р. А., Винокуров В. А., Забелин П. В., Люкшинов А. Н., Шершнёва З. Е., Балабанова И. В. и другие.

Несмотря на то, что пониманию и трактовке таких экономических категорий как «конкуренция» и «конкурентоспособность» посвящено большое количество трудов отечественных и зарубежных ученых, проблема актуального понимания сущности «конкурентной рациональности», как относительно нового понятия, осталась нерешенной.

Целью данной статьи является уточнение понимания сущности конкурентной рациональной предприятия на основе подхода динамических компетенций как составляющей конкуренции на рынке.

В соответствии с Законом Украины «О защите экономической конкуренции» конкуренция является составной частью рыночной экономики и основным механизмом формирования хозяйственных пропорций, направленным на создание благоприятных условий сбыта продукции и максимального удовлетворения потребностей потребителей [1]. Такое определение является основополагающим, но не раскрывает всей сущности конкуренции, так как не дает понимания того, за счет каких средств реализуется подобный механизм.

Карлофф В. трактует конкуренцию как «соперничество или борьбу чаще между двумя более-менее определенными соперниками» [2, с. 124]. Часть ученых (Азоев Г. Л. [3], Власова В. М. [4], Завьялов П. С. [5], Соловьев Б. А. [6]) поддерживают эту идею и трактуют

конкуренцию именно как «соперничество» в процессе достижения «целей». В то же время Фатхутдинов Р. А. пишет о том, что конкуренция – это «процесс управления своими конкурентными преимуществами для получения побед или достижения других целей в борьбе за удовлетворение объективных или субъективных потребностей в рамках законодательства или в естественных условиях» [7, с. 86].

В ходе эволюции понимания сущности конкуренции мировое научное сообщество разработало несколько подходов к его трактовке: поведенческий, ситуационный и функциональный.

В поведенческом подходе, апологетом которого является А. Смит [8], конкуренция проявляется в уравнивании частных и общих интересов участников рынка в процессе соперничества за более выгодные условия продажи товаров. Таким образом, конкуренция стимулирует производителей к повышению производительности труда, улучшению технологий, противостоит образованию предприятий-монополистов и способствует вытеснению с рынка неэффективных предприятий-аутсайдеров.

Дальнейшее понимание сущности конкуренции развивает структурный подход, в соответствии с которым конкуренция определяется типом рынка и условиями функционирования субъектов хозяйствования на нём. Вид конкуренции зависит от возможности входа и выхода предприятия на рынок и наличия или отсутствия возможности влияния на цены. В зависимости от этого выделяют следующие виды конкуренции: совершенная конкуренция, абсолютная монополия, монополия, монополистическая конкуренция, олигополия [7].

Функциональный подход рассматривает роль конкуренции в экономическом развитии [9].

Учитывая сложность принятия управленческих решений в условиях ограниченности ресурсов и необходимости быстрой адаптации к динамически изменяющемуся конкурентному рынку, наиболее полным подходом к понятию конкуренция является функциональный.

В рыночной конкуренции основной характеристикой предприятия является его конкурентоспособность. В ходе развития экономической мысли претерпело изменение и определение понятия «конкурентоспособность», которое и в настоящее время не получило окончательного определения в виду особенности экономической науки, когда одна и та же категория трактуется по-разному в зависимости от «особенности постановки задачи и цели исследования, особенности выбора предмета исследования, субъекта и объекта конкуренции, масштаба деятельности» [9, с. 137].

В соответствии с развитием экономической теории получили развитие и подходы к определению кон-

курентоспособности. В настоящее время можно выделить три основных подхода: ресурсный, конкурентных преимуществ, динамических компетенций.

Юданов А. Ю. как сторонник ресурсного подхода трактует конкурентоспособность как «способность предприятия производить и реализовать конкурентоспособную продукцию; конкурентоспособность зависит от общей эффективности его деятельности и определяется совершенством ресурсов предприятия, используемых в его деятельности» [10, с. 89]. Конкурентоспособность предприятия, в таком случае, обеспечивает потенциал, который характеризуется уникальными ресурсами.

М. Портер как основоположник подхода использования конкурентных преимуществ характеризовал конкурентоспособность как «совокупность факторов, которые определяют успех или неуспех предприятия в конкуренции; эффективность использования ресурсов» [9, с. 170]. Конкурентные преимущества возникают в результате изменения внешней и внутренней среды.

В начале 90-х годов американские ученые Г. Хамел и К. Прахалад предложили рассматривать конкурентные преимущества как результат реализации сосредоточенных у предприятия технологий и производственных навыков в компетенциях, которые наделяют отдельные предприятия потенциалом быстрой адаптации к изменчивым рыночным возможностям [11]. В прямом смысле компетенция означает совокупность полномочий какого-либо органа или должностного лица, перечень вопросов, в которых данное лицо имеет опыт и знания [12]. Г. Хамел и К. Прахалад выделяли ключевые компетенции организации, то есть набор умений и технологий, накопленные предприятием знания и опыт, которые становятся основой его успешной конкуренции

[11]. Ключевые компетенции (core competency) – компетенции, создающиеся в процессе непрерывного развития, улучшения и расширения предприятия, которое ставит целью достижение лидерства в дизайне и функциональности продукта на основе ценности в стратегической архитектуре предприятия [13]. Ключевые компетенции – коллективное обучение предприятия, в частности, умение координировать разнообразные производственные навыки и интегрировать многочисленные технологические потоки [14], т. е. более глубокие способности.

В современном экономическом сообществе фигурируют также такие понятия как «отличительная компетенция», «производственная компетенция» и «стратегическая компетенция» [15, 16, 17, 18, 19].

Дж. С. Ким и П. Арнольд предлагают рассматривать стратегическую компетенцию как способность хозяйствующего субъекта соответствовать требованиям внешней среды [20], возникающую в результате формирования понятийной цепочки «компетентность → основные способности → ключевая компетенция → стратегическая компетенция», о чем говорит Варганова О. В. [21].

Динамические компетенции – это потенциал предприятия в интегрировании, создании и реконфигурации внутренних и внешних компетенций для соответствия быстро изменяющейся среде [22].

Вместе с тем, уровень приобретения и проявления динамических компетенций должен быть обоснованным, то есть рациональным. Рациональный подход в формировании конкурентоспособности предприятия должен быть основополагающим. В словаре терминов логики под рациональностью подразумевается «относящееся к разуму, обоснованность разумом, доступное разумному пониманию, в противоположность ирра-

Таблица 1

Обобщение понятия «рациональность»

Автор	Определение	Особенность
М. Вебер [24]	Точный расчет адекватных средств для достижения данной цели	точный расчет, адекватные средства, достижение цели
Ю. Б. Рубин [25]	Целесообразная деятельность, направленная на достижение цели, исходя из заданных ограничений и имеющихся возможностей. Полная и неполная рациональность – понятие о том, в полной мере люди использовали все свои возможности для рационального выбора или нет	целесообразная деятельность, достижение цели, ограниченность ресурсов
Словарь терминов логики [26]	Относящееся к разуму, обоснованность разумом, доступное разумному пониманию, в противоположность иррациональности как чему-то неразумному, недоступному разумному пониманию; соответствие законам логики, методологическим нормам и правилам; целесообразность, того, что способствует достижению цели	обоснование разумом, соответствие законам логики, целесообразность, того, что способствует достижению цели
Экономический словарь [27]	Полная рациональность – это допущение о том, что люди полностью используют доступную им информацию, чтобы с её помощью установить, рассчитать, как наилучшим образом использовать ресурсы, имеющиеся у них средства и достичь своих целей, получить желаемый результат	полное использование информации, наилучшее использование ресурсов, достижение цели
Сайт «Академик. Словари и энциклопедии» [28]	В формате проблемы выбора наилучшего способа использования ограниченных ресурсов для удовлетворения человеческих потребностей – это утверждение о том, что одни способы использования ограниченных ресурсов лучше других, и что именно эти лучшие способы люди, как правило, и имеют тенденцию выбирать	целесообразность использования ресурсов

циональности как чему-то неразумному, недоступному разумному пониманию; соответствие законам логики, методологическим нормам и правилам; целесообразность, того, что способствует достижению цели» [23].

Обобщение понятия «рациональность» приведено выше в табл. 1.

При трактовке понятия «рациональность» можно говорить о «разумности» или «оптимальности» использования имеющихся в наличии ресурсов для достижения поставленной цели.

Теория конкурентной рациональности изучает последовательное маркетинговое поведение предприятия, которое взаимодействует с потребителем в ходе организации процесса обмена на высоко-конкурентном рынке, постоянно развивается. Маркетинговые решения в теории конкурентной рациональности имеют особенности – необходимость постоянного удовлетворения потребностей.

Для формирования понимания сущности понятия «конкурентная рациональность» следует обратиться к определениям этого явления учеными-экономистами (табл. 2).

Конкурентная рациональность рассматривается современной наукой, в первую очередь, как разумное удовлетворение потребностей потребителей для достижения собственных целей, то есть рациональность достигается при взаимодействии с внешней средой. В тоже время, в соответствии с подходом динамических компетенций конкурентоспособность предприятия, а, следовательно, и его конкурентная рациональность достигается только посредством реализации динамических компетенций, то есть внутренней среды. Следовательно, при формировании понимания сущности «конкурентной рациональности» необходимо учитывать не только внешнюю, но и внутреннюю среду, что позволяет определять конкурентную рациональность как достижение оптимального уровня конкурентоспособности предприятия, которая позволяет обеспечить результативное удовлетворение потребностей потреби-

телей посредством реализации его динамических компетенций во внутренней и внешней среде.

Таким образом, можно сделать следующие выводы. Использование функционального подхода позволяет сформировать наиболее полное представление о сущности «конкуренции». Ключевым для характеристики предприятия в условиях конкуренции является его «конкурентоспособность», которая в соответствии с подходом динамических компетенций формируется за счет реализации ключевых компетенций, формирование и реализация которых должна осуществляться на основе рационального подхода. Следовательно, предприятие должно стремиться к достижению не максимизации конкурентоспособности, а к формированию рациональной конкуренции, под которой понимается достижение оптимального уровня конкурентоспособности предприятия, которая позволяет обеспечить результативное удовлетворение потребностей потребителей посредством реализации его динамических компетенций во внутренней и внешней среде. ■

ЛИТЕРАТУРА

1. Закон України «Про захист економічної конкуренції» від 11.01.2001 // Голос України. – 2001. – 27 лютого.
2. Карлофф В. Деловая стратегия / Карлофф В.; пер. с англ. – М.: Экономика, 1991. – 239 с.
3. Азоев Г. Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика / Г. Л. Азоев. – М. Центр экономики и маркетинга, 1996. – 208 с.
4. Власова В. М. Основы предпринимательской деятельности. Маркетинг / В. М. Власова. – М.: Финансы и статистика, 1999. – 87 с.
5. Завьялов П. С. Формула успеха: маркетинг / П. С. Завьялов, В. Е. Демидов. – М.: Международные отношения, 1999. – 416 с.
6. Соловьев Б. А. Управление маркетингом: 17-модульная программа для менеджеров «Управление развитием организации». – М.: ИНФРА-М, 1999. – Т. 13. – 113 с.
7. Фатхутдинов Р. А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление / Р. А. Фатхутдинов. – М.: ИНФА-М, 2000. – 312 с.

Таблица 2

Обобщение понятия «конкурентная рациональность»

Автор	Определение	Особенность
П. Диксон [29]	Процесс принятия маркетинговых решений на насыщенном конкурентами рынке. Слово «рациональная» подразумевает, что фирма стремится быть последовательной в организации обмена с потребителями непрерывно развивающемся на рынке.	принятия маркетинговых решений, последовательность в организации обмена с потребителями
П. Дойль [30]	Теория жизненных циклов бесконечной инновации-имитации. В данной теории существенное то, что продавцы постоянно влияют на рыночную конъюнктуру, а последняя в свою очередь, влияет на них.	взаимное влияние продавцов и рыночной конъюнктуры
И. В. Балабанова [31]	Оптимизация конкурентного потенциала и конкурентного поведения предприятий с целью получения долгосрочных конкурентных преимуществ через обеспечение результативного удовлетворения потребностей и запросов потребителей в рыночных условиях функционирования.	оптимизация конкурентного потенциала и конкурентного поведения, цель – долгосрочные конкурентные преимущества, обеспечение результативного удовлетворения потребностей потребителей

- 8. Смит А.** Исследования о природе и причинах богатства народов [Текст] : пер. с англ. / А. Смит. – М. : Наука, 1992. – 572.
- 9.** Інтегровані структури бізнесу: проблеми теорії та практики оцінювання конкурентоспроможності / М. О. Кизим, В. С. Пономаренко, В. М. Горбатов, О. М. Ястремська : монографія. – Х. : ВД «ІНЖЕК», 2010. – 368 с.
- 10. Юданов А. Ю.** Конкуренция: теория и практика : учебно-практическое пособие / А. Ю. Юданов. – М. : Из-во «ГНОМ-ПРЕСС», 1998. – 384 с.
- 11. Prahalad, S. K., Hamel, G.** (1990) The core competence of the corporation.– Harvard Business Review.– Vol. 68.– No. 3.– pp. 79-91.
- 12.** Новейший словарь иностранных слов и выражений. – М. : ООО «Издательство АСТ», Мн. : Харвест, 2002. – С. 419.
- 13. Прахалад К.** Все о стратегии. 04.03.2011 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://360strategy.ru/strategy_person/coimbatore-prahalad/.
- 14. Прахалад К. К., Хэмел Г.** Стержневые компетенции корпорации (в книге Минцберг Г., Куинн Дж. Б., Гошал С. Стратегический процесс / Пер. с англ. под ред. Ю. Н. Каптуревского. – СПб. : Питер, 2001. – С. 112-123).
- 15. Kim, J. S. and Arnold, P.** (1992), «Manufacturing competence and business performance: a framework and empirical analysis» // International Journal of Technology Management.– Special Issue on the 5th International Forum on Technology Management.– Vol. 11.– No. 3/4.– pp. 494-503.
- 16. Selznick P.** Leadership in Administration.– New York: Harper & Row, 1957.
- 17. Hayes, R. H. and Wheelwright, S. C.** (1979). Link manufacturing process and product life cycle // Harvard Business Review.– Vol. 57.– No. 1.– pp. 79-91.
- 18. Cleveland, G., Schroeder, R. G. and Anderson, J. C.** (1989). A theory of production competence // Decision Science.– Vol. 20.– pp. 655-668.
- 19. Corbett, C. and Van Wassenhove, L.** (1993). Trade-off? What trade-off? Competence and competitiveness in manufacturing strategy // California Management Review.– Summer.– pp. 107-122.
- 20. Kim, J. S. and Arnold, P.** (1992). Manufacturing competence and business performance: a framework and empirical analysis // International Journal of Technology Management.– Special Issue on the 5th International Forum on Technology Management.– Vol. 11.– No. 3/4.– pp. 494-503.
- 21. Вартанова О. В.** Стратегічна компетенція як об'єкт стратегічного управління підприємством / О. В. Вартанова // Вісник східно-українського національного університету ім. В. Даля. – 2009. – № 2 (132). – С. 49-55.
- 22. Teece D.J., Pisano G.A. Shuen A.** Dynamic capabilities and strategic management // Strategic management journal. – 1997. – Vol. 18. – № 7. – P. 509-534.
- 23.** Словарь терминов логики [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.niv.ru/doc/logic/dictionary/277.htm>.
- 24.** Энциклопедия социологии [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://dic.academic.ru/>.
- 25.** Портфель конкуренции и управления финансами (книга конкурента. Книга финансового менеджера. Книга антикризисного управляющего) / Отв. ред. Ю. Б. Рубин. – М. : СОМИНТЕК, 1996. – 736 с.
- 26.** Словарь терминов логики [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.niv.ru/doc/logic/dictionary/277.htm>.
- 27.** Экономический словарь [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://dic.academic.ru/dic.nsf/econ_dict/8022.
- 28.** Академик. Словари и энциклопедии [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://dic.academic.ru/>.
- 29. Диксон П.** Управление маркетингом / П. Диксон. – М. : Бинном, 1998. – 560 с.
- 30. Дойль П.** Менеджмент. Стратегия и тактика / П. Дойль. – СПб. : Питер, 1999. – 560.
- 31. Балабанова І. В.** Управління конкурентною раціональністю : монографія / І. В. Балабанова. – Донецьк : ДонНУЕТ, 2008. – 537 с.