

КАПІТАЛ ЯК КОНКУРЕНТНА ПЕРЕВАГА ТОВАРОВИРОБНИКА

ДАНІЛОВ О. Д.

кандидат економічних наук

ДЕНИСЕНКО Д. Є.

здобувач

Київ

Конкурентоспроможність національного товаровиробника є однією з ключових передумов забезпечення конкурентоспроможності економіки країни. У свою чергу, конкурентоспроможність національного товаровиробника залежить від наявності конкурентних переваг і вміння ефективно їх використовувати.

Різним аспектам конкуренції та конкурентоспроможності присвячені праці Г. Азоева, Н. Задорожної, А. Зозулева, Б. Карлофа, В. Павлової, С. Попова, М. Портера, Н. Тарнавської, Ю. Іванова, О. Тищенко, Р. Фатхутдінова та ін. Однак дослідження конкурентних переваг національного товаровиробника потребує подальших напрацювань. Зважаючи на широту аспекту дослідження конкурентних переваг, *метою* статті обрано місце капіталу у системі конкурентних переваг товаровиробника.

Капітал є однією з найбільш уживаних та суперечливих економічних категорій. Тлумачення сутності капіталу змінювалося разом з еволюцією економічних відносин, що, певним чином, позначалося на поглядах економістів на сутність і призначення капіталу. Одним із перших підходів до визначення сутності капіталу можна вважати матеріально-речовий, який досліджує капітал з

позицій сукупності матеріальних цінностей, придатних для використання у виробництві. Такий підхід був домінуючим для епохи класичної економічної теорії [9, 23, 13].

Переважання матеріально-речового тлумачення капіталу в епоху класичної економічної теорії, на наш погляд, зумовлено особливостями не тільки економічних відносин, але і специфікою розвитку продуктивних сил та виробничих відносин. Саме на цей етап припадають технічні революції, які дозволили створити нові прогресивні засоби виробництва. У той період капіталіст, який володів продуктами відкриттів свого часу, використовував машинну працю, замість ручної, був на крок попереду від своїх конкурентів. Така ситуація сформувала відношення до засобів виробництва як джерел прогресу, отримання прибутку, економічної влади тощо. З розвитком продуктивних сил змінювався і характер економічних відносин, зростала роль грошових коштів, внаслідок чого сформувався інший підхід до тлумачення сутності капіталу – грошовий. Класичним визначенням капіталу прийнято вважати визначення К. Маркса: «Капітал – це вартість, яка самозростає» [11].

Серед економістів XIX ст. термін «капітал» належав тільки до того сегмента багатства, який був продуктом минулого виробництва. Багатство, яке не було виробленим, таке, як земля або родовища корисних копалин, було вилучене з визначення капіталу. Дохід від капіталу (визначений у такий спосіб) називався прибутком або процентом, тоді як дохід від природних ресурсів називався рентою. Сучасні економісти, для яких капітал означає просто сукупність товарів і грошей, що використовується для створення ще більшої кількості товарів і грошей, уже не вдаються до такого поділу [18, с. 101].

У кінці XIX ст. інтерес до визначення економічної сутності капіталу посилювався, однак єдиного підходу так і не було вироблено, оскільки капітал розглядали і як засоби праці, і як гроші, і як певну абстракту величину, яка здатна приносити прибуток. Аналогічна тенденція збереглася і у XX ст. [10, 12, 22, 28]. Спільним для всіх наведених підходів до визначення сутності капіталу є очікувана вигода від вкладення капіталу у певний виробничий процес, здатність задовольнити очікування власника капіталу. На відміну від економістів першої половини XIX ст., у наведених підходах капітал не розглядається тільки як уречевлена у минулому праця, здатна створити нову вартість. Поруч із засобами праці капіталом визнаються і гроші та інші блага.

Сучасні трактування капіталу є ще глибшими, однак і вони не позбавлені суперечностей [2, с. 29; 4, с. 125; 3, с. 251; 27, с.125; 15, с. 11; 8, с. 8]. У зазначених працях під капіталом визнають запаси благ, будь-які інвестиційні ресурси, грошові доходи та грошові ресурси, частину фінансових ресурсів, яка буде вкладена у процес виробництва, джерело багатства тощо.

У процесі виробництва та на стадіях обігу постійно виявляється двоїста сутність капіталу, що визначає його як джерело для створення продуктивного активного капіталу та як причину виникнення зобов'язань підприємства. Лише правильне розуміння суті капіталу в усіх його багатогранних проявах призведе до максимально ефективного функціонування кожного окремо взятого підприємства та економіки загалом [21, с. 59]. Підсумовуючи викладене вище, варто окреслити такі ознаки капіталу (рис. 1).

Узагальнюючи наведені підходи, вважаємо, що капітал – це сукупність ресурсів, наявних у розпорядженні товаровиробника, які можуть бути використані для створення нової вартості та отримання економічної вигоди. Виходячи з цього у складі капіталу підприємства можна виокремити: засоби праці, здатні створювати нову вартість та приносити прибуток; фінансові ресурси, які можуть бути направлені у процес створення нової вартості або вкладені з метою отримання прибутку; земля та природні ресурси, наявні у розпорядженні або користуванні товаровиробника; інтелектуальна власність та нові знання; фінансові активи, які приносять прибуток.

Зважаючи на роль капіталу у процесі життєдіяльності будь-якого економічного суб'єкта, його можна вважати однією з головних конкурентних переваг товаровиробника. Перш ніж розглянути капітал у якості конкурентної переваги, визначимося із сутністю конкурентних переваг та їх роллю у формуванні і підтриманні конкурентоспроможності товаровиробника.

Незважаючи на поширення терміну «конкурентна перевага» єдиного підходу щодо його тлумачення немає. Аналіз підходів вітчизняних і зарубіжних вчених до визначення сутності конкурентних переваг дозволив нам згрупувати наявні підходи наступним чином (табл. 1).

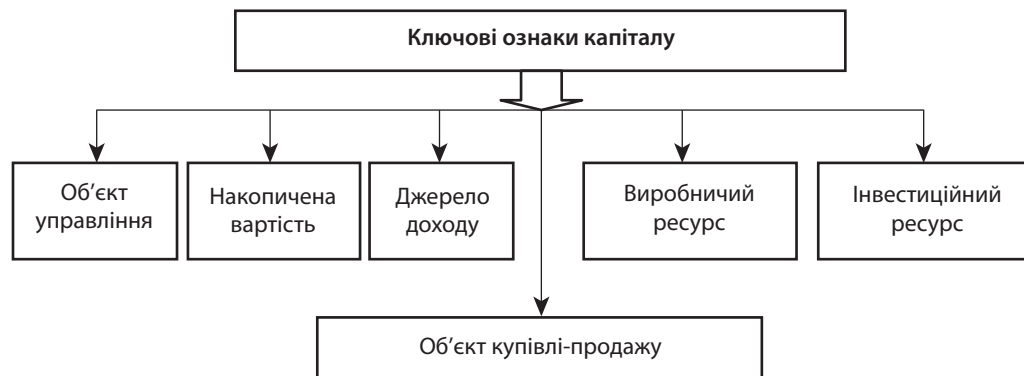


Рис. 1. Характерні ознаки капіталу

Теоретичні підходи до визначення сутності конкурентних переваг

| Підхід | Компаративний | Ресурсний | Ринковий | Поведінковий |
|-------------|--|---|--|---|
| Сутність | Конкурентні переваги розглядаються порівняльні характеристики суб'єкта, які забезпечують більш вигіршний стан для одного суб'єкта порівняно з іншими | Конкурентні переваги ставляться у залежність від факторів виробництва, які сформувалися в країні. Або ж їх ототожують з унікальними ресурсами, якими володіє підприємство | Конкурентні переваги розглядають як наслідок володіння ексклюзивними цінностями або уміння краще переборювати сили конкуренції | Діяльність (або відносини) направлена на удосконалення власної діяльності та ослаблення конкурентів |
| Прихильники | Г. Азоєв, Н. Куденко, С. Попов, В. Немцов, Л. Довгань | М. Портер, Б. Карлофф, А. Градов, В. Маркова | М. Книш, А. Шегда, Р. Фатхутдінов, П. Забелін, Н. Моїсеєва, Ж.-Ж. Ламбен | А. Зозулев, Павлова В. А., Задорожня Н. |

Джерело: складено автором на основі 1, 5, 6, 7, 14, 16, 17, 19, 20, 24, 25, 26, 30.

Найбільш узагальненим визначенням конкурентної переваги можна вважати таке: конкурентна перевага являє собою відносну категорію, що проявляється в конкурентному середовищі, має стабільність і високий рівень адаптації до умов, що змінюються, і визначає можливість ефективного функціонування системи [25, с. 33]. На наш погляд, таке тлумачення сутності конкурентної переваги є найбільш широким і адаптованим до сучасних умов. Наявність конкурентних переваг не можна вважати запорукою конкурентоспроможності товаровиробника. Конкурентна перевага формує передумови для виготовлення економічного блага, яке задовольнить потреби споживача, за рахунок особливих якостей такого блага. Однак цього можна досягти лише у випадку реалізації конкурентних переваг завдяки компетентному управлінню діяльністю підприємства.

Капіталу товаровиробника властиві наступні ключові ознаки конкурентної переваги, а саме:

1. Ексклюзивна цінність. Капітал має ексклюзивну цінність, володіння кою дає суб'єкту власності перевагу над конкурентами. Ексклюзивна цінність полягає не тільки у більшій вартісній характеристиці капіталу, але і його якісних характеристиках та винятковому значенні для суб'єкта, який володіє капіталом.

2. Унікальність. Ця характеристика властива тій частині капіталу, яка є рідкісною і недоступною для всіх учасників. Володіння таким капіталом дозволяє товаровиробнику продукувати економічні блага, які характеризуються винятковими характеристиками і є унікальними на даному ринку в конкретний момент часу.

3. Здатність забезпечувати перевагу над прямими конкурентами. Така властивість забезпечується завдяки кількісним характеристикам капіталу (наприклад, більший обсяг фінансового капіталу значно розширює можливості бізнесу, порівняно з аналогічним бізнесом конкурентів, у розпорядженні яких менші обсяги капіталу), а також якісним параметрам (швидкість залучення, вартість, термін використання тощо).

4. Залежність реалізації конкурентної переваги від накопиченого попереднього досвіду. Ця властивість капіталу обумовлюється його двоїстою природою – наявність капіталу сама по собі не є конкурент-

ною перевагою. Як конкурентна перевага капітал реалізується у процесі компетентного управління ним. Чим більшим є накопичений суб'єктом управління досвід, тим більшим буде ефект від використання капіталу як конкурентної переваги.

Як конкурентна перевага капітал чинить значний вплив на конкурентоспроможність товаровиробника. *По-перше*, вплив капіталу на конкурентоспроможність закладається на етапі вибору джерел формування капіталу. Кожна із складових джерел формування капіталу (власний, позиковий, залучений) має свою вартість, яка визначає сукупну вартість сформованого капіталу. Низька вартість сформованого капіталу порівняно з конкурентами підвищує конкурентоспроможність товаровиробника. При оцінці капіталу як конкурентної переваги з позиції його вартості необхідно враховувати не тільки явні витрати, понесені на формування та обслуговування капіталу, але і його альтернативну вартість, тобто втрачений прибуток внаслідок надання переваги окремій складовій капіталу. Особливо це актуально для власного капіталу.

По-друге, вплив на конкурентоспроможність товаровиробника визначається ступенем ефективності використання сформованого капіталу. Досліджуючи ефект фінансового левериджу, формувати капітал необхідно з урахуванням не тільки ступеня допустимої фінансової залежності, але і з урахуванням зміни рентабельності власного капіталу при збільшенні частки позикового.

По-третє, вплив капіталу на конкурентоспроможність товаровиробника визначається його здатністю створювати нову вартість. Чим інтенсивнішою є оборотність капіталу, тим більший обсяг новоствореної вартості буде припадати на одиницю вкладеного капіталу.

Розглядаючи капітал підприємства у контексті сформованого майна, яке задіяне у процесі створення нової вартості, відзначимо, що тут його вплив на конкурентоспроможність визначається, передусім, якістю техніко-технологічної бази та ефективністю використання. Ефективність використання капіталу як сформованої техніко-технологічної бази визначає продуктивність товаровиробника, а значить, і можливість задовольнити платоспроможний попит.

Якість техніко-технологічної бази визначає такі параметри виробленої продукції як енерго- та матеріаломісткість, які впливають на собівартість продукції та визначають конкурентоспроможність виготовленого товару по ціні. Також важливою характеристикою, яка впливає на конкурентоспроможність товаровиробника, є ступінь інноваційності техніко-технологічної бази, її відповідність домінуючому технологічному укладу в передових країнах світу. З цієї точки зору, якщо техніко-технологічна база товаровиробника сформована за рахунок обладнання третього та четвертого технологічного укладів, то навіть за високого коефіцієнта придатності такий основний капітал не можна розглядати у якості конкурентної переваги, оскільки домінуючим у провідних країнах світу є п'ятий та шостий технологічні уклади. Таким чином, характеристики капіталу як конкурентної переваги товаровиробника можна відобразити таким чином (рис. 2).

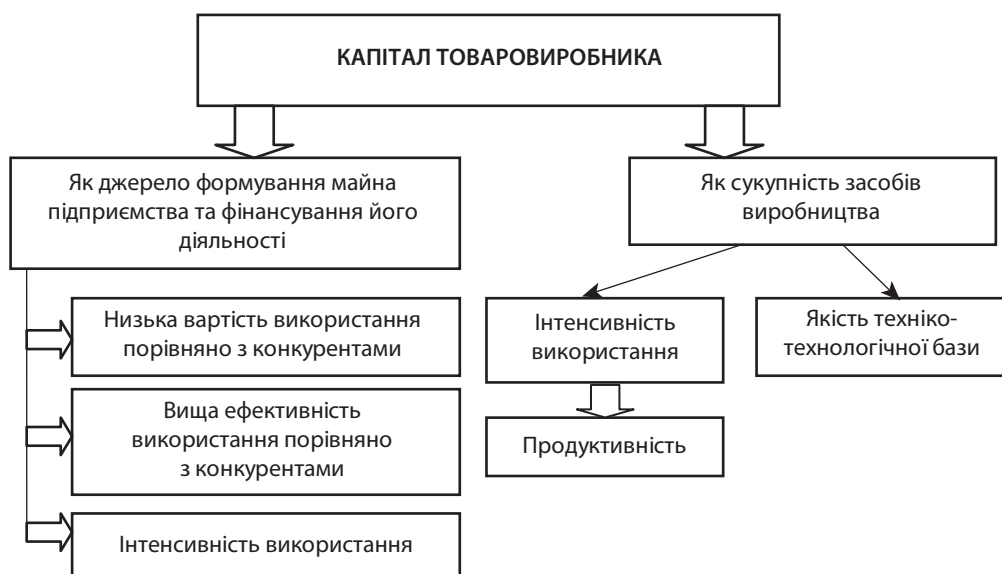


Рис. 2. Характеристики капіталу як конкурентної переваги товаровиробника

Капітал як конкурентна перевага з точки зору джерела формування майна підприємства та фінансування його діяльності (тобто основи фінансового забезпечення конкурентної стратегії) вписується в основи базової теорії забезпечення конкурентоспроможності підприємства, а саме:

1. Продукування власних і використання зовнішніх інновацій як джерела формування нових конкурентних переваг [24, с. 66].
2. Пріоритетний розвиток персоналу та впровадження менеджменту знань [20].
3. Побудова внутрішніх переваг за системою кореня [24].
4. Підвищення ефективності використання глобальних інформаційних джерел [17, с. 83].

Таким чином, капітал як джерело формування ресурсів підприємства є гнучкою конкурентною перевагою, наявність якої дає широкі можливості вибору тієї чи іншої стратегії розвитку. Натомість капітал як сукупність засобів виробництва є менш гнучкою конкурентною перевагою, однак визначальною у концепції проду-

кування власних та використання зовнішніх інновацій. Саме сучасна техніко-технологічна база дозволяє активізувати інноваційні розробки підприємства, підвищити ступінь інноваційності його продукції. Управління цією конкурентною перевагою ускладнюється тим, що товаровиробник має оперативно реагувати на втрату конкурентною перевагою своєї ексклюзивності (наприклад, моральний знос, збільшення енергомісткості виробництва) та відмовлятися від конкурентної переваги, яка втратила свою актуальність. Однак швидкість реакції залежить не тільки від компетенції товаровиробника, але і від умов, які створює держава для оновлення основного капіталу (амортизаційна політика, податкове стимулювання оновлення основного капіталу, стимулювання енергозбереження тощо). Виходячи з вищевикладеного, ефективність використання капіталу як конкурентної переваги залежить не тільки від компетентності товаровиробника, але і від передумов, які створює держава. ■

ЛІТЕРАТУРА

1. Азоев Г. Л. Конкурентные преимущества фирмы / Г. Л. Азоев, А. Л. Членков. – М.: ОАО «Типография «Новости», 2000. – 256 с.
2. Бандурка О. М., Коробов М. Я., Орлов П. І., Петрова К. Я. Фінансова діяльність підприємства: Підручник. – К.: Либідь, 2002. – 382 с.
3. Бланк И. А. Управление финансовой стабильностью предприятия. – К.: Эльга, Ника-Центр, 2003. – 496 с.
4. Брігхем Є. Ф. Основи фінансового менеджменту: Підручник / Пер. з англ. – К.: Молодь, 1997. – 1000 с.
5. Задорожна Н. Поняття конкурентних переваг // Підприємництво, господарство і право. – 2005. – № 1. – С. 100.
6. Зозулев А. Обусилення конкурентных преимуществ предприятия // Экономика Украины. – 2003. – № 8. – С. 33.
7. Карлоф Б. Деловая стратегия: концепции, содержание, символы / Пер. с англ. – М.: Экономика, 1991. – 239 с.
8. Коваленко Л. О. Фінансовий менеджмент: навч. пос. / Коваленко Л. О., Ремньова Л. М. – К.: Знання, 2005. – 485 с.
9. Корнійчук Л. Я. Історія економічних вчень. – К.: КНЕУ, 1999. – 564 с.

- 10. Макконелл К. Р., Брю С. Л.** Экономикс: принципы, проблемы и политика / Пер. с англ. – 11-е изд. – К. : Хагар – Демос, 1993. – 785 с.
- 11. Маркс К.** Капитал. Критика политической экономии. Т. 1. Кн. 1. Процесс производства капитала. – М. : Политиздат, 1983. – С. 157 – 160.
- 12. Маршалл А.** Принципы экономической науки / Пер. с англ. – Т. 1. – М. : Изд. группа «Прогресс», 1993. – 60 с.
- 13. Миль Дж. С.** Основы политической экономии. Т. 1, 2, 3. – М. : Прогресс, 1980. – 626 с.
- 14. Немцов В. Д.** Стратегічний менеджмент: Навч. посібник / В. Д. Немцов, Л. Є. Довгань. – К. : ТОВ «УВПК «ЕксОб», 2001. – 560 с.
- 15. Опарін В. М.** Фінансові ресурси: проблеми визначення та розміщення // Вісник НБУ. – 2000. – № 5. – С. 11.
- 16. Павлова В. А.** Конкурентоспроможність підприємства: оцінка та стратегія забезпечення : монографія. – Д. : Вид-во ДУЕП, 2006. – С. 37.
- 17. Питерс Т.** В поисках эффективного управления / Питерс Т., Уотермен Р. – М., 1986. – С. 83.
- 18. Пойда-Носик Н. Н., Грабарчук С. С.** Фінансові ресурси підприємства // Фінанси України. – 2003. – № 1. – С. 96 – 103.
- 19. Попов С. А.** Стратегическое управление: 17-модульная программа для менеджеров «Управление развитием организации». Модуль 4. – М. : ИНФРА-М, 1999. – 344 с.
- 20.** Пять взглядов на стратегию достижения лидерства на рынке [Электронный ресурс]. – Режим доступа : // mhtml:file//A\ Management_com_ua
- 21. Рясних Є. Г.** Основи фінансового менеджменту : Навч. посібник. – К. : Скарби, 2003. – 238 с.
- 22. Самуельсон П.** Економіка : Підручник. – Львів: Світ, 1993. – 493 с.
- 23. Сміт А.** Добробут націй. Дослідження про природу та причини добробуту націй. – К. : Port-Royal, 2011. – 684.
- 24. Тарнавська Н. П.** Управління конкурентоспроможністю підприємств: теорія, методологія, практика. – Тернопіль : Економічна думка, 2008. – 570 с.
- 25.** Теоретичні основи конкурентної стратегії підприємства [монографія] / За заг. ред. д-ра екон. наук, професора Іванова Ю. Б., д-ра екон. наук, професора Тищенка О. М. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2006. – 384 с.
- 26. Фатхутдинов Р. А.** Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление. – М. : ИНФРА-М, 2000. – 312 с.
- 27.** Финансы / Под ред. В. М. Родионовой. – М. : Финансы и статистика. – 1995. – С. 125.
- 28. Хикс Дж. Р.** Стоимость и капитал / Пер. с англ. ; [Общ. ред. и вступ. ст. Р. М. Энтова]. – М. : Издательская группа «Прогресс», 1993. – 488 с.
- 29. Шегда А. В.** Основы менеджмента: Уч. пособие. – К. : Т-во «Знання», 1998. – 512 с.
- 30. Porter Michael E.** Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance. – New York: The Free Press, 1992. – 557 p.