

СОВРЕМЕННАЯ ПАРАДИГМА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ: ПРИМЕНЕНИЕ ЛОГИСТИЧЕСКОГО ПОДХОДА

MODERN COMPETITIVENESS PARADIGM: THE LOGISTIC APPROACH APPLICATION

Н.С. Меджибовская, к.э.н., доцент Одесского государственного экономического университета

This paper is devoted to the current competition paradigm. In a modern world the intangible knowledge assets such as corporative culture, information and communication technologies, human skills, styles of management, adaptability and maneuverability, abilities of company administration to forecasting and development etc. become the prevailing factor for gaining the competitive advantages.

As the most enterprise competitive advantage we consider the knowledge about the business processes of extended enterprise. The extended enterprise includes oneself, its customers, suppliers and other business partners.

That is why we define the competition as the ability of the enterprise "to fasten" their customers that is reached by the strengthening of interaction between their business partners, other word, binding together all supply chain.

We offer to use the logistic approach for the governing of enterprise competitiveness. It consider the interaction between business partners as the integrated flow and measure the result of their activity on the base not only their expenses, but also the losses, caused by the irrational resource flow and participants activity.

Современная экономическая литература представляет весомые доказательства в пользу того, что правила конкурентной борьбы в настоящее время претерпели значительных изменений. Классические методы достижения конкурентоспособности, такие как лидерство по издержкам и дифференциация продукта [1], более не способны обеспечить устойчивую конкурентную позицию. С нашей точки зрения, причины таких изменений вызваны, во-первых, глобализацией рыночных отношений, во-вторых, повышением рыночной власти потребителей. Глобализация не только открыла национальные границы для иностранных компаний, но и расширила географическое разделение труда, тем самым усилив конкуренцию и неустойчивость (быстротечность, изменчивость) достигнутых конкурентных преимуществ. Власть потребителей сформировалась в результате повышения уровня образованности и осведомленности покупателей, которые более не удовлетворяются обезличенной продукцией, ориентированной на массового пользователя, а предоставляют четкие детализированные требования к качеству продукта и уровню сервиса.

Целью данной статьи является **обоснование возможности и необходимости применения логистического подхода к управлению конкурентоспособностью предприятий.**

Современная экономическая парадигма привела к появлению новых правил ведения конкурентной борьбы, которые выходят за рамки традиционных инструментов достижения конкурентоспособности, таких как качество, цена, уровень обслуживания, репутация, потребительская база, доступ к рынкам. Это подтверждают многие ученые, которые полагают, что идея конкурентных преимуществ на основе традиционных параметров качества, соответствия требованиям, входных барьеров и экономии на масштабе быстро теряет действие [2]. Эти классические факторы, безусловно, остаются предпосылками для достижения успеха, но устойчивая конкурентная позиция все в большей мере зависит от нематериальных факторов. Они включают корпоративную культуру, бизнес-процессы, информационные системы, человеческие ресурсы, стили управления, адаптивность и маневренность, способности руководства компании к прогнозированию и развитию и т.п. [3], то, что Тис Д. обобщил под названием «знаниевые» активы. По его мнению, «в наше время материальные активы уже не составляют основу устойчивого конкурентного преимущества.

Эта роль перешла к знаниям» [4]. Тис Д. выделил четыре составляющих «знаниевых» активов [4]:

- технологические ноу-хау;
- ноу-хау в области бизнес-процессов;
- связи с клиентами;
- репутация фирмы.

Мы согласны с мнением Тарнавської Н.П., что «знания об усовершенствовании бизнес-процессов являются более стойкими по сравнению с другими преимуществами, например, знаниями о создаваемом продукте или его усовершенствовании. В последнем случае воспроизведение конкурентом преимуществ конкретного товара возможно разными доступными способами (в частности, на основе обратного инжиниринга)» [5]. Мы развиваем этот тезис и считаем, что наиболее устойчивыми конкурентными преимуществами сегодня становятся знания об устройстве и развитии бизнес - процессов расширенного предприятия, включающего само предприятие, его клиентов, поставщиков, других бизнес – партнеров.

Мы считаем, что на современном этапе само понятие конкуренции претерпело некоторые изменения. Так, традиционный подход предполагает рассмотрение конкурентоспособности как [6]:

- способность закрепиться и сохранить позиции на рынке;
- возможность эффективно распоряжаться собственными и заемными ресурсами;
- преимущество совокупности оцениваемых показателей деятельности, которые определяют успех предприятия на определенном рынке за определенный промежуток времени.

В современных условиях, по мнению Тарнавской Н.П., «конкуренцию необходимо воспринимать как борьбу за ресурсы (средства, время) покупателей, а не как завоевание приоритета относительно продажи товаров на определенном сегменте рынка» [5].

Развивая тезис о превалировании «знаниевых» активов в качестве источников конкурентных преимуществ, особенно ноу-хау в области бизнес-процессов и связей с клиентами, мы определяем конкурентоспособность как способность предприятия «привязать» своих клиентов, что достигается путем укрепления взаимодействия с бизнес-партнерами, иными словами, «связыванием» всей цепи поставок.

Мы считаем, что современная парадигма конкурентоспособности лучше всего реализуется применением логистического подхода, под которым понимается общенаучная методология исследования, «сущность которой составляют три принципиальных положения:

- взаимосвязанные функции рассматриваются как единый поток;
- для управления потоком создается соответствующая система, то есть организационно-управленческий механизм;
- оценивание эффективности функционирования системы управления потоком осуществляется с учетом не только затрат, а еще и потерь прибыли, обусловленных нерациональным использованием ресурсов потока» [7].

Основополагающим положением логистического подхода является нахождение компромисса и баланса интересов и ответственности, подчинение частного общему. По мнению проф. Окландера М.А., логистический подход – «это образ мышления, философия деятельности, согласно которой нужно избегать частичной оптимизации сведенных вместе логистических функций через выявление реальных возможностей для них баланса». Проф. Окландер М.А. считает логистический подход производным от системного, основное отличие которого состоит в специфической методике оценки эффективности работы системы управления.

Более того, логистический подход предполагает интегрированную методологию решения различных, а не только логистических проблем предприятия, в т.ч. управления конкурентоспособностью; «это универсальный инструмент решения разных проблем. И его использование ведет к положительным, в идеале оптимальным результатам» [7].

Использование логистического подхода при управлении конкурентоспособностью объясняется тем, что предприятие может достичь конкурентных преимуществ только при

системном рассмотрении взаимоотношений с поставщиками, потребителями, другими бизнес-партнерами в качестве ключевых факторов наращивания конкурентных преимуществ, а процесс взаимодействия с ними - как поток, который требует «оптимизации работы системы, а не ее составных частей» [7]. В данном случае под системой понимается конгломерат предприятия и его бизнес-партнеров, то, что ряд ученых называет «расширенным предприятием» [8].

В результате рынок оценивает деятельность уже не отдельного предприятия, а всей его цепи поставок: «конкурентоспособность более не создается единичными компаниями, скорее цепи поставок конкурируют друг с другом» [9], поэтому качество взаимодействия предприятий в цепи поставок является ключевым фактором повышения конкурентоспособности ее участников. Более того, оценка эффективности функционирования всей системы должна учитывать недополученный доход/потери, обусловленные нерациональным использованием ресурсов цепи поставок.

В результате мы можем сделать ряд принципиальных выводов:

1. Современные условия хозяйствования обусловили изменения сущности и характера конкурентной борьбы.
2. Превалирующими факторами достижения конкурентоспособности становятся нематериальные, «знаниевые» активы, такие как корпоративная культура, информационно-коммуникационные технологии, человеческие ресурсы, стили управления, адаптивность и маневренность, способности руководства компании к прогнозированию и развитию и т.п.
3. Мы считаем, что наиболее устойчивыми конкурентными преимуществами являются знания об устройстве и развитии бизнес-процессов расширенного предприятия, включающего само предприятие, его клиентов, поставщиков, других бизнес-партнеров.
4. Перечисленные изменения делают необходимым пересмотр понятия конкурентоспособности, которое мы определяем как способность предприятия «привязать» своих клиентов, что достигается путем укрепления взаимодействия с бизнес-партнерами, иными словами, «связыванием» его цепи поставок.
5. Для управления конкурентоспособностью мы предлагаем использование логистического подхода, в рамках которого взаимодействие между предприятиями в цепи поставок рассматривается как единый поток, а измерение результатов деятельности производится не только с позиций экономии ресурсов, но и величины потерь, вызванных нерациональными действиями участников.

Литература.

1. Porter M.E. *Competitive Strategy: Techniques for Analysing Industries and Competitors*. – New York: Free Press, 1980. - 398 с.
2. Wilson R.M.S. *Strategic marketing management: planning, implementation and control* / R.M.S. Wilson, C. Gilligan. - Butterworth-Heinemann, 2005. – 867 с.
3. Abooy M. Sustainability: Hyper-competition and Continuous Change (Examination of Schwab) [Электронный ресурс] / M. Abooy // Academic Site & Blog. – Режим доступа: <http://www.mateoaboy.com>.
4. Денисова Д. Время продавать знания // Эксперт. – 2004. - №24.
5. Тарнавська Н.П. Новітні прояви конкуренції в суспільстві, яке базується на знаннях // Економіка України. – 2008. - №2. – С. 4-16.
6. Романко О.П. Конкурентоспроможність машинобудівного підприємства: Сутність та властивості // Логістика. Вісник Національного університету „Львівська політехніка”. – 2008. - №633. - С.609-613.
7. Окландер М.А. *Логістика: Підручник*. – К.: Центр учбової літератури, 2008. – 346 с.
8. Nah A., Dean W. The Delta Model — discovering new sources of profitability in a networked economy // *European Management Journal*. – 2001. – 19 (4). - С. 379-391.
9. Hilmola O. Supply chain management research using case studies: a literature analysis / Hilmola O., A. Hejazi, L. Ojala // *International Journal of Integrated Supply Management*. - 2005. - № 1 (3). - С. 294-311.