

Кононенко Г. І.

аспірант кафедри економіки підприємства
Київського національного університету технологій та дизайну

Kononenko G. I.

Graduate Student of Business Economics
Kiev National University of Technology and Design

ОСОБЛИВІСТЬ ІНСТИТУЦІЙНОЇ КОНЦЕПЦІЇ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА

FEATURE INSTITUTIONAL CONCEPT COMPETITIVE ADVANTAGE

Анотація. У роботі наведено основні концепції формування конкурентних переваг підприємств. Акцентовано увагу на формуванні конкурентних переваг на основі розвитку відносин між бізнес-партнерами. Розглянуто основні форми довгострокових партнерських відносин між суб'єктами господарювання. Проаналізовано вплив законодавчого забезпечення інституту конкуренції на формування конкурентних переваг. Запропоновано заходи щодо об'єднання ринкової, ресурсної та інституційної концепції для формування стійких конкурентних переваг підприємства.

Ключові слова: конкурентні переваги, інституційна концепція, інтеграція, законодавче забезпечення, конкурентоспроможність.

Вступ та постановка проблеми. У сучасній економічній теорії існують три основні концепції визначення джерел формування конкурентних переваг суб'єктів господарювання, які подано в порядку їх формування: ринкова, ресурсна, інституційна. Якщо перші дві концепції отримали широку підтримку в наукових колах, то у останньої ще недостатньо багато прибічників і неоднозначне розуміння її суті в забезпеченні конкурентних переваг підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми формування конкурентних переваг за допомогою різних концепцій досліджували вчені та економісти різних держав, як вітчизняні так і зарубіжні, а саме: Я.Ю. Криворучко, Р. Коуз, Ф. Вебстер, М.М. Смирнова, Е.А. Сисоєва, Б.П. Воловиков, Г.М. Самошилова, Э.С. Чачашвили та ін. У роботах зазначених авторів проводиться аналіз використання ринкової та ресурсної концепції формування конкурентних переваг підприємств та методів їх оцінки, але на сьогодні залишаються проблеми стосовно вивчення та дослідження інституційного підходу формування конкурентних переваг та їх оцінки на підприємствах України.

Метою даної роботи є систематизація наукових поглядів та розвиток концептуальних засад відносно визначення сутності інституційного підходу і механізму його впливу на формування конкурентних переваг підприємств.

Результати дослідження. Інституційний підхід до формування конкурентних переваг пов'язується з розвитком нової інституційної теорії. Конкурентна поведінка суб'єктів ринку стає більш складною і визначається як необхідністю отримання прибутку і досягати конкурентних переваг не тільки завдяки матеріальним і нематеріальним ресурсам, але й використовуючи обмеження, які мають соціальну природу, певні цінності та традиції. Крім того, у 2000-х роках з'явилися нові організаційні форми ведення бізнесу, розвиток яких пов'язувався не тільки з традиційними маркетинговими підходами, а й з іншими відмінними від них підходами, які передбачали довгострокові відносини зі споживачами, різного роду партнерствами, стратегічними альянсами [1, с. 76].

До того ж саме в перехідних економіках найбільш актуальним постає завдання інституційного вибору. Головна проблема в цей період полягає в тому, що все суспільство та його окремі системи знаходяться в стані невизначеності, у тому числі це відноситься і до конкурентних відносин [2, с. 95].

Відповідно до інституційної концепції, конкурентні переваги з'являються в результаті інтеграції на підприємствах процесів взаємодії на індивідуальному (норми, звички, традиції), організаційному (корпоративна культура, система цінностей) і міжорганізаційному (вплив із боку держави, галузевих альянсів, суспільних очікувань) рівнях [3].

Таким чином, інституційні конкурентні переваги пов'язані із трьома рівнями: на першому (індивідуальному) вони асоціюються із соціальними факторами (соціальна відповідальність бізнесу); на другому – на рівні корпоративної культури (включаються всі складові управління підприємством: стратегія, цілі, ринкові сегменти, продуктивність правці, якість продукції); на третьому – проявляються внаслідок державного законодавчого забезпечення, сприятливого для ведення бізнесу і здійснення добросовісної конкуренції, а також інтеграційних відносин із споживачами, постачальниками, конкурентами.

Виходячи з цих визначень, стає зрозумілим, що ринкова, ресурсна і інституційна концепції по-різному впливають на поведінку людей і підприємств при формуванні конкурентних переваг. На необхідність доповнення ресурсного підходу інституційним указували і сучасні дослідники. Наприклад, Б.П. Воловиков зазначав, що не можна абсолютизувати діяльність компаній, які роблять ставку лише на ресурсні переваги, адже це може супроводжуватися нерациональними ресурсними рішеннями, які можуть бути не завжди оптимальними і продуктивними. Натомість важливою умовою продуктивності ресурсних вкладень є їх відповідність організаційній культурі та соціальним факторам [4, с. 66]. Слід зазначити, що дослідження інституційних змін у соціальних нормах недостатньо досліджені і знаходяться в стадії розвитку.

Якщо ресурсні конкурентні переваги базуються на продуктивних активах та компетенції компанії, то інсти-

туційні переваги їх доповнюють і можуть або сприяти, або протидіяти оптимальному використанню ресурсних конкурентних переваг. Тому інституційні переваги доцільно використовувати при визначенні конкурентоспроможності підприємства.

Слід зазначити, що законодавчий напрям інституційної концепції не завжди піддається кількісному виміру, що важливо при оцінюванні конкурентних переваг підприємства. Виключеннями можуть бути, наприклад, показники рівня податкового тиску, розрахунок монопольної частки ринку. Формалізованими же (у вигляді взаємозв'язків, математичних формул) доцільно використовувати показники рівня соціальної відповідальності бізнесу, які можна визначати відношенням соціальних інвестицій до обсягу реалізованої продукції або до витрат.

Соціальні фактори інституційної концепції можна розглядати як самостійний ресурс формування конкурентних переваг підприємства, і з цим погоджується низка авторів [4, с. 68; 5, с. 49; 6, с. 164].

На нашу думку, соціальні фактори впливають на підприємство, знижуючи рівень неоднорідності (гетерогенності) положення працівників усередині підприємства як за рівнем їх доходів, кваліфікації, так і соціального забезпечення. Це відбувається внаслідок використання системи соціальних інвестицій (сума оплати праці із соціальними виплатами, розвиток кадрів через навчальні програми, підвищення кваліфікації, допомога в критичних ситуаціях – нещасні випадки, лікування). Унаслідок цього зростає якість робочої сили, продукції (послуг), стабілізація колективу, що сприяє досягненню економічного, соціального ефекту в системі конкурентних переваг підприємства.

Інтеграційний напрям інституційної концепції (або міжгалузева, ринкова кооперація), як відмічалось вище, може бути економічно вимірним, що важливо при кількісному оцінюванні конкурентних переваг підприємства, тому зупинимось на ньому більш докладно. Формування конкурентних переваг підприємства відбувається не тільки за рахунок його власних зусиль, але й унаслідок коопераційних, інтеграційних, контрактних зв'язків із партнерами по бізнесу. Мета такої інтеграції полягає у формуванні колективних конкурентних переваг, які сприяють отриманню певних видів (зниження витрат, додатковий дохід та/або прибуток).

У сучасній економічній літературі, особливо в українській, представлено незначну кількість досліджень, пов'язаних з узагальненням діяльності підприємств щодо формування конкурентних переваг на основі розвитку відносин між бізнес-партнерами, хоча необхідність активного розвитку таких переваг підкреслюється науковцями в багатьох працях [7, с. 42; 8, с. 349].

У своїй роботі Ф. Вебстер дійшов висновку щодо необхідності створення моделі, яку слід будувати на довгострокових партнерських відносинах. Водночас створення таких зв'язків автором розглядається через призму нематеріальних специфічних ресурсів компанії, які слугують джерелом конкурентних переваг. В якості прикладів таких ресурсів наводяться знання споживача щодо продуктів і торгових марок підприємств [9, с. 254].

На наше переконання, довгострокові партнерські відносини між суб'єктами господарювання можуть бути формалізованими й економічно вимірними (шляхом зменшення трансакційних витрат, прискорення показників обертання оборотних засобів, у т. ч. дебіторської заборгованості, а також кредиторської заборгованості).

Слід зазначити, що ідея про включення трансакційних витрат до економічного аналізу, яка належить Р. Коузу, стала центральною категорією неінституційного аналізу, яка відображена в його роботі «Природа фірми» (1937 р.)

[10, с. 23]. Ним було доведено, що кожна угода між бізнес-партнерами повинна супроводжуватися ретельними переговорами для встановлення тісних зв'язків, ліквідації суперечностей, щоб мінімізувати трансакційні витрати.

Цілком справедливим є висновки із дослідження авторів про те, що розвиток відносин між бізнес-партнерами вимагає застосування щоразу складніших методів управління: від операційного управління (на рівні разових трансакцій) до стратегічного управління (на рівні партнерських відносин, інтеграції). Причому чим складніші і триваліші є відносини – тим більший потенціал формування стійкої конкурентної переваги – переважно через унікальність сформованих відносин та спектр можливостей їх реалізації [8, с. 351].

Основними формами довгострокових партнерських відносин між суб'єктами господарювання є наступні. Форми інтеграції м'які (контрактні), без втрати контролю над власністю: контрактні та субконтрактні відносини (довгострокові); агентські угоди; коопераційні угоди; спільне використання майна та матеріально-технічної бази; спільна операційна діяльність; аутсорсинг; спільні (єдині) системи збуту, матеріально-технічного забезпечення; спільні інноваційні (інвестиційні, фінансові, інфраструктурні) проекти (програми) [11, с. 87].

Поняття «інтеграція» у перекладі з латинської означає «цілий». Основними її формами є горизонтальна і вертикальна інтеграція. Кожен вид інтеграції має переваги і недоліки, які проявляються залежно від особливостей виробничого циклу та сфери бізнесу. Вертикальна інтеграція здійснюється упродовж виробничого циклу – від видобування сировини, його переробки до виготовлення кінцевого продукту і доставки його споживачеві (видобування нафти, її переробка, виготовлення бензину, оптові поставки, роздрібні поставки бензину). Цей вид інтеграції більше за все поширений у видобувних галузях. У промисловості вертикальна інтеграція може включати:

об'єднання з підприємствами-постачальниками (інтеграція вниз);

об'єднання зі споживачами продукції;

об'єднання із дилерськими, сервісними компаніями (інтеграція вверх).

Потреба в установленні тісних довгострокових зв'язків із підприємствами-постачальниками виникає при реалізації програми управління якістю. У цьому випадку можливий вхідний контроль якості сировини, комплектуючих виробів підприємствами – виробниками продукції, що сприяє запобіганню виготовлення неякісної бракованої продукції. Крім того, при тривалих зв'язках із постачальниками можливі знижки на сировину, матеріали, вигідніші умови поставки (за строками, обсягами, ціною ресурсу та його якістю).

Вертикальна інтеграція з каналами збуту дозволяє при значних обсягах вироблюваної продукції знижувати торгові націнки. Вертикальна інтеграція зі споживачами продукції сприяє випуску високоякісної продукції за умов встановлення вихідного контролю споживачами.

Горизонтальна інтеграція – це інтеграція підприємств, які розміщені на одному рівні паралельних ланцюгів виробничого циклу. Горизонтальна інтеграція дає змогу ефективно налагоджувати випуск продукції, яка користується підвищеним попитом. На рівні об'єднання горизонтальна інтеграція дає змогу управляти асортиментом продукції з метою: переходу від однотипних продуктів до виробництва доповнюючих продуктів; виконання комплексних поставок, спільної оптової закупівлі сировини, матеріалів, напівфабрикатів, фурнітури; трансформації конкуренції в кооперацію тощо.

Використання цих форм партнерських відносин сприяє забезпеченню лояльності партнерів та споживачів, поліпшенню ринкової позиції.

Особливе місце в інституційній концепції конкурентних переваг належить державі внаслідок законодавчого забезпечення інституту конкуренції.

Слід зазначити надзвичайну важливість інституційної концепції до проблеми формування конкурентних переваг, яка визначає не тільки вектор і силу впливу інституційного середовища на конкуренцію, але й завдяки яким саме інституціям відбувається цей вплив.

Слід констатувати, що суб'єкти ринку не можуть впливати на зміну зовнішніх факторів, особливо законодавчого характеру, натомість мають змогу оперативного реагувати, пристосовуватися до них із метою формування стійкого конкурентного положення на ринку.

Основоположне місце з погляду впливу на стан конкурентного середовища належить інституту права власності. Свідченням проблемності вітчизняної системи реєстрації прав на нерухомість можуть слугувати слабкі позиції України в рейтингу Doing Business-2015. За зручністю реєстрації прав власності наша держава посіла лише 64-е місце із 183 країн, хоча спостерігається і позитивна тенденція – за рік відбулося зростання на 33 позиції. Неналежний захист цих прав із боку держави призводить до зростання негативних тенденцій, конфліктів у суспільстві, що супроводжується відпливом як вітчизняного, так і зарубіжного капіталів.

Важливу роль у забезпеченні повного захисту прав власності відіграє ефективна, некорумпована судова система, яка сприяє захисту підприємницької активності, зміцненню конкурентного середовища [12, с. 76].

Інститут оподаткування в разі сприятливої системи податків позитивно впливає на конкурентоспроможність підприємств, і навпаки, надмірне оподаткування негативно позначається на конкурентності як окремого підприємства, так і країни в цілому.

Особливе значення у сфері конкурентних відносин має інфляція і зміни ставок оподаткування. Механізм інфляції супроводжується збільшенням витрат, що негативно позначається на розмірі прибутку, провокує зростання споживчих цін і падіння споживчого попиту. Своєю чергою, жорсткий режим оподаткування ускладнює проведення господарської діяльності підприємства і перспектив його розвитку, в підсумку посилюється конкурентна боротьба суб'єктів госпо-

дарювання за своє виживання (використовуються тіньові схеми оплати праці, ухилення від оподаткування).

Певне позитивне значення для зростання конкурентоспроможності легального бізнесу в Україні порівняно з нелегальним, тобто бізнесом незареєстрованим (який, наприклад, у вітчизняній легкій промисловості, за розрахунками експертів Української асоціації підприємств легкої промисловості, досягає 80% загального обсягу ринку товарів легкої промисловості, який оцінюється цією асоціацією у 80 млрд. грн.), є лібералізація податкового законодавства. Починаючи з 2016 р. зменшено ставку податку на додану вартість до 18% (20% у 2015 р.) і ставку на заробітну плату (ЄСВ) до 22% (35% і вище в 2015 р.). Це дасть можливість підприємствам дещо знижувати і ціни, і собівартість виробленої продукції та/або підвищувати розмір заробітної плати працівникам, щоб мати можливість наблизитися до показників оплати праці в нелегальному бізнесі і конкурувати з ним за даною статтею витрат. Крім того, введення нульової ставки ввізного мита до країн ЄС поліпшить умови для експорту української продукції, а саме: для провідних підприємств з'явиться додаткова можливість прямого експорту; для підприємств, які використовують толінгові схеми, коли підприємство продає не готову продукцію до країн ЄС, а послугу з її виготовлення, дозволить збільшити оплату цих послуг.

Підтримання конкурентних переваг досягається передусім завдяки законодавству, пов'язаному із захистом суб'єктів господарювання від недобросовісної конкуренції.

Збереження і розвиток конкурентних відносин забезпечується антимонопольним законодавством, яке на відміну від норм про захист конкуренції потребує захисту ринку від монополістичної діяльності суб'єктів господарювання.

Останнім часом почали формуватися наукові підходи, які однак ще не стали загальноприйнятими, в яких пропонується об'єднати ринкову, ресурсну та інституційну концепції для формування стійких конкурентних переваг [6, с. 166; 13].

Висновки. За умов висококонкурентного ринкового середовища підприємства можуть досягти стійких конкурентних переваг лише за комплексним (від лат. complexus – поєднання, зв'язок) оптимальним використанням як факторів внутрішнього середовища, основним джерелом яких виступають продуктивні ресурси підприємства, так і факторів зовнішнього середовища з орієнтацією на споживачів, постачальників, конкурентів і на інституційну систему ринку.

Список використаних джерел:

1. Чачашвили Э.С. Эволюция стратегического маркетинга: теория и практика / Э.С. Чачашвили // Научные ведомости. – 2009. – № 9 (64).
2. Яременко О.Л., Назыров К.З. Предпосылки становления институциональной концепции конкурентоспособности национальной экономики в условиях глобализации / О.Л. Яременко, К.З. Назыров // Проблемы экономики. – 2015. – № 3.
3. Schumpeter J. History of Economic Analysis: The School of Economics. St. Petersburg State University of Economics and Finance, Graduate School of Economics; 2004.
4. Воловиков Б.П. Корректировка маркетинговой стратегии предприятия на основании результатов исследования рынка / Б. П. Воловиков // Маркетинг в России и за рубежом. – 2010. – № 6.
5. Сысоева Е.А. Конкурентные преимущества предприятия: эволюция и источники формирования / Е.А. Сысоева // Теория и история экономики, государства и права. – 2011. – № 5.
6. Ткачова С.С. Сучасна концепція стійких конкурентних переваг підприємства: інтеграція та збалансування наукових підходів / С.С. Ткачова // Ученые записки Таврического национального университета имени В.И. Вернадского. Серия «Экономика и управление». – 2012. – № 25 (64). – № 2.
7. Смирнова М.М. Управление взаимоотношениями на промышленных рынках как источник конкуретных преимуществ компании / М.М. Смирнова // Российский журнал менеджмента. – 2006. – Т. 4. – № 3.
8. Криворучко Я.Ю., Прийма Л.Р. Формування конкурентних переваг підприємства в контексті управління відносинами із бізнес-партнерами / Я.Ю. Криворучко, Л.Р. Прийма // Lviv Polytechnic National University Institutional Repository [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ena.lp.edu.ua>.
9. Вебстер Ф. Теории «информационного» общества / Ф. Вебстер. – М.: Аспект Пресс, 2004.
10. Коуз Р. Природа фирмы / Р. Коуз; пер. с англ. Б. Пинскера; сост. В.М. Гальперин. – СПб.: Экономическая школа, 1995.

11. Босовська М.В. Теоретичне обґрунтування концепції інтеграційного розвитку туристичних підприємств / М.В. Босовська // Науковий вісник Херсонського державного університету. – 2014. – Вип. 9 (1). – Ч. 1.
12. Самошилова Г.М., Васильева И.А. Конкурентоспособность – институциональная составляющая / Г.М. Самошилова, И.А. Васильева // Вестник Омского университета. Серия «Экономика». – 2012. – № 4.
13. Смирнов С.М. Обґрунтування підходу до формування стійких конкурентних переваг підприємства / С.М. Смирнов [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.nbu.gov.ua/portal/soc.../64.pdf.

Анотация. В работе приведены основные концепции формирования конкурентных преимуществ предприятия. Акцентируется внимание на формировании конкурентных преимуществ на основе развития отношений между бизнес-партнерами. Рассмотрены основные формы долгосрочных партнерских отношений между субъектами хозяйствования. Проанализировано влияние законодательного обеспечения института конкуренции на формирование конкурентных преимуществ. Предложены меры по объединению рыночной, ресурсной и институциональной концепций для формирования устойчивых конкурентных преимуществ предприятия.

Ключевые слова: конкурентные преимущества, институциональная концепция, интеграция, законодательное обеспечение, конкурентоспособность.

Summary. The article presents the basic concepts of the formation of the competitive advantages of the company. The attention is focused on building competitive advantage through the development of relations between business partners. The basic forms long-term partnerships between business entities. The effect of the legislation to ensure competition on the formation of the institute of competitive advantages. The proposed arrangements for the association market, resource and institutional concepts to create sustainable competitive advantage.

Key words: competitive advantage, institutional concept of integration, legislative support, competitiveness.

УДК 657:006.033

Кононова І. В.

*кандидат економічних наук,
доцент кафедри обліку, економіки
і управління персоналом підприємства
Придніпровської державної академії
будівництва та архітектури*

Бакум А. О.

*студентка
Придніпровської державної академії
будівництва та архітектури*

Kononova I. V.

*PhD in Economic Science, Associate Professor,
Docent of Accounting, Economics
and Human Resources Management Department
Prydniprov's'ka State Academy of Civil
Engineering and Architecture*

Bakum A. O.

*Student
Prydniprov's'ka State Academy of Civil
Engineering and Architecture*

ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ ТА АУДИТУ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ЗГІДНО З МІЖНАРОДНИМИ СТАНДАРТАМИ

FEATURES MAJOR ACCOUNTING AND AUDIT DRUGS UNDER INTERNATIONAL STANDARDS

Анотація. У роботі розглянуто особливості обліку основних засобів та методику проведення аудиту основних засобів згідно з Міжнародними стандартами. Здійснено огляд нормативної бази обліку та аудиту об'єктів основних засобів. Розглянуто критерії та особливості визнання основних засобів. Викладено принципи та вимоги МСБО 16 «Основні засоби». Розкрито завдання, об'єкти, джерела та послідовність аудиту основних засобів.

Ключові слова: облік, аудит, основні засоби, матеріальні активи, амортизація, інвентаризація, Міжнародні стандарти.