

ВПЛИВ СОЦІАЛЬНОГО КАПІТАЛУ НА ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА

Анотація. Визначено соціальні фактори та соціальний капітал як основні чинники розвитку конкурентного середовища та формування конкурентних переваг. Розглянуто особливості та закономірності розвитку конкурентного середовища.

Ключові слова: соціальний капітал, конкуренція, конкурентне середовище.

Аннотация. Определены социальные факторы и социальный капитал как основополагающие в развитии конкурентной среды и формировании конкурентных преимуществ. Рассмотрены особенности и закономерности развития конкурентной среды.

Ключевые слова: социальный капитал, конкуренция, конкурентная среда.

Annotation. The social factors and the social capital as the main drivers of the competitive environment development and the competitive advantages formation are determined. The features and patterns of competitive environment development are considered.

Keywords: social capital, competition, competitive environment.

Соціальні чинники відіграють все значущішу роль в становленні та розвитку ринкових інституційних механізмів: конкуренції, свободи економічного вибору, розвитку та поширенню приватної власності, розширенню свобод людини в цілому.

Однією з найважливіших характерних рис сучасної капіталістичної ринкової економіки є конкуренція. Фактично саме вона визначає особливості та закономірності розвитку ринку. У той же час, конкуренція є умовним показником рівня розвитку інституту приватної власності який, в свою чергу залежить, насамперед, від рівня соціальної зрілості суспільства.

Дослідженням впливу соціальних чинників на господарські механізми займалися такі вчені як В. Базилевич, А. Чухно, Д. Неліпа, А. Мазаракі, Л. Лігоненко, В. Лагутін, І. Мазур, А. Конверський.

На сьогодні наукове поняття «конкуренція» є достатньо вивченим економістами. В той же час, залишаються мало дослідженими глибинні джерела виникнення цього явища, зокрема соціальні. Економісти досить часто поняття «конкуренція» ототожнюють з поняттям «маркетингове середовище». Під маркетинговим середовищем розуміють всю сукупність чинників та факторів, які мають вплив на суб'єктів ринку. Це своєрідна сфера діяльності окремого елемента у безпосередньому взаємозв'язку з іншими елементами в конкретній соціокультурній системі. Взаємозв'язки між елементами системи і створюють більш вузьке явище – конкуренцію, а середовище в якому відбуваються ці процеси – конкурентним [1].

Підходи до тлумачення поняття «конкурентне середовище» в науковій літературі досить різняться за своїм змістом. Скажімо, А. Праневич розглядає цей процес в широкому розумінні, стверджуючи, що конкурентне середовище «...це простір життєдіяльності суб'єктів економіки» [2]. Інший український дослідник С. Крук конкурентне середовище пов'язує з функціонуванням величезної кількості взаємодіючих між собою ринків. На думку вченого, конкурентне середовище формується на основі великої кількості суб'єктів та об'єктів системи і характеризується можливістю появи всередині неї різних форм конкуренції – досконалої та монополістичної [3].

Зважаючи на вищезазначені та інші визначення можна прийти до висновку, що конкурентне середовище – це сукупність соціокультурних та організаційно-економічних умов в якому економічний суб'єкт веде боротьбу за своє існування на ринку.

Варто згадати, що конкуренція як наукове поняття відображає не лише процеси, що відбуваються в економіці чи господарстві. Конкуренція – це фундаментальне поняття, що відображає одну з характерних рис розвитку будь-якої системи. Відомою є конкуренція видів в біології, де виживає найбільш пристосований до зовнішніх умов вид. Конкуренція спостерігається всередині виду між її членами за першість. Тому досвід підказує, що конкуренція як наскрізне явище розвитку притаманне будь-якій економічній чи то господарській системі [4].

Конкуренція несе в собі ряд переваг. По-перше, система в цілому набуває найбільш оптимальних форм по відношенню до зовнішніх чинників та впливів. Крім того, конкуренція виявляє собою здатність системи до змін, формуючи, таким чином, її мінливість. По-друге, в середині системи відбуваються постійні процеси якісного оновлення її елементів. В якому, з часом виникають такі, які найбільш адекватно відображаються потреби самої системи. В умовах господарських відносин це проявляється в тому, що нестійке, динамічне середовище постійно трансформується спонукаючи підприємства до структурних еволюційних перебудов.

Досліджуючи чинники та умови формування конкурентного середовища підприємств роздрібною торгівлі, український вчений Т. Футало приходять до висновку, що конкурентне середовище спонукає кожного елемента господарських відносин не тільки підтримувати високу конкурентність, а й постійно її підвищувати [5]. Потрібно погодитись з такою думкою, оскільки розвиток будь-якої, чи то природної чи економічної системи відбувається в постійному прискоренні процесів.

Аналіз структури чинників формування конкурентного середовища їх поділити на мікро- та макрорівень. Соціальні чинники та умови відповідно формують поряд з іншими – політичними, технологічними, загальноекономічними – макрорівень факторів виникнення конкурентного середовища.

Більшість вчених розглядають вплив соціальних чинників на конкурентне середовище досить вузько. Так, скажімо, А. Хвостенко стверджує, що соціальні фактори впливу на конкурентне середовище «... відображають стан та динаміку соціальних та демографічних процесів, що відбуваються на макро- та макрорівнях. Вплив цієї групи факторів є двобічним: з одного боку, вони здійснюють суттєвий вплив на рівень, динаміку та специфічні особливості попиту на кожному конкретному ринку; з іншого боку, ці фактори повною мірою відбиваються на рівні ефективності виробничо-господарської діяльності складових конкурентного середовища» [6].

Інший дослідник Т. Футало зводить роль соціальних чинників лише до потреб людини в управлінні та реалізації їх вимог до організації праці. Вчений стверджує, що соціальні чинники – це «... потреба участі працівників в управлінні, їх соціальні запити, вимоги до організації праці, гуманізація робочих місць» [5]. На думку автора, ці чинники «...по-перше, визначають загальні умови підприємницької діяльності, по-друге, впливають на чинники мікросередовища та через них опосередковано – на розвиток торговельного підприємства» [5].

Якоюсь мірою можна погодитись з таким тлумаченням впливу соціальних чинників на конкурентне середовище. Але на нашу думку, аналіз даного процесу має передбачати більш широко коло факторів та умов формування конкуренції як явища. Зробити такий висновок нам дають наступні підстави:

- конкуренція, а відповідно і конкурентне середовище є формою прояву не лише господарських чи економічних, а й соціальних відносин;
- між будь-якими елементами будь-якої системи відбувається взаємозв'язок, який, значною мірою можна визначати як конкурентний;
- соціокультурні, історично сформовані системи є більш широкими по відношенню до вузьких, господарських чи економічних. Відповідно визначальними будуть перші по відношенню до останніх, а не навпаки.

Таким чином, можна припустити, що конкурентні відносини в межах господарського механізму виникають та розвиваються на основі базових соціальних конкурентних інстинктів. Рівні й типи економічної конкуренції будуть формою прояву рівня й типу соціальної конкуренції чи взаємодії – соціального капіталу. Рівень взаємовідносин між соціальними суб'єктами визначає рівень взаємовідносин суб'єктів економіки та господарського механізму в цілому [7].

Такий підхід є цінним не лише з науково-теоретичної точки зору, а з практичної. В умовах поширення глобалізації, виникнення нових організаційно-правових форм господарювання, взаємопроникнення ринків проблема конкуренції фірм, галузей та країн перетворюється на одну з найактуальніших [8]. Важливість розв'язання цього завдання зростає з поширенням НТП, інформаційно-комунікаційних технологій та інтеграцією раніше розрізаних систем. Конкуренція сьогодні знаходиться в тісному взаємозв'язку з глобалізацією, є невід'ємною її характеристикою.

Чимало вчених розвивають цей напрямок досліджень в межах декількох наукових підходів. Потрібно згадати Дж. Тобіна, Ч. Кіндлебергера, М. Портера, В. Сміта. Проте, незважаючи на розбіжності в методології, більшість вчених схиляються до думки, що національна конкурентоспроможність є однією з важливіших соціальних проблем. Зважаючи на такий висновок Д. Широков стверджує, що в умовах посилення процесів глобалізації, конкуренції країн на перше місце виходять завдання соціального розвитку [9].

Потрібно погодитись з думкою Д. Широкова, щодо надзвичайної важливості соціальної сфери. Сьогодні конкуренція фактично «перейшла» з економіки в науку, освіту та культурний розвиток. Саме ці сфери забезпечують генерацію в середині системи новацій, інновацій, винаходів, ноу-хау. М. Портер стверджує, що в умовах сучасного глобального суспільства найвищою формою прояву конкурентних переваг є «рух інновацій». В той же час, дослідник зазначає, що рух інновацій це не самостійний процес. Рух інновацій передбачає і базується на науково-дослідних розробках, маркетингових процесах, розвитку персоналу, організаційно-функціональній трансформації фірм.

Таким чином, рух інновацій це перш за все розвиток соціальної сфери суспільства, його основного ресурсу – людини. Зважаючи на це, соціальні чинники перетворюються на визначальні фактори створення не лише конкурентного середовища тієї чи іншої системи, а й що важливо – її конкурентних переваг.

Список використаної літератури

1. Базилевич В. Формування конкурентного середовища у транзитивній економіці: проблеми, тенденції, протиріччя // В. Базилевич / Конкуренція. Вісник АМК. – 2003. – №2. – С. 24 – 28.
2. Мазаракі А.А. Економіка торговельного підприємства: підручник / А. Мазаракі, Л. Лігоненко, Н. Ушакова. – К.: Хрещатик, 1999. – 788 с.
3. Шаповалова І.В. Конкуренція, конкурентні переваги та конкурентоспроможність: сутнісний аспект / І. Шаповалова // Економіка: проблеми теорії та практики: зб. наук. праць. – Дніпропетровськ: ДонНУ. – 2003. – Вип. 178. – 338 с.
4. Дикий О. Вплив глобалізації бізнесу на формування конкурентного середовища підприємства // О. Дикий / Культура народів Причорномор'я. – 2006. – №78. – С. 23 – 28.
5. Футало Т.В. Чинники і умови формування конкурентного середовища підприємств роздрібної торгівлі / Т. Футало // Науковий вісник НЛТУ України. – 2009. – Вип.19.1 – С. 232 – 237.
6. Хвостенко А. Використання системного підходу у визначенні складових та факторів конкурентного середовища / А. Хвостенко // Проблеми системного підходу в економіці. – 2009. – №1. – С. 23 – 25.
7. Колчкова М.В. Фактори впливу на діяльність підприємств торгівлі // М. Колчкова / Вісник МСУ. Економічні науки. – 2007. – №1. – С. 46 – 49.
8. Говорова Н. Конкурентоспособность – основной фактор развития современной экономики // Н. Говорова / Проблемы теории и практики управления. – 2006. – №4. – С. 24 – 29.
9. Широканов Д. Факторы повышения конкурентоспособности экономики Беларуси в современных условиях: теоретико-методологические подходы в програмных документах // Д. Широканов / Журнал международного права и международных отношений. – 2006. – №2. – С. 45 – 48.