

Нематеріальні фактори як конкурентна перевага будівельного підприємства

*Лещинський Віктор Петрович*¹

Опубліковано	Секція	УДК
31.12.2024	Економіка	338.4:69

DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.17576682>

Анотація. Стаття присвячена питанням визначення факторів, що впливають на рівень конкурентоспроможності будівельного підприємства, зокрема виокремлено нематеріальні фактори, які виступають конкурентною перевагою самих будівельних компаній. Обґрунтовано, що стійка конкурентна перевага досягається лише завдяки активам і компетенціям, які неможливо скопіювати або точно відтворити. Ураховуючи особливості й переваги нематеріальних активів будівельного підприємства у контексті конкурентоспроможності, доведено, що, на відміну від матеріальних активів, нематеріальні складніше накопичувати й передавати, оскільки вони є унікальними для компаній, яким належать. Визначено, що матеріальні активи мають конкретні технічні характеристики та обмежену потужність, тоді як нематеріальні активи характеризуються «м'якими» межами використання, що дозволяє застосовувати їх для створення різних продуктів або просування товарів на ринку.

Доведено, що важливою характеристикою нематеріальних активів є їх масштабованість, обмежена лише ємністю ринку. Додатковою конкурентною перевагою є мережевий ефект, коли цінність активу для кінцевого споживача зростає із збільшенням кількості користувачів. Позитивний вплив цього ефекту, з одного боку, підвищує вигоди для наявних користувачів продукту, а з іншого — сприяє залученню нових, що зрештою збільшує вигоди самої компанії. У статті доведено, що нематеріальні фактори конкурентоспроможності будівельних підприємств є джерелами потенційних переваг, позбавлених фізичної чи фінансової форми, але наділених значним інформаційним потенціалом. В умовах посилення конкуренції, глобалізації та цифровізації такі фактори стають вагомим конкурентною перевагою завдяки своїй унікальності, складності накопичення, передавання й відтворення, а також відсутності жорстких обмежень щодо сфери й обсягу використання.

Ключові слова: нематеріальні фактори, конкурентоспроможність, будівельне підприємство, нематеріальні активи, мережевий ефект, масштабованість, інформаційний потенціал.

¹ Доктор юридичних наук,
доцент кафедри агроекономіки та менеджменту
Київський аграрний університет
Національної академії аграрних наук України
Київ
ORCID ID: 0000-0002-0533-2341

Intangible factors as a competitive advantage of a construction enterprise

Annotation. The article is devoted to the issues of determining the factors that affect the level of competitiveness of a construction enterprise, in particular, intangible factors are singled out, which are the competitive advantage of construction enterprises themselves. It is substantiated that a sustainable competitive advantage is achieved only thanks to assets and competencies that cannot be copied or accurately reproduced. Therefore, considering the features and advantages of intangible assets of a construction enterprise in the context of competitiveness, it is proven that, unlike tangible assets, intangible assets are more difficult to accumulate and transfer, since they are unique to the companies that own them. It is determined that, unlike tangible assets, which have specific limited capacities and technical characteristics, intangible assets have more "soft" restrictions, that is, the same assets can be used in the development of a number of products or in promoting goods on the market.

The article determines that an important characteristic of intangible assets is their scalability, which is limited, in essence, only by the capacity of the market. An additional competitive advantage of intangible assets is the benefits obtained through the network effect, which is that the value of the asset of the end consumer increases with the increase in the number of people using it. In this case, the positive impact of the network effect, on the one hand, increases the benefits of all end consumers of the product (i.e., those who already use this asset), on the other hand, contributes to the attraction of new users (those who still use the asset), which ultimately leads to an increase in the benefits of the company itself.

The article proves that the intangible factors of the competitiveness of construction enterprises are sources of potential benefits devoid of physical or financial form, characterized by significant information potential. In addition, in conditions of increased competition, globalization and digitalization, the intangible factors of the competitiveness of construction enterprises can serve as a significant competitive advantage due to their uniqueness, the difficulty of accumulating, transferring and reproducing them, the absence of strict restrictions on the scope and volume of their use.

Keywords: intangible factors, competitiveness, construction enterprise, intangible assets, network effect, scalability, informational potential.

Вступ

На етапі розвитку світової економіки конкурентоспроможність обумовлюється конкурентними перевагами, які, у свою чергу, пов'язані з нематеріальними чинниками - інформація, інновації, людський капітал тощо. Одним із нематеріальних факторів, які привертають увагу співтовариства та мають значний інформаційний потенціал, є запровадження принципів сталого розвитку. Відповідно до більшості досліджень, здатність дотримуватися принципів сталого розвитку підвищує конкурентоспроможність та сприяють отриманню конкурентних переваг будівельних підприємств. Актуальність теми досліджень обумовлюється вивченням нематеріальних чинників, значимих з погляду сучасного осмислення конкурентоспроможності будівельних підприємств з врахуванням сталого розвитку економіки України.

Проблематика управління конкурентоспроможністю не є принципово новою для науки, оскільки конкуренція завжди була та й залишається важливою складовою економіки будь-якої держави, а отже була предметом досліджень багатьох науковців. Зокрема, загальні питання управління конкурентоспроможності розглядалися у наукових працях А. Сміта, І. Ансофа, Г. Аселя, Ж.-Ж. Ламбена, Ф. Самуельсона, Ф. Котлера, М. Портера, Г. Мінцберга, А. Томпсона, А. Маршалла, Дж. Гібсона, Дмитрієва І.А. Кирчата І.М. Шершенюк О.М. Кузьміна О.Є., Мельник О.Г., Романко О.П., Котлика А. В., Янкового О.В., Лупак Р. Л., Рижакіної Г.М., Новикової І.В. тощо. У роботах цих авторів чітко

означено поняття конкурентоспроможності, її рівні, концепції, методологія управління конкурентними перевагами. Проте, незважаючи на значні теоретичні здобутки з питань управління конкурентоспроможністю підприємств, багато аспектів й надалі потребують подальшого дослідження. Зокрема, це стосується особливостей управління конкурентоспроможністю будівельних підприємств.

Метою статті є узагальнення теоретичних положень та визначення факторів, в тому числі нематеріальних для підвищення конкурентоспроможності будівельних підприємств.

Результати

У різні історичні періоди конкурентоспроможний розвиток обумовлюється різними чинниками, які, своєю чергою, великою мірою залежить від довкілля. У межах аналізу конкурентних переваг доцільним є докладніше вивчення еволюції найбільш значних чинників виробництва. У історії економічної думки період доіндустріального розвитку багато в чому характеризується поширенням ідей школи фізіократів, основоположником якої вважається Ф. Кене. Згідно з вченням фізіократів, єдиний продуктивний вид діяльності – це сільське господарство, яке за обраним ними критерієм продуктивності протиставляється торгівлі та промисловості. Єдиним фактором виробництва, що розглядається, таким чином виступає земля (грунт, природні ресурси), а єдиним «продуктивним класом» є фермери та наймані робітники сільськогосподарської сфери. Відповідно, конкурентні переваги у межах школи фізіократів пов'язані саме з таким матеріальним чинником, як земля.

Надалі вже у роботах А. Сміта, працях Ж.-Б. Сея [4,8] та інших розглядається відразу кілька чинників виробництва, відзначається значимість як і стільки земельних ресурсів, скільки праці та капіталу; саме з наявністю цих чинників пов'язуються конкурентні переваги індустріального розвитку суспільства.

Теорія А. Сміта в деяких аспектах була значною мірою співзвучна вченням фізіократів: це було реакцією на систему меркантилізму, що передбачала вільну дію природного порядку і невтручання держави в економічні відносини. Однак на відміну від фізіократів та меркантилістів, підхід А. Сміта був більш багатостороннім та збалансованим і наділяв рисами продуктивності як землеробство, так і торгівлю та обробну промисловість. Відповідно до А. Сміту, діяльність людини загалом й у сферах зокрема будується на задоволенні власних егоїстичних інтересів, що у умовах вільної конкуренції призводить до задоволення потреб інших покупців, безліч зрештою до зростання загального добробуту. При цьому, відповідно до трудової теорії вартості, вироблені товари обмінюються один на одного з урахуванням рівності суспільно необхідної праці для їх виробництва [2,3].

Інший найбільший представник класичної школи Ж.-Б. Сей принципово вивчає три чинники виробництва: землю, працю і капітал, які у своє чергу формують «продуктивні фонди», з яких створюються все блага країни. Цей підхід також відрізняється збалансованістю, оскільки «віддає належне» кожному фактору, розглядаючи їх як рівноправні та припускаючи, що у доході закладено елементи винагороди для кожного фактору: оплата праці, земельна рента та прибуток на капітал.

Представник кембриджської школи неокласичного напрямку А. Маршалл у своїй праці «Принципи політичної науки» проводить думку про доцільність виділення в окремий фактор «організацію», яка має безліч форм – від окремого підприємства до різних підприємств однієї галузі, від різних галузей до держави. За своєю суттю організація є нічим іншим, як підприємництво. При цьому А. Маршалл ставить акцент на функції поєднання інших факторів виробництва, а роль підприємця зводить головним чином до прискорення дозрілих у суспільстві процесів [2,6,7].

Про додавання підприємництва до переліку факторів виробництва свідчить і австрійський економіст Й. Шумпетер у своїй праці "Теорія економічного розвитку". Проте, на відміну неокласиків, під четвертим чинником виробництва він має на увазі інноваційний підхід підприємця, його новаторські здібності. Для нього підприємство «не є професією», підприємці «утворюють особливий клас», «є суб'єктами особливого виду», які мають бути залучені у виготовлення нових благ, відкриття нових способів виробництва, відкриття нових ринків збуту, освоєння нових джерел сировини та проведення змін в організації та структурі галузі виробництва. У цьому Й. Шумпетер не припускав, що підприємець обов'язково є власником виробництва, навпаки, може бути керуючим компанії чи організації[7].

Подальший розвиток теорія підприємництва отримала у роботах Ф. Хайєка, який також представив власне розуміння концепції підприємництва та образу підприємця. Ф. Хайєк наголошує на конкуренції між декількома суб'єктами ринку, в рамках якої відбувається пошук нових невикористаних можливостей. У цьому нові можливості є як оптимальне використання ресурсів, а й зниження тимчасових витрат і транзакційних витрат[2].

Таким чином, у роботах А. Маршала, Й. Шумпетера та Ф. Хайєка розглядається новий фактор виробництва – підприємство – відповідно з позиції об'єднання інших факторів виробництва та прискорення процесів, що намітилися у суспільстві (А. Маршал), з погляду інноваційного розвитку (Й. Шумпетер) та пошуку невикористаних можливостей для зниження витрат у процесі конкуренції (Ф. Хайєк). Конкурентна перевага нерозривно пов'язується з володінням цим новим, нематеріальним фактором.

Надалі в рамках постіндустріального суспільства до теорії факторів виробництва багатьма дослідниками додається і інформація (знання). Наприклад, у своїй книзі «Нове індустріальне суспільство» видатний представник інституційного спрямування Дж. К. Гелбрейт звертає увагу на такий важливий аспект розвитку постіндустріального суспільства, як знання: «Спеціалізовані знання та їх координація стали в даний час, як ми в цьому переконалися, вирішальними факторами у досягненні економічного успіху. Його сучасник, творець теорії постіндустріального (інформаційного) суспільства Дж. Белл характеризував постіндустріальне суспільство вирішальною роллю знань та інформації. При цьому він виділяв три категорії інформації: дані, що передбачають збір емпіричної інформації про предмет пізнання (навколишній світ); інформація, що передбачає осмислене структурування раніше отриманих даних; і безпосередньо знання, що передбачає використання раніше отриманої та обробленої інформації з метою винесення певного судження[8].

На думку відомого економіста, котрий заклав основи наукового дослідження концепції інтелектуального капіталу, Т.А. Стюарта, яке він виклав у своїй книзі «Інтелектуальний капітал: Нове джерело багатства організацій», в історичній ретроспективі ручна і машинна праця в результаті замінюються працею інтелектуальною, і на кінець минулого століття «знання стали єдиним і найбільш значущим фактором виробництва, а управління інтелектуальним. У цьому під знаннями вчений розуміє як наукове знання, а й консалтингові послуги, новини, можливості комунікації тощо[16].

Перехід від індустріальної системи господарювання до економіки постіндустріального типу передбачає значне посилення ролі інформації як значного економічного ресурсу, що визначає розвиток економіки. Про значимість інформації писали та інші дослідники. Наприклад, Дж. Стіглер у своїй відомій статті "Економічна теорія інформації" вказує на значущість обліку інформації для аналізу економічного життя. Дж. Акерлоф у статті "Ринок "лимонів": невизначеність якості та ринковий механізм" пише про негативні наслідки асиметричності інформації. К. Ерроу у статті «Інформація та економічна поведінка» говорить про те, що в умовах нестачі інформації

процес прийняття рішень кожного економічного суб'єкта пов'язаний з невизначеністю: «невід'ємною рисою прийняття рішень (як економічних, так і будь-яких інших) є недостатньо повне знання про всі наявні можливості та фактори, здатні вплинути на результати рішень»; а інформація, згідно з К. Ерроу, покликана нівелювати зазначену невизначеність[12,13].

Так, згадані економісти – К. Гелбрейт, Дж. Белл, Т.А. Стюарт, Дж. Стіглер, Дж. Акерлоф, К. Ерроу та ін. - говорили про значущість для економічного успіху компанії таких нематеріальних факторів виробництва, як знання та інформація, пов'язуючи саме з ними поняття конкурентоспроможності підприємства у постіндустріальну епоху.

Отже, з погляду чинників виробництва спостерігається така картина. В умовах доіндустріального суспільства найбільш цінним економічним ресурсом вважалася земля, а також природні ресурси та матеріали, що в ній містяться; відповідно, ключовою конкурентною перевагою на той час виступала близькість до джерел сировини. В епоху індустріального розвитку найважливішими економічними ресурсами стали капітал та праця, а наявність виробничих фондів, доступ до ресурсів капіталу та продуктивної робочої сили визначали конкурентоспроможність підприємств. Нарешті, у період розвитку постіндустріального суспільства статус найціннішого економічного ресурсу набувають інформації та підприємницького таланту; при цьому володіння нематеріальними активами (такими як інформація, технологія, імідж) відіграє провідну роль підвищення конкурентоспроможності компанії.

В цілому, для історичного розвитку суспільства та економіки характерна еволюція найбільш значущих факторів виробництва, що визначають економічний успіх суб'єктів господарювання: від матеріальних факторів (а саме земля, праця, капітал) до нематеріальних (підприємницький талант, інформація, знання).

На сучасному етапі, в умовах посилення конкуренції та набуття нею нових, більш складних форм на тлі глобалізації та технологічного прогресу, багато дослідників сходяться на думці, що нематеріальні ресурси є факторами зростання компанії та створення вартості, і, відповідно, конкурентоспроможності.

На думку деяких дослідників, історично така форма нематеріальних ресурсів як інтелектуальний капітал завжди мала певне значення, проте наприкінці ХХ століття вона стала домінуючою, що пов'язано переважно з процесами глобалізації, комп'ютеризації, відмовою від посередницьких операцій у різних галузях економіки та орієнтацією, що росте, на використання нематеріальних факторів. В результаті сама сутність фірми змінюється, з'являється все більше компаній, в основі діяльності яких лежать саме нематеріальні фактори, і ці корінні перетворення змушують дослідників переосмислити багато основних принципів економіки.

Період 80-х років характеризувався тенденцією масової реорганізації корпоративного сектора. Спочатку вертикально інтегровані компанії індустріального періоду, які використовували переважно матеріальні активи, створювалися з одержання максимальних вигід від ефекту масштабу. Однак незабаром така модель природним чином вичерпала себе і в нових умовах сучасної реальності виявилася нездатною служити способом отримання конкурентної переваги. Компанії були змушені змінювати свою організаційну структуру багато в чому шляхом заміщення матеріальних активів нематеріальними та посилювати увагу до інновацій, які є джерелом конкурентних переваг. Таким чином, на сучасному етапі наявність конкурентних переваг залежить від нематеріальних активів у розпорядженні будівельних підприємств, які, у свою чергу, є найбільш важливим фактором зростання вартості компанії в розвинених країнах.

Інші дослідники, наприклад, С. Брондоні [10], звертають увагу на той факт, що сучасний ринок характеризується надлишком товарів, основні характеристики яких постійно покращуються, стандартизуються, а самі товари пропонуються за нижчою

ціною. У цих умовах їх матеріальні складові втрачають свою роль відмінних рис, що становлять конкурентну перевагу, а успіх підприємства визначається наявністю в нього нематеріальних активів, що змушує компанії нарощувати власний потенціал нематеріальних факторів.

У літературі нематеріальні чинники (ресурси) часто зветься нематеріальні активи, нематеріальний капітал, невловимі активи, інтелектуальні ресурси, інтелектуальний капітал тощо. Звісно ж доцільним зробити застереження у тому, що, з термінологічної точки зору, у межах цього дослідження багато хто з цих понять використовуються як взаємозамінні, оскільки основні характеристики і суть цих термінів схожі, а межі між ними досить розмиті. Такий підхід не є новим, адже інші дослідники надходять відповідним чином. Наприклад, Б. Лев [14] використовує як взаємозамінні терміни «нематеріальні активи» (intangible assets), «інтелектуальний капітал» (intellectual capital) і «активи знань» (knowledge assets), вказуючи, перший термін найчастіший для бухгалтерського обліку, другий – для менеджменту та юриспруденції, а третій для практичної діяльності підприємств. Автор не ставить за мету провести докладний аналіз та запропонувати нове визначення зазначених термінів. Однак з огляду на різноманіття їх трактувань слід навести деякі з них для більш повного розуміння сутності цих понять та виявлення тих їх характеристик, що становлять значущість для дослідження.

Б. Лев вказує [14], що нематеріальні активи є «домагання на потенційні вигоди, які не мають фізичного чи фінансового вираження і призводять до зниження витрат» або «не мають матеріальної форми джерела потенційних вигід, що створюються завдяки інноваціям, унікальним організаційним практикам та людському капіталу». Деякі вчені концентруються лише на певних аспектах нематеріальних активів, наприклад, таких як «накопичені знання та канали, через які компанія може отримувати важливу інформацію». Іноді в наукових працях акцент ставиться на інформаційної сутності поняття та її значимості, що співзвучно висновкам за підсумками проведеного вище аналізу еволюції теорії чинників виробництва. У межах цього трактування зазначається, що нематеріальні активи, з погляду економічної теорії, мають подвійну природу: з одного боку, це вихідні параметри, тобто потік інформації, яка надходить у організацію ззовні; а з іншого боку, це вихідні дані, іншими словами, результати, тобто інформація, яка спрямована зсередини компанії у зовнішнє для неї середовище.

Розглядаючи нематеріальні фактори як потоки інформації, доцільно припустити, що саме вони на сучасному етапі розвитку суспільства є конкурентною перевагою будівельного підприємства при прийнятті рішень та проведенні спостережень або аналізу поточної кон'юнктури.

Інші дослідники уточнюють трактування нематеріальних активів, концентруючись на вивченні інтелектуального капіталу, і зводять його до простого визначення: інтелектуальний капітал – це сукупність усіх факторів, що дають підприємству конкурентну перевагу. Отже, нематеріальні активи все частіше відіграють роль нових конкурентних переваг, що пов'язується насамперед зі специфічною природою самих нематеріальних активів та особливостей, що її характеризують.

На думку багатьох учених, стійка конкурентна перевага досягається лише завдяки активам та компетенціям, які неможливо скопіювати чи точно відтворити. Тому міркуючи про особливості та переваги нематеріальних активів будівельного підприємства в контексті конкурентоспроможності, дослідники відзначають, зокрема, таке: на відміну від матеріальних активів, нематеріальні складніше накопичувати та передавати, оскільки вони є унікальними для компаній, які ними володіють.

Інші дослідники вказують, що на відміну від матеріальних активів, що мають конкретні обмежені потужності та технічні характеристики, нематеріальні активи мають більш «м'які» обмеження, тобто одні й ті ж активи можуть бути використані при

розробці низки продуктів або просуванні товару на ринку. При цьому наголошується на неконкурентному характері нематеріальних активів: тобто їх споживання одним суб'єктом не перешкоджає їх споживанню іншими суб'єктами (наприклад, використання інтернет-сайту кількома користувачами), таким чином призводячи до нульових або мінімальних витрат втрачених можливостей[6].

Крім того, важливою характеристикою нематеріальних активів є їх масштабованість, яка обмежується, по суті, лише ємністю ринку. Додатковим конкурентним перевагою нематеріальних активів, на думку деяких дослідників, є вигоди, одержувані з допомогою мережного ефекту, що у тому, що цінність активу кінцевого споживача збільшується зі зростанням кількості осіб, використовують його. У цьому позитивний вплив мережного ефекту з одного боку збільшує вигоди всім кінцевим споживачів продукту (тобто вже використовують цей актив), з другого боку, сприяє залученню нових користувачів (тих, які ще використовують актив), що зрештою призводить до зростання вигід самої компанії.

Висновки

Таким чином, можна зробити висновок, що нематеріальні фактори конкурентоспроможності будівельних підприємств є позбавленими фізичної або фінансової форми джерелами потенційних вигід, що характеризуються значним інформаційним потенціалом. Крім того в умовах посилення конкуренції, глобалізації та цифровізації нематеріальні фактори конкурентоспроможності будівельних підприємств можуть служити вагомою конкурентною перевагою в силу своєї унікальності, складності їх накопичувати, передавати та відтворювати, відсутність жорстких обмежень у сфері та обсягу їх використання, масштабованості та можливості користуватися перевагами мережевого ефекту.

Список літератури:

1. Дмитренко, В. І. Сучасні умови управління конкурентоспроможністю підприємств будівельної галузі. *Ефективна економіка*, № 4, 2017. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8141>
2. Дмитрієв, І. А., Кирчата, І. М., Шершенюк, О. М. *Конкурентоспроможність підприємства: навчальний посібник*. Харків, 2020. – 340 с.
3. *Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення: монографія* / за заг. ред. О. Г. Янкового. – Одеса: Атлант, 2013. – 470 с.
4. Лупак, Р. Л., Васильців, Т. Г. *Конкурентоспроможність підприємства: навчальний посібник*. Львів: Видавництво ЛКА, 2016. – 484 с.
5. Котлик, А. В. Категоріальний апарат та системні властивості конкурентоспроможності підприємства. *Формування ринкової економіки: збірник наукових праць. Спецвипуск «Економіка підприємства: теорія і практика»*. – Ч. 1. – Київ: КНЕУ, 2008. – С. 314–320.
6. Кузьмін, О. Є., Мельник, О. Г., Романко, О. П. *Конкурентоспроможність підприємства: планування та діагностика: монографія* / за заг. ред. д.е.н., проф. Кузьміна О. Є. – Івано-Франківськ: ІФНТУНГ, 2017. – 180 с.
7. Ліпич, Л. Г., Чорнуха, І. В., Цимбалюк, І. О. *Формування стратегії розвитку будівельного підприємства в умовах інвестиційної конкуренції: монографія*. – Луцьк: Вежа-Друк, 2015. – 212 с.
8. Новикова, І. В. *Управління конкурентоспроможністю будівельних підприємств в умовах технологічних змін*. – Київ-Херсон: Київський

- національний університет будівництва і архітектури; Вид-во ПП Вишемирський В. С., 2015. – 360 с.
9. Aaker, D. A. Managing Assets and Skills: The Key to a Sustainable Competitive Advantage. *California Management Review*, Winter 1989, pp. 91–106.
 10. Brondoni, S. M. Brand Policy and Brand Equity. *Symphonya. Emerging Issues in Management*, 2000/2001, № 1, pp. 5–25.
 11. Chatterjee, S., & Wernerfelt, B. The Link Between Resources and Type of Diversification: Theory and Evidence. *Strategic Management Journal*, 12(1), 1991, pp. 761–771.
 12. Akerlof, G. A. The Market for "Lemons": Quality Uncertainty and the Market Mechanism. *The Quarterly Journal of Economics*, 84(3), August 1970, pp. 488–500.
 13. Zingales, L. In Search of New Foundations. *Journal of Finance*, 55(4), 2000, pp. 1623–1653.
 14. Lev, B. *Intangibles: Management, Measurement and Reporting*. Washington: The Brookings Institute Press, 2001. – 240 p.
 15. Perrini, F., & Vurro, C. Corporate Sustainability, Intangible Assets Accumulation and Competitive Advantage. *Symphonya. Emerging Issues in Management*, № 2, 2010.
 16. Stewart, T. A. *Intellectual Capital: The New Wealth of Organisations*. New York: Crown Business, 1998. – 67 p.