

УДК 339.138

В. Й. Куценко

*Дніпропетровський національний університет імені О. Гончара***ДУХОВНА СУТНІСТЬ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА***Гроші вміють багато, а любов – усе*  
Українська народна мудрість

Конкурентоспроможність – це спроможність підприємства до конкуренції, тобто до суперництва, боротьби між підприємцями за більш вигідні умови їхньої діяльності з метою отримання найбільшого прибутку. Але є ще й позитивне тлумачення конкуренції: «об'єднання й допомога». Тому конкурентоспроможність залежить від стратегій «мирного співіснування» та «мирної співпраці».

*Ключові слова:* духовність, економіка, природний обмін досвідом, товарами.

Конкурентоспособность – это способность предприятия к конкуренции, то есть к соперничеству, борьбе между предпринимателями за более выгодные условия их деятельности с целью получения наибольшей прибыли. Но есть еще и позитивное толкование конкуренции: «объединение и помощь». Поэтому конкурентоспособность в основном зависит от стратегий «мирного сосуществования» и «мирного сотрудничества».

*Ключевые слова:* духовность, экономика, естественный обмен опытом, товарами.

Competitiveness is the enterprise's ability to compete, to rivalry, to struggle between businessmen for more favorable conditions of their activity with the purpose of achieving the greatest profit. But there is also another positive interpretation of competition: «association and help». Therefore, competitiveness might be based on the strategy of «peaceful co-existence» and «peaceful cooperation».

*Key words:* spirituality, the economy, a natural exchange of experience, the goods.

Більшість вчених та підприємців справедливо вважає, що конкурентоспроможність підприємства є одним із основних актуальних питань щодо виживання та подальшого розвитку господарювання. Так, за Ф. Котлером, «конкурентна перевага – це перевага компанії над конкурентами через пропозицію споживачам більшої цінності або через пропозицію товарів за більш низькими, ніж у конкурентів, цінами...» [2]. Шлях до глобальної конкурентоспроможності розкривають Г. Н. Фідельман, С. В. Дедіков, Ю. П. Адлер [4; 5]. Вони пропонують використовувати нову – гуманну філософію бізнесу доктора Е. Демінга, «справедливо наголошуючи, що «усі проблеми пов'язані з роїною в головах». **Метою бізнесу є суспільне благо, при досягненні якої побіжно (!) задовольняються власники, відбувається саморозвиток співробітників, залучення до перебудови** (місії та способів її досягнення) **постачальників, інших учасників середовища. Новий соціум, який виникає на базі такої трансформації, долає класовий антагонізм, хоча** (спочатку) **в межах окремої компанії. Для цього потрібно спонукати перших осіб компанії стати на шлях нового менеджменту в ім'я виховання в країні (загальнонародської й корпоративної культури, яка гарантує конкурентоспроможність компаній на світових ринках. Якщо традиційний менеджмент передбачає управління персоналом за допомогою кнута і пряника, то новий стиль менеджменту розглядає працівника як товариша в боротьбі за виживання і процвітання, яким не треба керувати, а якому необхідно допомагати, якого треба навчати** (виховувати духовно-моральну культуру господарювання) **і якого необхідно залучати до спільного удосконалення** (гармонічного розвитку трудового колективу) **усіх процесів в організації** (культурно-виховних та професійних). **Альтернативний менеджмент відмовляється від застосування покарань і звільнень як інструментів керування**

людьми, від принципу «Я – начальник, ти – дурень», відмовляється від **плану-директиви** (план як очікування організації) (мають бути благі наміри, а не наказ щодо виконання фінансово-економічних показників, які рідко досягаються в заданих обсягах та вчасно), відмовляється від **пошуку винних** (шукати треба істинні вічні цінності життя й господарювання: любов до Бога й ближнього; покаранням не викорениш зла й недобросовісності праці, тільки через любов людина змінюється на краще) і **пропагує спільний** (вільний творчий) **труд, пошук системних причин проблем, горизонтальну структуру компаній, взаємну повагу всіх до всіх, відкритість інформаційних потоків** (комерційні таємниці не дозволяють розповсюджувати набутий передовий досвід, не служать народу, сприяють замкнутості, егоїзму, відокремленості від влади, споживачів і суспільства та призводять до економічної злочинності – беззаконня, а тому – до всіляких негараздів та проблем, які згодом закінчуються кризами та банкрутством)».

Метою дослідження є з'ясування духовної сутності конкурентоспроможності господарювання. До основних показників конкурентоспроможності підприємства належить рівень духовно-моральної, корпоративної культури, стиль управління керівників, стан гармонійних відносин у трудовому колективі, що забезпечують правильну місію, мету підприємства, методи її досягнення та належний рівень його конкурентоспроможності.

Конкурентоспроможність – це спроможність підприємства до конкуренції. Конкуренція з лат. *con-surgit* *зіштовхуватися, збивати один одного, суперничати; напад, наліт, атака, битва* [1]. Тобто в традиційному сенсі – це суперництво, боротьба між підприємцями за більш вигідні умови їхньої діяльності з метою отримання найбільшого прибутку. Тільки-но керівник підприємства поставив таку мету діяльності трудового колективу, він вступає на шлях торгових війн. Боротися з конкурентами – однаково, що боротися зі своєю тінню, ніччю чи зимою. У нашому житті мають і негативні явища, щоб показувати нам вади, над чим ще треба трудитися, щоб ми їх прийняли спокійно, такими, якими вони є. Полюбивши їх, із ворогів вони стануть для нас друзями, помічниками й партнерами. Битися з цим матеріальним світом не можна, бо неможливо всіх конкурентів перемогти силою: на будь-яку силу є протидія. Якщо ти поборов когось сьогодні, чекай завтра подібного з тобою: кара не забариться, обов'язково й не очікувано з'явиться більш сильний і агресивний. Це лише справа часу, і багато фірм у світі вже отримало цей урок. Тому найкращими стратегіями щодо конкурентів мають бути способи «мирного співіснування» та «мирної співпраці». Не дарма ж термін «**конкуренція**» має ще й позитивне тлумачення: «**збігатись, сходитись, сумісно рухатися, зустрічатися, об'єднуватися, співпадати, узгоджуватися; сприяння, допомога, спільний пошук**». Тобто пізнавши, що таке зло, почнемо творити добро, доброякісну продукцію і мир у суспільстві. Продукція буде конкурентоспроможною лише за однієї умови: якщо вона є доброякісною (корисною, безпечною для життєдіяльності на довгострокову перспективу, на добро, а не на зло) і доступною за ціною. Крім того, щоб така продукція користувалася попитом, треба, щоб люди з любов'ю її виготовляли, як для себе. Але сама собою людина дати любов ближньому чи творінню своєї праці не в змозі. Для цього людина має дотримуватися виконання духовних та світських законів. Тобто, вона має бути культурною (духовною). Для того, щоб виробляти доброякісну продукцію, їй самій належить бути доброякісною, тобто знати, що є зло й добро, і творити добро. Тож, доброякісності треба відповідати. Можна взяти елементарні складові, прості речі, що під руками, що вирости на

нашій рідній землі і створити смачні й корисні для споживання харчі, безпечні натуральні ліки, одяг, житло тощо. Але для цього треба мати благословення – поміч Зверху. Тому керівник підприємства має бути перш за все культурною (духовною) людиною, щоб з вірою і надією на отримання просити в Бога необхідного для будь-якого корисного труда благословення. Виступаючи прикладом сумлінного виконання духовних та світських законів для трудового колективу, він, таким чином, сприяє створенню гармонійних стосунків у колективі, коли люди з радістю й легкістю, за совістю виконують свою роботу. Тоді ця любов передається від людини до людини навіть через її продукцію, зроблену з любов'ю за Божим благословенням. І Сам буде приводити покупців до цієї доброякісної продукції на їхнє благо. Так Сам Господь забезпечує необхідний попит на продукцію, стабільно робить її конкурентоспроможною на довгострокову перспективу, наслідком чого є належний прибуток, що йде виключно на благополуччя й процвітання як трудового колективу, так суспільства в цілому.

Щодо доброякісності та смакових властивостей простої продукції можна навести слушний приклад. Колись князь Київської Русі Ярослав Мудрий, будучи на прощі, був запрошений залишитися на скромний обід. Після трапези князь щиро й здивовано наголосив: *«У мене, у княжих палатах готують страви з найліпших заморських продуктів, але я ніколи не їв таких простих і смачних страв, як у вас»*. На це вірні йому відповіли приблизно так: *«Ваші кухарі підчас приготування страв пліткують, ремствують (проявляють невдоволеність), засуджують, звинувачують один одного, сквернословлять тощо, а у нас, перш ніж приступити до справ, просять Божого благословення у свого духовного наставника (настоятеля обителі)»*. У ті ж часи, коли одного разу в подвижників благочестя скінчилося борошно, пекар, сумлінно помолившись, узяв насіння лободи, випік хліб, який за смаковими якостями нічим не відрізнявся від пшеничного.

Йдеться про те, щоб доброякісна (життєдайна) продукція виготовлялася в нашій країні нашими духовними людьми з наших продуктів, які вирощені на нашій землі, покровителькою якої є сама Матір Божа. У процесі труда як духовного, так і фізичного, працівник вкладає душу (любов) у своє творіння – цінності, які він сповідує. Наука, що вивчає життєві цінності людей, називається аксіологія (з грець. *axios цінний, теорія цінностей, які мають значення для людини, які вона бажає і яких шукає*). Основні цінності більшості американців – це: 1. Визнання таланту, професіоналізму, майстерності; оцінка. 2. Гідність, повага оточуючих. 3. Свобода; самі приймають рішення. 4. Активність на роботі (також у Японії). 5. Гордість за свою роботу. 6. Якість життя. 7. Фінансова забезпеченість. 8. Особистий розвиток. У поляків на першому місці заробітна платня і на другому – якість життя, сім'я. У наших же пращурів-трипільців та слов'ян були такі цінності життя, які в багатьох залишаються і до тепер: 1. Духовність як основа життєдіяльності (любов до Бога-Отця, Матері Божої, молитва – пісня радості заради вічного блаженного життя). Ця любов здійснює всі наступні добродієвності. 2. Сім'я (любов до ближнього: жінки – берегині домашнього вогнища, яка приводить усе, що забезпечив чоловік, до ладу; любов дітей; роду, щоб привести їх до Істини-Творця). Один із західноєвропейських гостей, відвідавши наші землі, сказав, що *у світі немає такої країни, де б чоловіки так любили своїх дружин*. 3. Щирість, чесність, простота, скромність, терпеливість, трудолюбство, не стягування багатства (золото не було в пошані, більшість жила скромно, але жадності не мала). 4. Гостинність, щедрість до тих, хто потребує, навіть стосовно чужих.

Українську продукцію, зроблену на вище означених духовних засадах, історич-

но адаптовано до генотипу нашого організму, адаптовано на вирішення завдань саме нашого народу. Тому продукти землеробства чи інші товари зарубіжних країн з різною культурою властиві й корисні саме для їхнього середовища, для виконання місії тих людей, бо в кожного народу своє завдання в цьому житті. Досягненню високої конкурентоспроможності підприємства сприяє правильно вибрана місія (служіння, призначення, філософія, ідеологія, цінності) трудового колективу. Це має бути гуманна (людяна) місія, спрямована на служіння суспільству. Вона досягається вихованням у членів колективу високих етично-морально-духовних цінностей (загальнолюдської корпоративної культури), залученням працівників до вирішення актуальних питань підприємства, творчої праці, моральною та матеріальною його мотивацією. І такі приклади все частіше почали з'являтися в усьому світі. Так, головною метою і завданнями ВАТ «Камаз-Дизель» є [3]:

- збереження життя (любви – єдності, гармонії) і здоров'я працівників;
- створення здорових та безпечних умов;
- лідерство з охорони здоров'я і безпеки персоналу;
- доведення політики безпеки до всіх працівників;
- залучення працівників до роботи, пов'язаної із забезпеченням життєдіяльності трудового колективу;
- стимулювання працівників до підвищення своєї компетентності і кваліфікації.

Як зазначалося, основою конкурентоспроможності підприємства є духовна культура його керманіча, яка досягається набуттям нових – морально-духовних знань. Сучасний етап постіндустріального розвитку суспільства передбачає всебічне використання кожною людиною, особливо керівником, нових знань, вчень, науки і впровадження перш за все гуманних управлінських новацій. З'являється нова економіка – **економіка знань – організація та управління господарською діяльністю на засадах об'єктивних законів розвитку людства**. Як стверджує С. В. Тютюнникова, «...основними ресурсами стають особисті здібності і (морально-духовні) характеристики індивідумів; ...починають активно функціонувати нові форми капіталу – людський, інтелектуальний, соціальний, культурний. Для цього розвиток освіти, ...культури відбувається на якісно новій (морально-духовній) ...основі» [8].

Тобто конкурентоспроможним на тривалий час підприємству важко бути, якщо воно функціонує на засадах суперництва і війн з його оточенням. Істинна **конкурентоспроможність підприємства досягається на основі онтології** (дослідження людського буття з духовної точки зору: за об'єктивними законами розвитку людства) **за методом парадигми** (створення трудового колективу як сім'ї за образом Божим з використанням історичного духовного розвитку людства). *Онтологія* (грець. *on, ontos* суще + *логія*) – філософське вчення про буття (життя), його творіння, на засадах світобудови, принципах і закономірностях, висвітлених за єдино вірною – Божественною істиною в головній книзі – Святому писанні Буття. Новий метод дослідження – парадигма – метод використання повчальної історії людського буття. *Парадигма* з грець. *paradeigma* повчальний приклад з історії людського буття, взятий для порівняння і обґрунтування належних дій сьогодення, образ, взірць для наслідування – сім'я, яка відповідає образу Божому (зразкова пара, сім'я в єдності з Творцем і між собою). Бо парадигму створюють дві складові «пара» + «дигма»: пара (*par, paris*) пара, двоє, сім'я, рівні, однакові перед Богом; відповідний, належний чоловік подружжя + дигма (*deigma*) – образ, зразок.

Коренем слова парадигма є *paradeisos* (грець.), *paradisus*, *paradis* – райський сад, Едем, у якому жило в гармонії з Богом перше подружжя Адама і Єви [1]. За суттю це духовний єдино істинний метод дослідження людського буття, бо істину в такому випадку відкриває сам Творець нашого буття – єдина Істина-Бог. Таким чином, парадигма – це зразок вирішення дослідницьких задач [9]. Парад – урочистий хід трудових колективів (рух людей святковий, радісний), свято, торжество перемоги над беззаконням, блудом і злом, святкове убрання (шлюбне вбрання для возз'єднання з Творцем). Але пара (грець.) ще означає поза, а також при, біля, знаходження поруч, взявшись за руки. Тобто, розв'язавши роз'єднання людини з Творцем (за незнання, ігнорування чи порушення духовного закону: життя й господарювання поза, без Бога), повернутися знову до Нього і завжди бути біля Нього, бо парад також – урочистий огляд військ, початок вистави у цирку й театрі, парад популярності – людської слави, що огидно Богу. Тобто, парадигма – це теорія (наука, вчення, слово, духовний метод) прийняття зразкового (істинного) рішення дослідницьких задач за Божим промислом, бо зразковим рішенням є Божя істина.

Академік М. Н. Мойсєєв з цього приводу слушно наголошує: «...І виникне **необхідність нових (морально-духовних) знань, щоб збудувати систему нового виховання і сформулювати нову цивілізаційну (миролюбну – Істинну) парадигму.** Щоб не було катастрофи, а була забезпечена конкурентоспроможність підприємства, у ньому **мають домінувати теоцентризм і антропоцентризм** (уся увага до волі Творця і долі людини). Але антропоцентризм не повинен ставити людину в центр всесвіту (обожнювати її), а потрібно прагнути змінити себе (викоренити свої егоїзм, срібло- і владолубство), свою поведінку так, щоб зберегти себе на планеті. Примітивний антропоцентризм, заснований на уявленні про абсолютну могутність людини, «рівної богам», зовсім не нешкідливий. Тому ...людям необхідні найрізноманітніші (першочергово, духовні) знання.

Керівник приймає рішення раціонально (за розумом) чи ірраціонально – за промислом Божим. Ірраціональний спосіб – це інтуїція, інстинкти, непередбачуваність або нелогічність поведінки. Духовний світ людини, її ірраціональна суть, мабуть, принципово нез'ясовна («Шляхи Господні не відомі», – сказано в Писанні). Духовний світ не меншою мірою потрібний людині, ...і не меншою мірою впливає на вчинки людини. Найбільшу радість, відчуття повноти і краси життя дає людині якраз ірраціональна складова її світогляду, її життя. І ця найважливіша (духовна) компонента буття людини не може не бути в центрі уваги освітньої і виховної діяльності суспільства. ...Багато хто не здогадується, яким багатством він потенційно володіє і скільки дійсного щастя проходить повз. Показати їм ці (духовні) можливості – одне з найважливіших завдань виховання і освіти. І дорога в цей світ ірраціонального лежить поза логікою і розсудливістю. Потрібно безпосередньо торкнутися найглибинніших відчуттів людини (її душі, щоб викоренити будь-яке зло з неї). І тоді до людини приходить **ДОБРО (Господь)**, те глибинне, що лежить за межами (розумового) пізнання, але що не меншою мірою впливає на пізнаване і пізнане, без якого людина не зможе жити на Землі. І разом з ним у людини виникає те відчуття повноти і краси життя, яке, можливо, і складає її справжній зміст (сєнс життя). І тоді виникає синтез (єдність людини з Богом), який стає життєвою необхідністю, яка була геніально передбачена нашою вітчизняною (православною) культурою...» [6]. Синтез (грець. *synthesis* об'єднання) – метод пізнання Бога як єдиного (триєдиного) цілого, у єдності й взаємному зв'язку Його частин (творіння – людей). За філософією Гегеля, синтез – вищий ступінь

розвитку (людства, підприємства), який вирішує протиріччя попередніх ступенів; це *тріада – триєдина особа* (Отець, Син у плоті й Дух Святий; символи, відповідно, душі, плоті й Бога-Духа), *три стадії діалектичного розвитку: теза* (ірраціональне – істинне Слово), *антитеза* (раціональне – лукаве слово), *синтез* (Творець переможе лукаве слово, будь-яке беззаконня, вселиться в людину, просвітить її розум і об'єднає її чисті душу й плоть з Духом Істини) [9]. Про це ж і говорить російський академік М. Н. Мойсеев: «*Питання безпеки, у т.ч. економічної (конкурентоспроможності), вимагають затвердження нового планетарного (ірраціонального – Божественного) мислення, виходячи з уявлення про те, що нині наша планета поступово перетворюється на єдиний економічний і політичний організм (духовний синтез підприємців і влади), бо економічний і політичний (людський) егоїзм страшніший за термоядерну бомбу. А ядерна чи торгова війна – не засіб вирішення протиріч, а спосіб самогубства людства чи підприємства*» [7].

Так що немає відсутні жодні щодо підвищення рівня конкурентоспроможності продукції та підприємства. Варто лише зберігати віру у Творця наших благ, людяність і дбати про благо народу.

### Бібліографічні посилання і примітки

1. Дворецкий И. Х. Латино-русский словарь / И. Х. Дворецкий. – 3-е изд., испр. – М.: Рус. яз., 1986. – 840 с.
2. Котлер Ф. Основы маркетинга: пер. с англ. / Ф. Котлер, Г. Армстронг. – 9-е изд. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2003. – 1200 с.
3. Охрана здоровья и безопасность персонала [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://kamaz.net/ru/company/plants/kamazdiesel/safe>
4. Фидельман Г. Н. Альтернативный менеджмент. Путь к глобальной конкурентоспособности / Г. Н. Фидельман, С. В. Дедиков, Ю. П. Адлер. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005.
5. Шпер В. Л. Философия доктора Деминга на практике: первая российская книга [Электронный ресурс] / В. Л. Шпер / Информационная служба МИСиС, 2004. — Режим доступа: <http://www.mc.misis.ru/papers/deming>
6. Моисеев Н. Н. О необходимых чертах цивилизации будущего (Философические заметки) [Электронный ресурс] / Н. Н. Моисеев. — Режим доступа: [http://www.mnperu.ru/university/doctors/moiseev/?id=1478&for\\_print=1](http://www.mnperu.ru/university/doctors/moiseev/?id=1478&for_print=1)
7. Моисеев Н. Н. Политический эгоизм страшнее термоядерной бомбы. Академик Моисеев просчитал Апокалипсис [Электронный ресурс] / Н. Н. Моисеев. — Режим доступа: [http://www.segodnya.ru/w3s.nsf/Contents/2000\\_48\\_polit\\_text\\_odnokolenko1.html](http://www.segodnya.ru/w3s.nsf/Contents/2000_48_polit_text_odnokolenko1.html)
8. Тютюнникова С. В. Институциональные предпосылки становления среднего класса в трансформационной экономике / С. В. Тютюнникова, О. В. Задоренко // Наукові праці ДонНТУ. Серія: економічна. – 2007. – Вип. 31–3. – С. 22-27.
9. Большой иллюстрированный словарь иностранных слов. – М.: ООО «Русские словари»; ООО «Издательство Астрель»; ООО «Издательство АСТ», 2003. – 957 с.

Надійшла до редакції 14.09.2011