

УДК 339.13

NAMES OF THE ESSENCE AND CONCEPT OF COMPETITIVENESS ENTERPRISE

L. Mynko

National University of Food Technologies

ABSTRACT

In the article the basic theoretical going is considered near determination of essence of such concept as a "competitiveness of enterprise", advantages and defects are analysed each of them, aiming base constituents of this category. On the basis of undertaken studies the specified determination of this category that gives an opportunity to examine this concept not only as a result offers, but as process of activity of enterprise from positions of him strategic aims.

Key words: competitiveness, competitive edges, enterprise, methodical approaches.

Corresponding author: lnminko@mail.ru

СУТНІСТЬ ТА СКЛАДОВІ ПОНЯТТЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Л.М.Минко

Національний університет харчових технологій

Розглянуто основні теоретичні підходи до визначення сутності поняття «конкурентоспроможність підприємства», проаналізовано переваги та

недоліки кожного з них, наведенні базові складові цієї категорії. На основі проведених досліджень запропоновано уточнене визначення даної категорії, що дає змогу розглядати дане поняття не тільки як результат, а як процес діяльності підприємства з позицій досягнення його стратегічних цілей.

Ключові слова: конкурентоспроможність, конкурентні переваги, підприємство, методичні підходи.

Глобалізація ринкових відносин зумовлює трансформацію економіки України та постійні зміни умов діяльності суб'єктів господарювання. Підприємствам постійно доводиться пристосовуватись до змін ринкової кон'юнктури, нових законодавчих та нормативних актів, займатись пошуком нових джерел сировини, прогнозувати зміни ціни та можливі ризики на ринку енергоносіїв, оцінювати людський потенціал і контролювати багато інших аспектів, необхідних для успішної власної діяльності. Особливе місце в цьому переліку займає необхідність постійного моніторингу конкурентоспроможності підприємства порівняно з аналогічними у відповідному ринковому сегменті. Актуальність дослідження даної категорії зростає по мірі розвитку ринкових відносин і загострення конкурентної боротьби.

Конкурентоспроможність, як одна з найважливіших категорій сучасної ринкової економіки, має дуже широкий спектр вираження і може розглядатись з точки зору будь-якого об'єкта: біологічного, технічного, соціально-економічного. Найпоширеніша градація конкурентоспроможності, яка поширена серед науковців, це, в першу чергу, конкурентоспроможність продукції (товару), потім конкурентоспроможність підприємства (товаровиробника), далі – галузі, країни (національної економіки). Ці поняття, хоч і різняться кожен своєю системою деталізації, але при загальному розгляді являються взаємопов'язаними і тому, безумовно, взаємозалежними. Узагальнюючими для усіх зазначених категорій є те, що вони відображають

здатність досліджуваного об'єкта ефективно виконувати свої функції в умовах постійно змінного конкурентного середовища.

В переважній більшості сучасних наукових досліджень у даній сфері, розповсюджена думка про пріоритетність саме поняття конкурентоспроможності продукції (товару). Віддаючи належне такому підходу, все ж таки можна зауважити, що товар виступає вже як результат господарської діяльності, яку здійснює підприємство. Саме в процесі всього промислового процесу виробництва продукції і закладаються ті якісні характеристики товару, що формують його споживчу цінність і відповідність ринковим вимогам. Враховуючи обставини зовнішнього середовища та оцінюючи власні можливості, підприємство визначає стратегію просування та збуту продукції, створюючи умови для успішної її реалізації споживачам. Також, необхідно враховувати, що аналіз процесів конкурентоспроможності на макрорівні (галузі, регіону, країни) може бути проведений тільки через дослідження господарської діяльності відповідних підприємств. Тому можна зробити висновок про пріоритетність проведення дослідження саме категорії конкурентоспроможності підприємства, як найбільш важливої з точки зору мікро- і макроекономічних позицій.

Не дивлячись на важливість та актуальність даної теми, аналіз вітчизняної та зарубіжної наукової літератури показав, що єдиного загальноновизнаного підходу до визначення економічної сутності поняття конкурентоспроможності підприємства не існує, і це створює проблеми при розробці ефективних методів та підходів для оцінки, аналізу та коригування показників, які відображають рівень конкурентоспроможності підприємства.

Науковими дослідженнями за даною тематикою займалися багато видатних вітчизняних і зарубіжних вчених, таких як: П. Самуельсон, І.Шумпетер, М.Портер, Г.Л.Азоев, Р.А.Фатхутдінов, А.Ю.Юданов, А.П.Градов, Ю.Б.Іванов, В.А.Винокуров, П.С.Зав'ялов та багато інших. Водночас, не дивлячись на те, що категорія «конкурентоспроможність» відома ще 60-х років

минулого століття, кожен дослідник вносить нові складові в систему визначень цього поняття.

Саме словосполучення «конкурентоспроможність» з точки зору етимології походить від англійського дієслова «compete» (з англ. «конкурувати»), яке лежить в основі слова «competitiveness» (з англ. «конкурентоспроможність»). В українському трактуванні об'єднує два слова «конкуренція» і «спроможність», що означає здатність, наявність можливостей до конкуренції, змагання [5].

Поняття конкурентоспроможності було введено Майклом Е. Портером в праці «Стратегія конкуренції», в якій він розглядає дану категорію як сукупність певних конкурентних переваг об'єкта серед аналогічних на ринку. Самі ж конкурентні переваги характеризуються як певна сукупність характеристик товару чи послуги, які створюють певну перевагу перед конкурентами. Причому конкурентні переваги можуть бути: технічними, технологічними, інформаційними, географічними, організаційними і т.ін.

Теоретичні аспекти конкурентоспроможності, обґрунтовані Портером, отримали подальший розвиток у працях багатьох як вітчизняних, так і зарубіжних вчених. Тож, на сьогоднішній день, в науці існує дуже широке коло підходів щодо трактування поняття «конкурентоспроможність підприємства», і тому для знаходження більш універсального визначення необхідно систематизувати найбільш поширені думки з цього приводу.

Один із підходів, що найчастіше зустрічається в науково-практичній літературі і базується саме на теорії Портера та полягає у порівнянні підприємств в межах галузі (або підприємств, що випускають товари-субститути) як в масштабі країни, так і на світовому ринку.

Послідовниками такого підходу є такі автори, як М.О.Єрмолов, що надає таке тлумачення цієї категорії: «Конкурентоспроможність підприємства (фірми) представляє собою відносну характеристику, що відображає відмінності процесу розвитку певного товаровиробника від його конкурента, як по ступеню забезпечення своїми товарами чи послугами конкретної суспільної потреби, так і по ефективності виробничої діяльності» [6]. Градов А. П. у своїй

книзі «Економічна стратегія фірми», базується на такому трактуванні цього поняття: «відносна перевага по відношенню до інших фірм даної галузі як на внутрішньому ринку країни, так і на за кордоном» [4], але при цьому є незрозумілим, переваги в якій саме сфері діяльності фірми має на увазі автор.

Дещо відмінним, від поглядів зазначених вище авторів, є формулювання цього поняття з точки зору наявності у підприємства конкурентоспроможного товару (за певною сукупністю конкурентних переваг серед товарів-конкурентів): «можливості фірми запропонувати товар, що відповідає певним вимогам покупців, тобто у визначеній якості, в необхідній кількості, в певні терміни і при найбільш вигідних умовах доставки продукції, ніж у конкурентів» [9]; «конкурентоспроможність може бути визначена як перевага у ціні, швидкості постачання, дизайні і т.ін., яка дозволяє фірмі забезпечувати продаж своїх товарів за рахунок конкурентів» [11]; «головним критерієм конкурентоспроможності, від якої залежать конкурентні позиції виробника (постачальника) на ринку деякого товару (товарної групи, всієї товарної маси), є можливість надавати покупцеві переваги за основними параметрам товару, який поставляється на ринок – рівню ціни, якості, умовам постачання та ін.» [15]. Саме такий підхід є достатньо поширеним, при якому автори виділяють ту чи іншу характеристику товару, але по своїй суті, таке трактування даної категорії не відображає рівень ефективності виробничо-господарської діяльності підприємства в цілому.

Більш обґрунтованим, на наш погляд, виступає підхід, що конкретизує критерії оцінки конкурентоспроможності підприємства: «...рівень компетенції підприємства по відношенню до інших підприємств-конкурентів по таким параметрам, як технологія, практичні напрацювання та знання персоналу, рівень стратегічного і поточного планування, якість (систем управління, виробництва, продукції), комунікації» [12].

Але всі вищенаведені підходи базуються на теорії конкурентних переваг М.Портера [14], яка, хоч і достатньо зручна в практичному застосуванні та надає можливість оцінити конкурентоспроможність підприємства в порівнянні

з такими ж підприємствами в даній галузі, країні або на світовому ринку, але має цілий ряд недоліків. В першу чергу, відсутня системність оцінки даної категорії, тобто при співставленні як локальних, так і інтегральних показників діяльності підприємства поза увагою залишаються складні внутрішньосистемні зв'язки, їх динаміка та синергічний ефект. По-друге, виділяючи для співставлення певну групу підприємств-конкурентів, отримаємо лише ранжування конкурентних позицій даної групи, що знижує об'єктивність оцінки реальних позицій аналізованого підприємства в цілому по галузі. По-третє, щоб надати реальну оцінку конкурентоспроможності підприємства при даному підході, необхідно підібрати для порівняння тільки аналогічні параметри діяльності, що в сучасних умовах диверсифікації діяльності суб'єктів господарювання (види продукції, сегменти ринку) зробити вкрай важко. Також, одним з важливих недоліків такого підходу є те, що при врахуванні кількісних показників діяльності підприємства складно оцінити його здатність до адаптації в ринкових умовах, що постійно змінюються.

Більш доречно при дослідженні поняття конкурентоспроможність підприємства, на наш погляд, використовувати підхід, що відображає процес розвитку підприємства в динаміці та його здатність вчасно і ефективно коригувати параметри своєї діяльності в залежності від змін у зовнішньому середовищі. Такий методичний підхід обґрунтовує в своїх працях достатньо широке коло науковців (табл.1).

Таблиця 1. Основні визначення категорії «Конкурентоспроможність підприємства»

Автор, № джерела	Визначення
Бондаренко Г.С. [1]	Система взаємопов'язаних елементів, яка складається із внутрішнього середовища підприємства, його споживачів і конкурентів, об'єднаних в єдине ціле для вирішення задачі забезпечення стійких конкурентних позицій, збереження існуючих та створення нових конкурентних

	переваг
Вінокуров В.А. [2]	Здатність вести успішну конкурентну боротьбу, протистояти їй
Воронкова А.Е. [3]	Властивість суб'єкта ринкових відносин, що проявляється в процесі конкуренції і дозволяє зайняти свою нішу в ринковому господарстві для розширеного відтворення, що припускає покриття всіх витрат виробництва і отримання прибутку від господарської діяльності
Іванов Ю.Б. [7]	Конкурентоспроможність підприємства – це здатність підприємства змінювати намічений режим функціонування в процесі адаптації до впливів зовнішнього середовища з метою збереження, розвитку вже наявних, або створення нових конкурентних переваг
Карлофф Б. [8]	Здатність забезпечити найкращу пропозицію в порівнянні з конкуруючим підприємством
Люкшинов А.М. [10]	Здатність підприємства протистояти іншим підприємствам, вести з ними успішну боротьбу за ринки збуту товарів та послуг
Попов С.А. [13]	Здатність організації досягати своїх цілей в умовах ринку, на якому з аналогічними цілями діють інші організації
Фатхутдінов Р.А. [16]	Властивість об'єкта, що характеризується ступенем реального чи потенційного задоволення ним конкретних споживачів порівняно з аналогічними об'єктами, представленими на даному ринку
Шершньова З.Є. [17]	Рівень компетенції підприємства відносно інших підприємств-конкурентів в створенні та використанні виробничого потенціалу певної направленості, а також його окремих складових: технології, ресурсів,

	менеджменту, навичок та освіти персоналу, що знаходить вираження в таких результативних показниках, як якість продукції, прибутковість і продуктивність
Юданов А.Ю. [18]	Конкурентоспроможність залежить від загальної ефективності його діяльності і визначається досконалістю використання ресурсів підприємства

У більшості наведених підходів конкурентоспроможність розглядається як здатність ефективно використовувати внутрішні можливості підприємства в процесі власної діяльності з метою збереження існуючих та створення нових конкурентних переваг для успішної конкурентної боротьби на ринку товарів та послуг.

Підприємство є по своїй суті виробничо-економічною системою, і рівень та динаміка його конкурентоспроможності залежить від цілого комплексу складових. Це, в першу чергу, можливості самоорганізувати та пристосувати до існуючих реалій ринку внутрішні процеси підприємства, а також впливати на зовнішнє середовище, формуючи для себе найбільш прийнятні умови господарювання відносно своїх ресурсних можливостей, цілей та задач.

Надзвичайно важливим для отримання об'єктивних висновків щодо рівня конкурентоспроможності підприємства є фактор часу, оскільки терміни, необхідні для створення та реалізація певних конкурентних переваг, як правило, не збігаються з динамікою отриманих результатів діяльності. Тобто недоцільно розглядати конкурентоспроможність підприємства в окремий дискретний проміжок часу, протягом якого реалізувались тактичні, а не стратегічні цілі суб'єкта господарювання.

Дослідження існуючих теоретичних підходів щодо визначення категорії «конкурентоспроможність підприємства» дозволяє зробити висновки, що не можна надати реальну оцінку конкурентоспроможності підприємства, спираючись на аналіз його окремих конкурентних переваг в обмежений

проміжок часу. Відповідно можна уточнити визначення даної категорії таким чином: «Конкурентоспроможність підприємства – це здатність підприємства вчасно і ефективно коригувати параметри своєї діяльності в залежності від змін у зовнішньому середовищі для підтримання існуючих та створення нових конкурентних переваг з метою досягнення власних стратегічних цілей». Таке трактування дає змогу розглядати поняття «конкурентоспроможності підприємства»:

1) як систему взаємодіючих факторів, що надає можливість суб'єктам господарювання підтримувати на належному рівні вже існуючі конкурентні переваги та створює умови для формування нових;

2) як здатність даної системи змінювати параметри внутрішнього середовища в залежності від потреб ринку, а також ефективно взаємодіяти із зовнішнім середовищем, створюючи більш зручні для власної діяльності умови співпраці і з постачальниками сировинних ресурсів, і з споживачами власної продукції;

3) як системну категорію, що відображає конкурентоспроможність не тільки як результат, а як процес діяльності підприємства з позицій досягнення його стратегічних цілей.

Висновки

Забезпечення ефективної діяльності підприємств в сучасних ринкових умовах потребує постійного моніторингу їх конкурентоспроможності, оцінки можливих конкурентів по галузі, ринкам збуту продукції або постачальникам ресурсів. Для проведення такого аналізу необхідною умовою є чітке розуміння самої сутності категорії «конкурентоспроможність підприємства» та виокремлення її основних складових. Відповідна задача ускладнюється багатогранністю даного поняття, що набуває нових ознак в залежності від галузі, об'єкта, масштабу діяльності і т.ін.

В даній статті розглянуто найбільш поширені в науковому середовищі теоретичні підходи до визначення сутності такого поняття як «конкурентоспроможність підприємства», проаналізовано переваги та недоліки

кожного з них, наведенні базові складові цієї категорії. На основі проведених досліджень пропонується уточнене визначення даної категорії: «Конкурентоспроможність підприємства – це здатність підприємства вчасно і ефективно коректувати параметри своєї діяльності в залежності від змін у зовнішньому середовищі для підтримання існуючих та створення нових конкурентних переваг з метою досягнення власних стратегічних цілей», що дає змогу розглядати дане поняття не тільки як результат діяльності, а як системну категорію, що відображає процес діяльності підприємства з позицій його стратегічних цілей.

Література

1. Бондаренко, Г.С. Управління конкурентоспроможністю автотранспортного підприємства: автореф. на здоб. наук. ступ. к.е.н. [Текст] / Г.С. Бондаренко, – Харків: ХДЕУ, 2001. – 20 с.
2. Винокуров, В. А. Организация стратегического управления на предприятии. [Текст] / В. А. Винокуров, – М.: Центр экономики и маркетинга, 1996. – 458 с.
3. Воронкова, А. Е. Стратегічне управління конкурентоспроможним потенціалом промислових підприємств [Текст] : автореф. дис. д-ра екон. наук: 08.06.01 /Воронкова А. Е. ; НАН України, Інститут економіки промисловості. – Донецьк, 2001. – 32 с.
4. Градов, А. П. Экономическая стратегия фирмы [Текст]: учеб. пособие / ред. А. П. Градов. – 2.изд., испр. и доп. – СПб.: Специальная Литература, 1999. – 589 с.
5. Етимологічний словник української мови (у 7 томах) [Текст] / Під ред. О. С. Мельничука, В. Т. Коломійця, О.Б. Ткаченко; – Т. 2. – К.: «Наукова думка», 1985. – 570 с.
6. Ермолов, М. О. Чем отличается конкурентоспособность фирмы от конкурентоспособности товара. Как продать товар на вашем рынке [Текст] / М. О. Ермолов. – М.: Мысль, 1990. – 364 с.

7. Иванов, Ю. Б. Конкурентоспособность предприятия: оценка, диагностика, стратегия [Текст] / Ю. Б. Иванов [и др.]. – Х.: ХНЭУ, 2004. – 255 с.
8. Карлофф, Б. Деловая стратегия, концепция, содержание, символы. [Текст] / Б. Карлофф, – М.: Экономика, 1991. – 240 с.
9. Лищишин, О. І. Довідник економіста-підприємця (терміни ринкової економіки). [Текст] / О. І. Лищишин, – Львів, «Б.В.», 1992. – 176 с.
10. Люкшинов, А.Н. Стратегический менеджмент [Текст] / А. Н. Люкшинов, – М.:ЮНИТИ, 2000. – 376 с.
11. Мерчанський, В. В.Конкурентоспроможність підприємства та управління стратегією його розвитку [Текст]: [кол. моногр.] / Мерчанський В. В., Ключко В. М., Ключко І. М. – Х. : [Бровін О. В.], 2010. - 156 с.
12. Павлова, В. А. Конкурентоспроможність підприємства: оцінки та стратегія забезпечення [Текст] / В. А. Павлова; Дніпропетровський ун-т економіки та права. – Д. : Видавництво ДУЕП, 2006. – 276 с.
13. Попов, С. А. Стратегическое управление: 17- модульная программа для менеджеров «Управление развитием организации» Модуль 4. – М.: ИНФРА-М, 1999. – 344 с.
14. Портер, Майкл Э. Конкуренция [Текст]: пер. с англ.: Учеб. пособие / М. Э. Портер; ред. Я. В. Заблоцкий. - СПб. и др. : Издательский дом «Вильямс», 2010. – (А Harvard Business Review Book). – 592 с.
15. Тягунова, Н. М. Конкурентоспроможність торговельних підприємств [Текст]: монографія / Н. М. Тягунова, В. О. Боїн; ВНЗ Укоопспілки "Полтав. ун-т економіки і торгівлі". – Полтава : РВВ ПУЕТ, 2010. – 154 с.
16. Фатхутдінов, Р.А. Управління конкурентоздатністю організації [Текст]: Підручник / Р.А. Фатхутдінов, Г.В.Осовська; К.: «Кондор», 2009. – 470 с.
17. Шершньова, З.Є. Антикризове управління підприємством [Текст]: навч. посіб. для студ. екон. спец. усіх форм навч. / З. Є. Шершньова [та ін.]; заг.

ред. З. Є. Шершньова; Київський національний економічний ун-т ім. Вадима Гетьмана. – К. : КНЕУ, 2007. – 676 с.

18. Юданов, А. Ю. Конкуренция: теория и практика [Текст]: Учебно-практическое пособие. 2 – е изд. / А. Ю. Юданов; – М: Ассоц. Авторов и издателей «Тандем»; Изд. «ГНОМ-ПРЕСС», 1998. – 384 с.

СУЩНОСТЬ И СОСТАВЛЯЮЩИЕ ПОНЯТИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Л. Н. Минко

Национальный университет пищевых технологий

Рассмотрены основные теоретические подходы к определению сущности понятия «конкурентоспособность предприятия», проанализированы преимущества и недостатки каждого из них, приведены базовые составляющие этой категории. На основе проведенных исследований предложено уточненное определение данной категории, что позволяет рассматривать данное понятие не только как результат, а как процесс деятельности предприятия с позиций достижения его стратегических целей.

Ключевые слова: конкурентоспособность, конкурентные преимущества, предприятие, методические подходы.