

°УДК 339.13.027

Полінкевич О. М., д.е.н., доцент

Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки

ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ВИБОРУ КОНЦЕПЦІЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

В статті розглянуто поділ концепцій конкурентоспроможності підприємств на традиційні та нові. Відзначено, що нові концепції домінуючими. Приведено перелік найпоширеніших концепцій. Запропоновано матрицю вибору концепцій конкурентоспроможності підприємств за цілями розвитку та термінами їх реалізації на підставі фінансово-економічних показників.

Ключові слова: розвиток, підприємство, концепція конкурентоспроможності, фінансово-економічний показник, ключові компетенції.

Polinkevych O.

FINANCIALLY ECONOMIC GROUND OF CHOICE OF CONCEPTION OF COMPETITIVENESS OF ENTERPRISE

In the article, dividing of conceptions of competitiveness of enterprises is considered into traditional and new. It is marked that new conceptions dominant. A list over of the most widespread conceptions is brought. The matrix of choice of conceptions of competitiveness of enterprises is offered after the aims of development and terms of their realization on the basis of financially and economic indicators.

Conceptions that is oriented on regular factors acquire in the modern terms of all greater value. Most known is conception of competition on the base of time (time - based competition, G. Stalk, T. Hout); conception of competition is on the basis of competences of firm (capabilities – based competition, G. Stalk, P. Evans, L. Shulman); conception that mortgages bases of decisions and creation of key competences (core competences of the of Corporation, G. Hamel, C. Prahalad); conception that leans against distinguishing of competences of firm or adaptation to them to activity (distinctive capabilities, J. Kaya); conception of enterprise (P. Drucker); conception of organizations that study (P. Senge); conception that attaches significance to the informative system. Each of these conceptions has the advantages and defects, limitation in the use. However, most universal most researchers conception of G is considered. Hamela and C. Prahalada. On the basis of the worked out matrix of choice of conceptions of competitiveness of enterprises after the aims of development and term of realization it is possible to define basic conceptions that it is recommended to use on the basis of aims of activity of

° Полінкевич О. М.

enterprise and period of changes. The row of financially and economic indexes that are qualificatory at the choice of aim of development of enterprise is separately offered. Among them: coefficient of correlation of price to the charges on a production, coefficient of correlation of part of charges on the production of goods in the hall sum of charges to the analogical index in competitors, technical and social productivity of enterprise, coefficient of the repeated orders, efficiency of innovations, coefficient of stability of clients. The account of indexes will assist determination of aims of development and provide the choice of conception of competitiveness for realization of the put aims in long-term or short-term periods.

Key words: development, enterprise, conception of competitiveness, financially economic indicator, key competenses.

Полинкевич О. Н.

ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ ВЫБОРА КОНЦЕПЦИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

В статье рассмотрено разделение концепций конкурентоспособности предприятий на традиционные и новые. Отмечено, что новые концепции доминирующие. Приведен перечень самых распространенных концепций. Предложена матрица выбора концепций конкурентоспособности предприятий за целями развития и сроками их реализации на основании финансово-экономических показателей.

Ключевые слова: развитие, предприятие, концепция конкурентоспособности, финансово-экономический показатель, ключевые компетенции.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями. Конкурентоспроможність підприємств є одним із ключових факторів, яка визначає випереджальний розвиток не лише окремого суб'єкта господарювання, але й регіону та країни загалом. Конкурентоспроможність є тим чинником, який формує потенціал розвитку та сприяє становленню нових підходів до управління в новій економіці. Ефективній діяльності підприємств сприяє не лише позиція на ринку у сфері співпраці з клієнтами і споживачами, але й визначена стійка динамічно змінна конкурентоспроможна позиція на ринку. Розвиток діяльності підприємства можна розглядати з двох позицій: внутрішня і зовнішня. Конкурентоспроможні переваги суб'єкта господарювання окреслюють її зовнішню позицію на ринку, яка формується під впливом матеріальних, трудових та інтелектуальних ресурсів. Причому головна увага повинна концентрува-

тися на поєднанні моделей утримання та залучення клієнтів, висвітлення конкурентних переваг підприємства загалом. Внутрішня позиція суб'єкта господарювання формується під впливом показників діяльності, умінь, знань та власних технологій виробництва конкурентоспроможної продукції на світовому ринку.

Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми. Концепції конкурентоспроможності підприємств розглядалися багатьма науковцями. Загалом конкуренційність З. Поршчюнек, С. Степень погрупували за джерелами ринкової переваги у трьох вимірах [9]:

- безпосередні джерела ринкової конкуренційної переваги – це системи і процеси, які безпосередньо окреслюють можливості ринкової конкурентної переваги підприємства (технології, розмір і розташування, якість управління, уміння маркетингові і стратегічне управління);

- базові джерела конкуренційності підприємств, до яких належать концепції конкурентних переваг (Hamel, Prahalad), вирізнення уміння фірми (Kay), концепція навчаючої організації та орієнтованої на знання, концепції, які ґрунтуються на інформації та інформаційних технологіях;

- зовнішні джерела конкурентоспроможності підприємств.

В економічній літературі поняття «ключові компетенції» пов'язується провідними дослідниками (Гарі Хамел, К. К. Прахалад [6], Девід Кембел, Джордж Стоунхаус, Б. Х'юстон, Джон ван Маурік, Й. Кай, М. Портер [10–12], Й. Томпсон [13], Е. Цирсон [5] та інші) з набором взаємопов'язаних навичок, технологій, умінь, знань, їх унікальністю. Серед вітчизняних вчених цими проблемами займалися такі вчені, як Г. Азоев, Л. Антонюк, Я. Базилук, О. Білорус, І. Вінніченко [1], Б. Губський, Ю. Куренков, А. Поручник, Д. Лук'яненко, В. Монтієв, А. Савчук, В. Сіденко, Ю. Макогона, З. Патора-Висоцька [2], А. Філіпенка, О. Чепурна [3], В. Чужикова, В. Шевчука, В. Юхименко [4]. Проте в їхніх працях не розглядалися залежність вибору концепції конкурентоспроможності за допомогою фінансово-економічних показників, які є визначальними у діяльності підприємств та формують конкурентну позицію на світовому ринку.

Цілі статті. Метою статті є обґрунтування вибору концепції конкурентоспроможності підприємств, яка б реалізувала системний підхід до формування конкурентних переваг підприємств та утримання і пошуку клієнтів.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Концепції конкурентоспроможності умовно можна поділити на дві групи:

- традиційні концепції (концепції, що орієнтуються на реальні чинники). До них належать: концепція вартісної конкуренційності, яка базується на ефектах великої скали продукції, спеціалізації, стандартизації чи ефектах досвіду; концепція якості чи системи управління якістю; концепція конкурування, яка спирається на ринкові сили (позиція лідера і фірми, яка домінує на ринку); маркетингова концепція конкуренційності; вартісна концепція і концепція диференціації;

- нові концепції (концепції, які орієнтуються на регулярні чинники). Вони включають: концепція конкурування на базі часу (time-based competition, G. Stalk, T. Hout); концепція конкурування на підставі компетенцій фірми (capabilities-based competetion, G. Stalk, P. Evans, L. Shulman); концепція, яка закладає основи розв'язань і творення ключових компетенцій (core competences of the Corporation, G. Hamel, C. Prahalad); концепція, яка спирається на вирізнення компетенцій фірми чи достосування до них діяльності (distinctive capabilities, J. Kaya); концепція підприємництва (P. Drucker); концепція організацій, які постійно навчаються (P. Senge); концепція організації, які базуються на знаннях; концепція, яка налає значення інформаційній системі.

На сьогодні активно розвиваються концепції, які орієнтовані на регулятивні чинники, тобто нові концепції, основою яких є інформаційні системи. Відповідно до цього визначимо основні фінансово-економічні показники, на основі яких менеджери повинні приймати рішення щодо вибору концепцій конкурентоспроможності (табл. 1).

Таким чином, із даних таблиці можна зробити висновок, що у довгостроковому періоді найбільш поширеною концепцією конкурентоспроможності є концепція, яка закладає основи розв'язань і творення ключових компетенцій (core competences of the Corpora-

tion, G. Hamel, C. Prahalad), а у короткостроковій перспективі концепція підприємництва (P. Druker) та конкурування на базі часу (time-based competition, G. Stalk, T. Hout).

Таблиця 1

Матриця вибору концепцій конкурентоспроможності підприємств за цілями розвитку та терміном реалізації *

Ціль розвитку підприємства	Довготривалий термін змін	Короткотривалий термін змін	Фінансово-економічний показник
Зміна ціни і якості продукції	Концепція G. Stalka, T. Houta	Концепція P. Drukera; концепція G. Hamela, C. Prahalada; Концепція P. Senge	Коефіцієнт співвідношення ціни до витрат на виробництво
Виробництво з низькими витратами у найкоротші терміни	Концепція G. Hamela, C. Prahalada	Концепція P. Drukera	Коефіцієнт співвідношення частки витрат на виробництво продукції у зальній сумі витрат до аналогічного показника у конкурентів
Реструктуризація (реінжиніринг)	Концепція J. Kaya; концепція G. Hamela, C. Prahalada	Традиційні базові концепції	Техносоціальна продуктивність підприємства
Швидке впровадження продукту на ринок	Концепція G. Stalka, P. Evansa, L. Shulmana	Концепція P. Senge; концепція G. Stalka, T. Houta; концепція P. Drukera	Коефіцієнт повторних замовлень
Впровадження інновацій	Концепція G. Hamela, C. Prahalada; концепція J. Kaya	Концепція G. Stalka, T. Houta	Ефективність інновацій
Покращення репутації підприємства	Концепція G. Stalka, P. Evansa, L. Shulmana; концепція G. Hamela, C. Prahalada; концепція P. Senge	Концепція G. Stalka, T. Houta	Коефіцієнт стабільності клієнтів

* розроблено автором

Висновки. В сучасних умовах все більшого значення набувають концепції, які орієнтуються на регулярні чинники. Найбільш відомими є концепція конкурування на базі часу (time-based competition, G. Stalk, T. Hout); концепція конкурування на підставі компетенцій фірми (capabilities-based competetion, G. Stalk, P. Evans, L. Shulman); концепція, яка закладає основи розв'язань і тво-рення ключових компетенцій (core competences of the Corporation, G. Hamel, C. Prahalad); концепція, яка спирається на вирізнення компетенцій фірми чи достосування до них діяльності (distinctive capabilities, J. Kaya); концепція підприємництва (P. Druker); концепція організацій, які постійно навчаються (P. Senge); концепція організації, які базуються на знаннях; концепція, яка надає значення інформаційній системі. Кожна з цих концепцій має свої переваги та недоліки, обмеження у використанні. Проте, найбільш універсальною більшістю дослідників вважається концепція G. Hamela і C. Prahalada. На основі розробленої матриці вибору концепцій конкурентоспроможності підприємств за цілями розвитку та терміном реалізації можна визначити основні концепції, які рекомендовано використовувати на підставі цілей діяльності підприємства та періоду змін. Окремо запропоновано низку фінансово-економічних показників, які є визначальними при виборі цілі розвитку підприємства. Серед них: коефіцієнт співвідношення ціни до витрат на виробництво, коефіцієнт співвідношення частки витрат на виробництво продукції у зальній сумі витрат до аналогічного показника у конкурентів, техносоціальна продуктивність підприємства, коефіцієнт повторних замовлень, ефективність інновацій, коефіцієнт стабільності клієнтів. Обрахунок показників сприятиме визначенню цілей розвитку і забезпечить вибір концепції конкурентоспроможності для реалізації поставлених цілей у довгостроковому чи короткостроковому періодах.

1. Вінніченко І. І. Еволюція підходів у дослідженні конкурентоспроможності / І. І. Вінніченко // Агросвіт. – 2012. – №8. – С. 3–6.
2. Патора-Висоцька З. Конкурентоспроможність малих і середніх підприємств – концепції, напрями, відношення / З. Патора-Висоцька, М. Висоцькі // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://vlp.com.ua/files/77.pdf>.

- 3.Чепурна О. П. Сучасні концепції конкурентоспроможності національної економіки / О. П. Чепурна // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://trpe.econom.univ.kiev.ua/data/2009_19/zb19_14.pdf.
- 4.Юхименко В. Еволюція концепцій конкуренції: від класичного капіталізму до інноваційно-інформаційної економіки / В. Юхименко // Вісник КНЕУ. – 2010. – №2. – С. 12–26.
- 5.Cyrson, E. Nowy paradygmat strategii konkurencji, [w] / E. Skawińska, «Konkurencyjność przedsiębiorstw – nowe podejście». – Warszawa–Poznań : PWN. 2002.
- 6.Hamel, G.& Prahalad, C. K. Firma, która się uczy, [w]: Harvard Business Preview, Zarządzanie w warunkach niepewności. – Helion (Onepress VIP). Gliwice, 2006.
- 7.Łobejko, Stanisław & Pierścionek, Zdzisław (red. naukowa) Zarządzanie strategiczne w praktyce polskich przedsiębiorstw. Warszawa: Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, 2011. 296 s.
- 8.Oblój, K. Strategia organizacji. W poszukiwaniu trwałej przewagi konkurencyjnej. – Warszawa : PWE, 2007.
- 9.Pierścionek, Zdzisław & Jurek-Stępień, Stefania (red. naukowa) Czynniki sukcesu polskich przedsiębiorstw na rynkach Unii Europejskiej. – Warszawa : Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, 2006. – 268 s.
10. Porter, M. E. Przewaga konkurencyjna. Osiąganie i utrzymywanie lepszych wyników. Helion, Gliwice. – 2006.
11. Porter, M. E. The Competitive Advantage of Nations, The MacMillan Press LTD. London and Basingstoke. – 1990.
12. Porter, M. E. Strategia konkurencji. Metody i analizy sektorów i konkurentów. Warszawa : PWE. – 1996.
13. Thompson, J. L. (1993). Strategic Management: Awareness and Change, 2nd edition. London : Chapman & Hall. – 1993.