

ДРАЧ О. І.

к. е. н., доцент
Вінницький торговельно-економічний Інститут
Київського національного торговельно-економічного університету

СУТНІСТЬ І ЗМІСТ КОНКУРЕНТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ

У статті розглядається аналіз існуючих підходів до визначення суті понять «конкурентні переваги», «конкурентний потенціал», «конкурентоспроможність», «виробничий потенціал». Автором встановлено, що питання формування і розвитку конкурентного потенціалу галузі є не досить розробленими. Обґрунтовано, що існує велика необхідність дослідження конкурентоспроможності і конкурентного потенціалу галузі, так як саме на галузевому і квазі-корпоративному рівнях відбувається найважливіші процеси, без яких неможливо налагодити координацію і забезпечити високий технічний рівень виробництва, і ці процеси нині найменш задіяні в українській економіці.

Ключові слова: конкурентний потенціал, конкурентна перевага, конкурентна боротьба, макрорівень, якість.

ДРАЧ А. И.

к. э. н., доцент
Винницкий торгово-экономический Институт
Киевского национального торгово-экономического университета

СУЩНОСТЬ И СОДЕРЖАНИЕ КОНКУРЕНТНОГО ПОТЕНЦИАЛА

В статье рассматриваются анализ существующих подходов к определению сущности понятия «конкурентные преимущества», «конкурентный потенциал», «конкурентоспособность», «производственный потенциал». Автором установлено, что вопросы формирования и развития конкурентного потенциала отрасли являются недостаточно разработанными. Обосновано, что есть большая необходимость исследования конкурентоспособности и конкурентного потенциала отрасли, так как на отраслевом и квази-корпоративном уровнях происходит важнейшие процессы, без которых невозможно наладить координацию и обеспечить высокий технический уровень производства, и эти процессы сейчас наименее задействованы в украинской экономике.

Ключевые слова: конкурентный потенциал, конкурентное преимущество, конкурентная борьба, макроуровень, качество.

DRACH O. I.

candidate of economical sciences, associate professor
Vinnytsia Institute of Trade and Economics
of Kyiv National University of Trade and Economics

ESSENCE AND CONTENTS OF COMPETITION POTENTIAL

The article deals with analysis of existing approaches to the definition of the concept of "competitive advantage", "competitive potential", "competitiveness", "production potential". The author found that the questions of formation and development of the competitive capacity of the industry is not sufficiently developed. It is proved that there is a great need to study the competitiveness and the competitive capacity of the industry, as the sector and quasi-corporate level there are important processes that are essential to coordinate and ensure the high technical level of production, and these processes are now less involved in the Ukrainian economy.

Keywords: competitive potential, competitive advantage, competition, macro-level, quality.

talchenok22@gmail.com

Постановка проблеми. Рівень розвитку будь-якого суб'єкта економіки, галузі, або підприємства, багато в чому визначається досягнутим рівнем конкурентного потенціалу, який в сучасних умовах розвитку економіки пов'язують, передусім, з наявністю природних ресурсів, секторів економіки, що мають високі технології, розвиненою транспортною інфраструктурою, значним об'ємним потенціалом ринку, наявністю дешевої робочої сили, і

низькою капіталоємністю НДДКР. Конкурентними перевагами української економіки, які доки недостатньо використовуються, є високий рівень освіти населення, якість людського капіталу, науково-технічна база, що збереглася, і фундаментальні наукові і технологічні здобутки, які десятиліттями створювалися в наукоємних галузях промисловості.

Постановка завдання. Метою дослідження є аналіз основ формування конкурентного потенціалу підприємства в умовах розвитку сучасних економічних відносин та створення необхідних умов підвищення конкурентних переваг.

Виклад основного матеріалу дослідження. Конкурентоспроможність – це проблема не лише вітчизняної економічної теорії, але й світової. Як вважає авторитетний американський вчений М. Портер, поки «не існує загальноприйнятого визначення конкурентоспроможності. Для фірм конкурентоспроможність означала можливість конкурувати на світовому ринку за наявності глобальної стратегії. Для багатьох економістів конкурентоспроможність означала позитивний зовнішньоторговельний баланс, для деяких конкурентоспроможність означає низькі виробничі витрати на одиницю продукції, приведені до обмінного курсу» [4]. Суперечки навколо конкурентоспроможності тривають й до сьогоднішнього дня.

Успіх окремих підприємств в конкурентній боротьбі в умовах поглибленої інтернаціоналізації ринку залежить від стану справ в країні. Облік національних і галузевих, а у ряді випадків і регіональних особливостей визначає здатність підприємства створювати і утримувати конкурентну перевагу на міжнародному рівні. Але рівень життя в країні залежить від конкурентоспроможності окремих підприємств, уміння їх досягати поліпшення якості і зростання ефективності. У зв'язку з цим розрізняється суть категорій «конкурентоспроможність продукції», «конкурентоспроможність підприємства», «конкурентоспроможність галузі».

У економічній літературі сформувався досить розповсюджений підхід до виділення різних конкурентних полів, структурування конкурентних відносин і конкурентних переваг. В якості носіїв конкурентних переваг виділяють різні суб'єкти. На основі принципів вертикального структурного аналізу, розрізняють наступні основні рівні формування категорії конкурентоспроможності: нанорівень – товари; мікрорівень – окремі підприємства, фірми, їх корпоративні об'єднання; мезорівень – галузі, галузеві комплекси; макрорівень – національні господарства окремих країн.

Слід зазначити два важливі моменти. По-перше, до останнього часу в вітчизняній економічній літературі термін конкурентоспроможність використовувався тільки стосовно продукції, по-друге, застосовувався він в основному у рамках зовнішньоекономічної діяльності в тісному зв'язку з якістю і об'ємом продажів експортної продукції.

Сьогодні у більшості наукових робіт конкурентоспроможність розглядається на мікро- і макрорівнях. При цьому під мікрорівнем розуміють рівень підприємства, а під макрорівнем – національне господарство окремої країни [5].

Характер конкурентної боротьби, який ведеться ринковими суб'єктами на різних рівнях господарської організації, істотно розрізняється. Тим часом, різні рівні формування конкурентних переваг тісно пов'язані між собою, і один без іншого неможливий. Важливо відмітити, що зв'язки між окремими рівнями формування конкурентоспроможності ущільнюються, особливо між мезо- і макрорівнями.

В умовах реформування української економіки принципово змінюється підхід до створення систем забезпечення конкурентоспроможності підприємства. Ця проблема висувається на перший план усієї економічної політики держави. Конкурентоспроможність на товарних ринках стає проблемою національної безпеки.

Конкурентоспроможність товарів – той рівень, на якому кожен покупець, приймаючи рішення про купівлю товару, підтверджує його конкурентоспроможність практично щодня. Товарний світ, хоча він і створюється підприємствами, компаніями і фірмами, має свою специфіку. До того ж при конкуренції товарів, тобто виявленні переваг їх зі сторони покупців, останніх часто не стільки цікавить, хто їх виготовив, скільки їх реальна якість і ціна.

Конкурентоспроможність продукції – це здатність продукції відповідати вимогам цього ринку в даний період у порівнянні з аналогом конкурента.

У цьому визначенні закладені три відмітні ознаки: 1) простір – конкретний ринок (країна, сегмент ринку); 2) період – фіксований відрізок часу; 3) пізнання в порівнянні. Тому оцінка конкурентоспроможності припускає порівняння конкретної продукції з аналогом в системі «час — простір».

Оцінкою конкурентоспроможності продукції займаються різні суб'єкти ринку: виробники, продавці, але у результаті вона є прерогативою споживача. З ряду аналогів він вибирає товар, який більше відповідає його потребам. Тому можна погодитися з таким варіантом визначення: конкурентоспроможність товару показує ступінь привабливості для споживача, що здійснює реальну купівлю.

У літературі іноді можна зустріти трактування конкурентоспроможності як синоніма якості продукції. Проте «якість» і «конкурентоспроможність», безумовно, терміни не тотожні.

По-перше, конкурентоспроможність будь-якого товару визначається сукупністю тільки тих його властивостей, які представляють інтерес для покупця і забезпечують задоволення цієї потреби, а інші показники при оцінці враховуватися не повинні, тобто показники продукції, що відбивають її ефект для виробника, часто не представляють інтерес для споживача. Таким чином, можна стверджувати, що споживача не цікавлять умови розробки, виробництва і транспортування товару до надходження його на ринок, а безпосередню цінність представляють лише споживчі властивості.

По-друге, аналіз якості, виконаний відповідно до діючих нормативних документів, ще не дає оцінки ступеня конкурентоспроможності продукції. Остання визначається в процесі збуту, тобто залежить від реакції покупця. Можна стверджувати, що для споживача якість є обов'язковою, але недостатньою характеристикою. Іншими словами, конкурентоспроможність визначається не просто відмінними характеристиками товару, а його привабливістю для клієнта, орієнтованістю на купівлю. У цьому полягає суверенітет споживача: вирішальне слово залишається за ним навіть в тих випадках, коли він об'єктивно не правий.

Отже, можна констатувати, що якість і конкурентоспроможність товару, які визначаються сукупністю його властивостей проявляються в різних сферах. Якість продукції закладається у сфері розробки і виробництва і виявляється в процесі її використання, тобто у сфері споживання. Конкурентоспроможність продукції може бути сформована лише в результаті її продаж, тобто у сфері обігу. Таким чином, у категорій «якість» і «конкурентоспроможність» мають місце різні сфери прояву. Споживчі і економічні властивості продукції оцінюються конкретними споживачами на певному сегменті ринку. Властивості товару задовольняти потреби споживачів на більш високому рівні порівняно з аналогічними товарам, представленими на ринку, характеризує здатність продавця витримувати конкуренцію і його готовність до змін.

Конкурентоспроможність країни – явище складне, неоднозначне. На думку А. Селезньова, «конкурентоспроможність – це обумовлена економічними, соціальними, політичними чинниками положення країни або товаровиробника на внутрішньому і зовнішньому ринках, відображення через показники (індикатори), що адекватно характеризують такий стан і динаміку». Але будь-яке положення країни не настає автоматично під впливом тих або інших чинників, а є результатом певної діяльності.

У деяких роботах поняття національної або макро-конкурентоспроможності взагалі ставиться під сумнів, а аналіз конкурентоспроможності пропонується обмежувати рівнем товарів і фірм. В цьому випадку проблема макро-конкурентоспроможності як предмет дослідження як би зникає. Це втім узгоджується з ліберальною доктриною, яка не залишає державі місця в управлінні або регулюванні національною господарською системою, а сама ця система як би розчиняється в глобальній економіці, де фірми самостійно вирішують проблеми раціонального розподілу і оптимально використання ресурсів.

Конкурентоспроможність підприємства знаходиться у відношенні з конкурентоспроможністю продукції як частина і ціле. На мікрорівні вона набуває своєї остаточної і завершальної форми у вигляді відношення ціни і якості товару. Як вже було відмічено, в оцінці конкурентоспроможності продукції взаємодіють дві сторони: з однією – споживачі, а з іншою – товаровиробники.

З урахуванням узагальнення літератури можна дати наступне визначення: конкурентоспроможність підприємства – це потенційна і реальна можливість створювати і відносно тривалий час реалізовувати свої товари і послуги на внутрішньому і зовнішньому ринках. Конкурентні переваги створюють умови для підвищення конкурентоспроможності.

Розглянемо відмінності характеристик конкурентоспроможності підприємства від аналогічної характеристики продукції. Перша відмінність полягає в тому, що конкурентоспроможність підприємства використовується для досить довгого проміжку часу, тоді як конкурентоспроможність товару може визначатися у будь-який малий з економічної точки зору проміжок часу (місяць, тиждень, день).

Друга принципова відмінність полягає в тому, що оцінку діяльності підприємства дає не лише споживач, але і сам підприємець. Підприємець вирішує, чи вигідно для нього в масштабах і умовах цієї економіки займатися виробництвом певного товару. Якщо у разі визначення конкурентоспроможності продукції можна сказати, що споживача абсолютно не цікавить, при яких витратах вона випущена, то у разі визначення конкурентоспроможності підприємства цього вже сказати не можна.

Можливості підприємства конкурувати на певному ринку безпосередньо залежать від конкурентоспроможності виробленої ними продукції і сукупності соціально-економічних та організаційних факторів діяльності підприємства, що роблять вплив на результати конкурентної боротьби. В зв'язку з цим потрібний аналіз тих чинників, які викликають зміну абсолютної і відносної величини витрат на виробництво, а в результаті впливають на рівень конкурентоспроможності підприємства.

Висновки з даного дослідження. Розглядаючи співвідношення основних категорій конкурентоспроможності на різних рівнях, можна зробити наступні висновки:

- конкурентоспроможність продукції є основним результатом реалізації конкурентоспроможності підприємства;
- конкурентоспроможність продукції і конкурентоспроможність підприємства співвідносяться як частину і ціле;
- конкурентоспроможність галузі залежить від конкурентоспроможності підприємств, що входять в цю галузь і загальній стратегії розвитку цих підприємств.

Список використаних джерел

1. Гончаров В.Н. Современный производственный потенциал региона / под общ. Ред. В.Н. Гончарова, Л.Н. Матросова, А.В. Путивцев. – К. : Техника, 1997. – 123 с.
2. Жданов С.А. Основы теории экономического управления предприятием: Учебник / С.А. Жданов. – М. : Изд-во Финпресс, 2000. – 248 с.
3. Иеннер Т. Отраслевая структура, рыночная стратегия и успех предприятия / Т. Иеннер // Управление предприятием. – 2002. – № 3. – С. 24–47.
4. Портер М. Конкуренция / М. Портер ; пер. с англ. – М. : Издат. дом «Вильямс», 2005. – 365 с.
5. Трушенко О. М. Конкурентоспроможність країни в умовах економічної глобалізації / О. М. Трушенко // Вісник Академії митної служби України. Серія "Економіка". – Д., 2010. – № 1. – С. 96–102.