

УДК 339.13

ESSENCE AND FEATURES OF ENTERPRISE COMPETITIVENESS

L. Mynko

National University of Food Technologies

Key words:

*Competitiveness
Competitive edges
Enterprise
Methodical approaches*

Article history:

Received 17.10.2014
Received in revised form
03.11.2014
Accepted 21.11.2014

Corresponding author:

L. Mynko
E-mail:
lnminko@mail.ru

ABSTRACT

In the article the basic theoretical approaches are considered concerning the determination of the essence of such concept as "competitiveness of an enterprise". Advantages and disadvantages of each of them are analysed and the basic constituents of this category are presented. The finalized definition of this category is given as a result of the study, which gives an opportunity to examine this concept not only as a result, but also as a process of enterprise activity from the point of view of achieving the strategic aims.

СУТНІСТЬ І СКЛАДОВІ ПОНЯТТЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Л.М. Минко

Національний університет харчових технологій

У статті розглянуто основні теоретичні підходи до визначення сутності поняття «конкурентоспроможність підприємства», проаналізовано переваги та недоліки кожного з них, наведено базові складові цієї категорії. На основі проведених досліджень запропоновано уточнене визначення даної категорії, що дає змогу розглядати поняття не тільки як результат, а як процес діяльності підприємства з позицій досягнення його стратегічних цілей.

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

Вступ. 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 і 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 конкурентоспромож-

ності підприємства порівняно з аналогічними у відповідному ринковому сегменті. Актуальність дослідження даної категорії зростає у міру 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 така: конкурентоспроможність продукції (товару), конкурентоспроможність підприємства (товаровиробника), конкурентоспроможність галузі, країни (національної економіки). Ці поняття, хоч і різняться кожен своєю системою деталізації, при загальному розгляді виявляються взаємопов'язаними і тому, безумовно, взаємозалежними. Узагальнюючими для всіх зазначених категорій є те, що вони відображають здатність досліджуваного об'єкта ефективно виконувати свої функції в умовах постійно змінного конкурентного середовища.

Огляд літератури. Науковими дослідженнями за даною тематикою займалися такі вітчизняні і зарубіжні вчені, як: П. Самуельсон, І. Шумпетер, М. Портер, Г.Л. Азов, Р.А. Фатхутдінов, А.Ю. Юданов, А.П. Градов, Ю.Б. Іванов, В.А. Винокуров, П.С. Зав'ялов та інші. Однак, незважаючи на важливість та актуальність даної теми, аналіз вітчизняної й зарубіжної наукової літератури показав, що єдиного загально визнаного підходу до визначення економічної сутності поняття конкурентоспроможності підприємства не існує, і це створює проблеми при розробці ефективних методів і підходів до оцінки, аналізу та коригування показників, які відображають рівень конкурентоспроможності підприємства.

Мета статті. З'ясувати сутність і визначити складові поняття конкурентоспроможності підприємства.

Виклад основного матеріалу. У переважній більшості сучасних наукових досліджень підкреслюється пріоритетність саме поняття конкурентоспроможності продукції (товару). Віддаючи належне такому підходу, все ж варто зауважити, що товар виступає вже як результат господарської діяльності, яку здійснює підприємство. Саме в процесі 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.

Поняття «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'єднано два слова «конкуренція» і «спроможність», що означає здатність, наявність можливостей до конкуренції, змагання [5].

Поняття конкурентоспроможності було введено М. 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 сукупність характеристик товару чи послуги, які створюють певну перевагу перед конкурентами. Причому конкурентні переваги можуть бути технічними, технологічними, інформаційними, географічними, організаційними тощо.

Теоретичні аспекти конкурентоспроможності, обґрунтовані М. Портером, отримали подальший розвиток у працях як вітчизняних, так і зарубіжних вчених. На сьогодні в науці існують різні підходи до трактування поняття «конкурентоспроможність підприємства», тому для пошуку більш універсального визначення необхідно систематизувати найбільш поширені думки з цього приводу.

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

Такого підходу дотримується М.О. Єрмолов, що пропонує таке тлумачення цієї категорії: «Конкурентоспроможність підприємства (фірми) являє собою відносну характеристику, що відображає відмінності процесу розвитку певного товаровиробника від його конкурентів, як за ступенем забезпечення своїми товарами чи послугами конкретної суспільної потреби, так і за ефективністю виробничої діяльності» [6]. А.П. Градов у книзі «Економічна стратегія фірми» базується на такому трактуванні цього поняття: «відносна перевага порівняно з іншими фірмами даної галузі як на внутрішньому ринку країни, так і 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 за найбільш вигідних умовах доставки продукції, ніж у конкурентів» [9]; «конкурентоспроможність може бути визначена як перевага у ціні, швидкості постачання, дизайні тощо, яка дозволяє фірмі забезпечувати продаж своїх товарів за рахунок конкурентів» [11]; «головним критерієм конкурентоспроможності, від якої залежать конкурентні позиції виробника (постачальника) на ринку певного 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 найбільш поширеним. Автори виділяють ту чи іншу характеристику товару, але за своєю суттю таке трактування даної категорії не відображає рівень ефективності виробничо-господарської діяльності підприємства в цілому.

Більш обґрунтованим є підхід, що конкретизує критерії оцінки конкурентоспроможності підприємства: «...рівень компетенції підприємства порівняно з іншими підприємствами-конкурентами за такими параметрами, як технологія, практичні напрацювання та знання персоналу, рівень стратегіч-

ного 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 порівняно з такими ж підприємствами в даній галузі, країні або на світовому ринку, але має цілий ряд недоліків. Передусім відсутня системність оцінки даної категорії, тобто при зіставленні як локальних, так і інтегральних показників діяльності підприємства поза увагою залишаються складні внутрішньосистемні зв'язки, їх динаміка та синергичний ефект. По-друге, виділяючи для зіставлення певну групу підприємств-конкурентів, отримаємо лише ранжування конкурентних позицій даної групи, що знижує об'єктивність оцінки реальних позицій підприємства, яке аналізується, 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 із важливих недоліків такого підходу є те, що при врахуванні кількісних показників діяльності підприємства складно оцінити його здатність до адаптації в ринкових умовах, які постійно змінюються.

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

Таблиця. Основні визначення категорії «конкурентоспроможність підприємства»

Автор, № джерела	Визначення
1	2
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 завдання забезпечення стійких конкурентних позицій, збереження існуючих і створення нових конкурентних переваг.
Винокуров 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 й 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 порівняно з конкуруючим підприємством.
Люкшинов А.М. [10]	Здатність підприємства протистояти іншим підприємствам, вести з ними успішну боротьбу за ринки збуту товарів і послуг.
Попов С.А. [13]	Здатність організації досягати своїх цілей в умовах ринку, на якому з аналогічними цілями діють інші організації.

1	2
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 порівняно з іншими підприємствами-конкурентами в створенні та використанні виробничого потенціалу певної направленості, а також його окремих складових: технології, ресурсів, менеджменту, навичок та освіти персоналу, що виявляється 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 і створення нових конкурентних переваг для успішної конкурентної боротьби на ринку товарів та послуг.

Підприємство за своєю суттю є виробничо-економічною системою і рівень та динаміка його конкурентоспроможності залежать від цілого комплексу складових. Це передусім можливості самоорганізовувати та пристосовувати до існуючих реалій ринку внутрішні процеси підприємства, а також впливати на зовнішнє середовище, формуючи для себе найбільш прийнятні умови господарювання з урахуванням своїх ресурсних можливостей, цілей і завдань.

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 до 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, визначення даної категорії можна уточнити таким чином: «Конкурентоспроможність підприємства — це здатність підприємства вчасно й ефективно коригувати параметри своєї діяльності залежно від змін у зовнішньому середовищі для підтримання існуючих і 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 залежно від потреб ринку, а також ефективно взаємодіяти із зовнішнім

середовищем, створюючи більш зручні для власної діяльності умови співпраці і з постачальниками сировинних ресурсів, і зі 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 у 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. Завдання ускладнюється багатогранністю даного поняття, що набуває нових ознак залежно від галузі, об'єкта, масштабу діяльності тощо.

Аналіз найбільш поширених у науковому середовищі теоретичних підходів до визначення сутності поняття «конкурентоспроможність підприємства» дав змогу уточнити визначення даної категорії: «Конкурентоспроможність підприємства — це здатність підприємства вчасно й ефективно коректувати параметри своєї діяльності залежно від змін у зовнішньому середовищі для підтримання існуючих і створення нових конкурентних переваг з метою досягнення власних стратегічних цілей», що надає можливість розглядати дане поняття не тільки як результат діяльності, а як системну категорію, яка 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. Лицишин О.І. Довідник економіста-підприємця (терміни ринкової економіки). [Текст] / О.І. Лицишин. — 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.] / В.В. Мерчанський, В.М. Ключко, І.М. Ключко — Х., 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. — (A 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. Антикризисное 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 ПОНЯТИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Л.Н. Минко

Национальный университет пищевых технологий

В статье 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.