

Найбільш часто використовується друга модель інноваційного підприємництва – підприємство розміщує замовлення на розробку нововведень, а освоює їх власними силами.

В основі всіх видів інноваційного підприємництва лежать створення та освоєння нових видів продукції (товарів, послуг), виготовлення, створення речей, цінностей, благ. Головна визначальна частина такого підприємництва – створення і виробництво науково-технічної продукції, товарів, робіт, інформації, інтелектуальних цінностей, які підлягають наступній реалізації покупцям, споживачам.

Висновки

Таким чином, інноваційне підприємництво – це особливий вид господарської діяльності орієнтований на інновації. Це діяльність зі створення чогось нового, постійного пошуку нових можливостей, впровадження нових проектів чи покращення існуючих. Тому підприємець, який розробляє і реалізує інновації, як ніхто інший повинен бути готовим до ризику, але разом з тим і до відповідальності за наслідки своєї інноваційної діяльності – фінансові, моральні і соціальні.

Інноваційне підприємництво – це особливий новаторський процес господарювання. У його основі лежать постійний пошук нових можливостей, орієнтація на інновацію, вміння витягати і використовувати для вирішення постійних завдань ресурси з найрізноманітніших джерел. Даний вид підприємництва пов'язаний з готовністю підприємця добровільно взяти на се-

бе весь ризик, пов'язаний із здійсненням нового проекту або ж поліпшенням існуючого, прийняти на себе фінансову, моральну і соціальну відповідальність за процес, який повинен принести грошовий дохід та особисте задоволення досягнутим [2].

Список використаних джерел

1. Варналій З. С., Сизоненко В. О. Основи підприємницької діяльності: Підруч. для учнів 10–11 кл. загальноосвіт. шк., ліцеїв та гімназій / З. С. Варналій, В. О. Сизоненко. – К.: Знання України, 2004. – 404 с.
2. Горфинкель В. Я., Попадюк Т. Г. Инновационное предпринимательство. Учебник для бакалавров / В. Я. Горфинкель, Т. Г. Попадюк. – М.: Издательство Юрайт, 2013. – 523 с.
3. Господарський кодекс України. Від 16 січня 2003 р. – К.: Атака, 2003. – 208 с.
4. Закон України «Про інноваційну діяльність» // Відомості Верховної Ради. – 2002. – № 36. – С. 266.
5. Зянько В. В. Інноваційне підприємництво: сутність, механізми і форми розвитку. Монографія. – Вінниця: УНІВЕРСУМ – Вінниця, 2008. – 397 с.
6. Лапко О. Інноваційна діяльність в системі державного регулювання / Ін-т екон. прогнозів. НАН України; Івано-Франківський держ. техн. ун-т нафти і газу. – К., 1999. – 253 с. – С. 38.
7. Самуельсон П. Економіка: Підручник. – Л.: Світ, 1993. – С. 461.
8. Черваньов Д. М. Менеджмент інноваційно-інвестиційного розвитку підприємств України / Д. М. Черваньов, Л. І. Нейкова. – К.: Знання, 1999. – 516 с. – С. 25.

УДК 338.432

В.В. БАЄВА,

к.е.н., асистент кафедри управління бізнесом, Одеська національна академія харчових технологій

Конкурентоспроможність підприємств харчової промисловості: поняття та зміст

У статті розглядаються теоретичні поняття наукових категорій «конкуренція», «конкурентоспроможність», «конкурентоспроможність підприємства» та сформульовано власне розуміння дефініції «конкурентоспроможність підприємства харчової промисловості»

Ключові слова: конкуренція, конкурентоспроможність, конкурентоспроможність підприємства, харчова промисловість, підприємства харчової промисловості, конкурентоспроможність підприємства харчової промисловості

В.В. БАЄВА,

к.э.н., ассистент кафедры управления бизнесом, Одесская национальная академия пищевых технологий

Конкурентоспособность предприятий пищевой промышленности: понятие и содержание

В статье рассматриваются теоретические понятия научных категорий «конкуренция», «конкурентоспособность», «конкурентоспособность предприятия» и сформулировано собственное понимание дефиниции «конкурентоспособность предприятия пищевой промышленности»

Ключевые слова: конкуренция, конкурентоспособность, конкурентоспособность предприятия, пищевая промышленность, предприятия пищевой промышленности, конкурентоспособность предприятия пищевой промышленности

V. BAIEVA,

Ph.D., assistant professor of the department of Business Administration, Odessa National Academy of Food Technologies

The competitiveness of the food industry: the concept and content

The article considers the theoretical concepts of scientific categories of «competition», «competitive», «competitiveness» and formulated their own understanding of the definition of «competitive food industry enterprises»

Keywords: competition, competitiveness, competitiveness of enterprises, food industry, food businesses, competitiveness of food industry enterprises

Постановка проблеми. Конкурентоспроможність є важливою науковою категорією, яка відображає становище підприємства на ринку конкретного виду або груп продукції. На положення підприємства впливають також зовнішні та внутрішні фактори оточення. Важливо визначити основні переваги та загрози для підприємства в умовах ринкової економіки, що особливо актуальним є для підприємств харчової промисловості у зв'язку з конкуренцією як з вітчизняними компаніями на внутрішньому ринку, так і з іноземними – на внутрішньому та іноземному ринках. За таких умов насущним проблемним питанням є визначення сутності дефініції «конкурентоспроможність підприємства харчової промисловості» та розкриття її змісту.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання конкурентоспроможності підприємств завжди привертало увагу провідних вітчизняних та іноземних вчених. Найбільш вагомий вклад у розвиток теорії конкурентоспроможності зробили відомі іноземні вчені, так як К.Р. Макконнелл і С.Л. Брю [9; 10], М. Портер [13–15], Фридрих Август фон Хайек [20], І.П. Шумпетер [22]. Серед російських дослідників виділимо дослідження Г.П. Азоева [1], Л.С. Буднікова [3], А.М. Кроткова і Ю.Я. Єленевої [8], В. Петрова [12], Б.А. Райзберга [16], Р.А. Фатхутдинова [16; 19], В.Е. Хруцького і І.В. Корнеєвої [18], А.І. Шувалова [21]. Щодо вітчизняних науковців, відзначимо наукові доробки Л.В. Балабанової і А.В. Кривенко [2], О.І. Драгана [4], С.В. Мочерного [5], С. Кваші і О. Луки [6], В.С. Пономаренка, М.О. Кизима, О.М. Тищенко [7], І. Малярчук [11], Г.М. Скудара [17] та ін.

Водночас недостатньо дослідженими залишаються питання визначення конкурентоспроможності відносно об'єкта нашого дослідження – підприємств харчової промисловості.

Мета статті передбачає дослідження теоретичних підходів до трактування дефініції «конкурентоспроможність підприємства» та формулювання на цій основі розуміння «конкурентоспроможність підприємства харчової промисловості».

Виклад основного матеріалу. В основі дослідження дефініції «конкурентоспроможність підприємства харчової промисловості» лежить наукова категорія «конкуренція» (табл. 1).

Якщо дослідити конкуренцію в агропромисловому виробництві, необхідно зазначити, що вона має певні особливості, їх розгляд і з'ясування мають велике теоретичне і практичне

значення, адже агропромисловий сектор охоплює таке виробництво, в якому можуть діяти одночасно всі види конкуренції [6, с. 83].

Конкуренція є певним механізмом координації виробництва, який діє через систему цін і ринків, і ця координація не може здійснюватись тільки шляхом врахування коливань цін під впливом попиту і пропозиції. Успішна дія цього механізму можлива лише при здійсненні регулюючої ролі держави.

Результати проведених досліджень С. Кваші та О. Луки показали, що конкурентоспроможність вітчизняних продовольчих товарів має переважно ціновий характер, що зумовлюється порівняно низькою собівартістю їх виробництва [6, с. 82].

Важливим завданням економічної науки є всестороннє дослідження такої важливої наукової категорії як конкурентоспроможність.

У зв'язку з цим доречним вважаємо визначення наведене В. Петровим, який підкреслює, що конкурентоспроможність – це внутрішня властивість суб'єкта ринкових відносин, що проявляється в процесі конкуренції і дозволяє зайняти свою нішу в ринковому господарстві капіталістичного типу з метою розширеного відтворення, що передбачає покриття всіх витрат і отримання прибутку від легальної господарської діяльності [12, с. 4]. З позицією науковця ми повністю погоджуємося.

За класичним визначенням М. Портера, конкурентоспроможність – це визначене сукупністю факторів положення товаровиробника на внутрішніх і зовнішніх ринках, віддзеркалене через сукупність показників [14, с. 18].

С.В. Мочерний під конкурентоспроможністю підприємства розуміє здатність працювати прибутково, використовуючи всі наявні фактори виробництва і виробляти продукцію за певними параметрами кращу, ніж продукція конкурентів [5, с. 164]. Так, В.Е. Хруцький, І.В. Корнеєва [18] визначають конкурентоспроможність підприємства як здатність успішно оперувати на конкретному ринку (регіоні збуту) в даний період часу шляхом випуску і реалізації конкурентоспроможних виробів і послуг.

Б.А. Райзберг, Р.А. Фатхутдінов [16, с. 176] розглядають конкурентоспроможність як властивість об'єкту, ступінь задоволення ним конкретної потреби у порівнянні з аналогічними об'єктами на ринку. При цьому до безлічі об'єктів, що володіють властивістю конкурентоспроможності, автори відносять крім продукції, ще й нормативні акти, науково-методичні документи, проектно-конструкторську документа-

Таблиця 1. Генезис поглядів на наукову категорію «конкуренція» *

Автор(и)	Джерело	Зміст поняття
К.Р. Макконелл, С.Л. Брю	[10, с. 57]	наявність на ринку великого числа незалежних покупців і продавців, можливість для покупців і продавців вільно входити на ринок і залишати його
Й. Шумпетер	[22, с. 69]	суперництво старого з новим, з інноваціями
Ф. Хайек	[20, с. 45]	процес, за допомогою якого люди одержують і передають знання; завдяки конкуренції приховане стає явним
М. Портер	[13, с. 124]	динамічний процес, що розвивається, безупинно мінливий ландшафт, на якому з'являються нові товари, нові шляхи маркетингу, нові виробничі процеси й нові ринкові сегменти
Г.Л. Азоев	[1, с. 59]	суперництво на якому –небудь поприці між окремими юридичними чи фізичними особами (конкурентами), зацікавленими в досягненні однієї і тієї ж мети
Р.А. Фатхутдінов	[19, с. 16]	процес управління суб'єктом своїми конкурентними перевагами для отримання перемоги чи досягнення інших цілей в боротьбі з конкурентами за задоволення об'єктивних чи суб'єктивних потреб в рамках законодавства або в природних умовах

* Джерело: дослідження автора

цію, технологію, виробництво, цінні папери, інфраструктуру, інформацію. Конкурентоспроможність підприємства – це також уміння ефективно використовувати свій фінансовий, виробничий, науково-технічний і трудовий потенціали. Інакше кажучи, показник конкурентоспроможності підприємства – це підсумки роботи служб і підрозділів, а також реакція на зміни зовнішніх факторів дії. При цьому особливо важливою є здатність підприємства оперативного й адекватно реагувати на зміни в поведінці покупців, їх смаків і переваг.

Так, Л.В. Балабанова зазначає, що конкурентоспроможність підприємства – це рівень його компетентності порівняно з іншими конкурентами за такими параметрами, як технологія, практичні навички та професійні знання персоналу, рівень стратегічного і поточного планування, політика збуту, рівень управління, комунікації, якість систем управління, виробництва продукції тощо [2, с. 29].

У літературі існують і принципово інші підходи до трактування поняття «конкурентоспроможність». Зокрема, Л.С. Буднікова [3], І. Малярчук [11], А.І. Шувалов [21] визначаючи конкурентоспроможність, виділяють деякі інші найважливіші аспекти її формування та характеризують за допомогою різноманітних показників, що відображають інвестиційну привабливість продукції і її виробника, ступеня освоєння ринку, динаміки експорту продукції, цінової стійкості продукції і рентабельності її збуту на різних ринках, поточного етапу і тривалості життєвого циклу продукції.

Г.М. Скудар стверджує, що конкурентоспроможність – це багатостороння економічна категорія, яка може розглядатися на рівні товару, товаровиробника, галузі, країни. В широкому розумінні він вважає конкурентоспроможністю зумовлені економічними, соціальними та політичними факторами позиції країни чи товаровиробника на внутрішньому та зовнішньому ринках [17]. М. Портер вважає, що практично неможливо відокремити конкурентоспроможність товару від конкурентоспроможності галузі чи підприємства та від конкурентоспроможності національної економіки, бо всі вони логічно та структурно пов'язані та можуть вивчатися лише на основі виявлення конкурентних переваг [15, с. 345].

Дослідження, проведені колом авторів за редакцією В.С. Ніценка, О.В. Захарченка, М.А. Зайця, щодо окресленого напрямку свідчить про те, що на сьогоднішній день не існує загально визнаного поняття «конкурентоспроможність». У економічній літературі воно має різні інтерпретації, перш за все, залежно від того, до якого економічного об'єкту застосовується: до національної економіки в цілому, галузі, підприємства, продукції. Але останнім часом збільшується кількість науковців, об'єктом наукових досліджень яких є формування конкурентоспроможності на рівні окремих господарюючих суб'єктів [23, с. 25].

Відносно поняття конкурентоспроможності підприємств АПК слід зазначити, що воно трактується неоднозначно. На думку М. Маліка та О. Нужної, конкурентоспроможність сільськогосподарських підприємств – це здатність суб'єктів економічної діяльності аграрної сфери пристосовуватись до нових умов господарювання використовувати свої конкурентні переваги і перемагати в конкурентній боротьбі на ринках сільськогосподарської продукції та послуг, максимально ефективно використовувати земельні ресурси, якомога по-

вніше задовольняти потреби покупця шляхом аналізу структури ринку і гнучко реагувати на зміну його кон'юнктури [9, с. 123]. Проте забезпечення конкурентоспроможності підприємств харчової промисловості не обмежується використанням тільки земельних ресурсів. Специфіка агропромислового виробництва полягає у значній залежності від погодних умов, природних ресурсів, тривалим циклом виробництва, сировинної бази, наявністю оборотних коштів, ринками збуту. Конкурентоспроможність підприємств харчової промисловості має характерні особливості пов'язані із:

- а) залежністю харчовиків від специфіки сільського господарства як виду економічної діяльності;
- б) значним рівнем конкуренції у середовищі підприємств харчової промисловості;
- в) значною кількістю та різноманітністю виробників (підприємств), товарів.

Конкурентоспроможність підприємства, підприємств харчової промисловості може бути визначена як його порівняльна перевага стосовно інших підприємств даної галузі усередині країни і за її межами [9, с. 189].

Конкурентоспроможність виступає економічною категорією, яка зумовлює спроможність суб'єкта господарської діяльності впливати на ринкову ситуацію у власних інтересах та здатність виробляти продукцію, яка б задовольнила потреби споживача за умови невеликого рівня витрат [7, с. 50–53]. Ключовими особливостями конкурентоспроможності підприємства харчової промисловості як економічної категорії є:

- порівняльний характер (відносна оцінка);
- короткострокові та довгострокові складові;
- залежність від конкурентоспроможності товару;
- залежність від ефективності функціонування підприємства [8].

Аналізуючи накоплений досвід теорії щодо дослідження категорії «конкурентоспроможність підприємства харчової промисловості» можна зазначити, що:

- частина дослідників вважає, що конкурентоспроможність підприємств – це категорія, яка прямо визначається характеристиками їх продукції. Інші дослідники беруть за основу ефективність виробничого процесу чи стратегічного управління розвитком підприємств, їх спроможність впроваджувати нові технології та боротися з суперниками на ринках;
- більшість авторів вважають, що конкурентоспроможність підприємств – це поняття, яке визначається і залежить від конкурентоспроможності товарів;
- автори вважають конкурентоспроможність підприємств як результат ефективної господарської діяльності за умов конкурентного ринку;
- автори розглядають конкурентоспроможність підприємства як комплексну порівняльну характеристику підприємства, яка відображає ступінь конкурентних переваг його діяльності над іншими підприємствами-конкурентами;
- представники російської економічної школи стверджують, що конкурентоспроможність підприємств – це система економічних категорій, елементами якої є конкурентоспроможність продукції і фінансова конкурентоспроможність;
- вчені визначають, що конкурентоспроможність підприємств – це підвищення продуктивності використання його ресурсів;

– науковці розглядають конкурентоспроможність підприємств з позиції маркетингової складової: наявність ефективного маркетингового комплексу, торгової марки, іміджу тощо;

– автори визначають конкурентоспроможність підприємства як завойовування частки міжнародного конкурентного ринку шляхом зосередження уваги на удосконаленні зовнішньоекономічної діяльності;

– науковці розглядають конкурентоспроможність підприємства як результат людського капіталу. «Саме людський капітал, а не заводи, обладнання і виробничі запаси, є наріжним каменем конкурентоспроможності підприємства, економічного зростання та ефективності»;

– зарубіжні економісти розглядають конкурентоспроможність підприємства як постійне збільшення його вартості (капіталу) [4, с. 26–28].

Таким чином, можна зазначити, що конкурентоспроможність підприємств харчової промисловості як адаптивність не є іманентною якістю підприємства, може виникати і бути оціненою тільки за наявності конкурентів, відносно поняття і має різний рівень по відношенню до різних конкурентів, залежить від рівня конкурентоспроможності продукції, галузі, країни, залежить від рівня конкурентних переваг і шляхів їх здобуття.

Висновки

Проведене дослідження дало можливість сформулювати наступне визначення поняття «конкурентоспроможність підприємств харчової промисловості» – внутрішній потенціал ефективного використання наявних обмежених ресурсів для виробництва й реалізації високоякісної і дешевої продукції з метою посилення присутності на ринку відповідного виду продукції (відповідних видів продуктів) та отримання прибутку для подальшого розширеного виробництва на інноваційній основі.

Список використаних джерел

1. Азоев Г.П. Конкуренция : анализ, стратегия и тактика / Г.П. Азоев. – М. : Центр экономики и маркетинга, 1996. – 342 с.
2. Балабанова Л.В. Управление конкурентоспособностью предприятий на основе маркетинга : монография / Л.В. Балабанова, А.В. Кривенко. – Донецьк : Дон ГУЕТ ім. Туган-Барановського, 2004. – 147 с.
3. Будникова Л.С. Совершенствование основных производственных фондов как фактор повышения конкурентоспособности продукции. Обновление продукции и конкурентоспособность / Л.С. Будникова. – М. : МДНТП, 1991. – С. 91–93.
4. Драган О.І. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теоретичні аспекти: монографія / О.І. Драган. – К. : ДАККІМ, 2006. – 160 с.
5. Економічна енциклопедія: у 3-х т. / [редкол.: С.В. Мочерний (відп. ред.) та ін.]. – К. : Вид. центр «Академія», 2002. – Т. 3. – 952 с.

6. Кваша С. Конкурентоспроможність вітчизняної аграрної продукції в умовах вступу України до СОТ / С. Кваша, О. Лука // Економіка України. – 2003. – № 10. – С. 79–86.

7. Конкурентоспроможність: проблеми науки та практики : монографія / Під ред. В.С. Пономаренка, М.О. Кизима, О.М. Тищенко. – Харків : ФОП Александрова К.М. ; ВД «ІНЖЕК», 2010. – 365 с.

8. Кротков А.М. Конкурентоспособность предприятия: подходы к обеспечению, критерии, методы оценки / А.М. Кротков, Ю.Я. Еленева // Маркетинг в России и за рубежом. – 2001. – № 6. – С. 59–69.

9. Макконнелл К.Р. Экономикс: принципы, проблемы и политика: пер. с англ. : в 2-х т. / К.Р. Макконнелл, С.Л. Брю. – М. : Республика, 1993. – Т. 1. – 399 с.

10. Макконнелл К.Р. Экономикс: Принципы, проблемы и политика : Учебник. В 2 т. : Пер. с англ. 13-го изд. / К.Р. Макконел, С.Л. Брю. – М. : ИНФРА-М, 2001. – 974 с.

11. Малярчук І. Конкурентоспроможність експортної продукції: поняття, оцінка, та шляхи підвищення / І. Малярчук // Економіст. – 2000. – №4. – С. 56–58.

12. Петров В. Конкурентоспособность / В. Петров // Риск : ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. – 1999. – № 4. – С. 4–13.

13. Портер М. Конкуренция: пер. с англ. : учеб. пособ. / М. Портер. – М. : Издательский дом «Вильямс», 2000. – 495 с.

14. Портер М. Международная конкуренция : пер. с англ. / М. Портер. – М. : Междунар. отношения, 1993. – 896 с.

15. Портер М. Основы конкурентной борьбы / М. Портер. – Спб. ; М. : Киев : Вильямс, 2000. – 602 с.

16. Райзберг Б.А. Управление экономикой : учебник / Б.А. Райзберг, Р.А. Фатхутдинов. – М. : Интел-Синтез, 1999. – 784 с.

17. Скудар Г.М. Стратегія піднесення конкурентоспроможності підприємства: проблеми і складові успіху / Г.М. Скудар // Економіка України. – 2002. – № 6. – С.16–24.

18. Современный маркетинг : настольная книга по исследованию рынка : учеб. пособие для вузов / В.Е. Хруцкий, И.В. Корнеева. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Финансы и статистика, 1999. – 528 с.

19. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность : экономика, стратегия, управление / Р.А. Фатхутдинов. – М. : Инфра-М, 2000. – 312 с.

20. Хайек Фридрих Август фон. Познание, конкуренция и свобода / Фридрих Август фон Хайек ; Пер. С. Мальцевой, К. Большакова. – СПб. : Пневма, 1999. – 288 с.

21. Шувалов А.И. Некоторые аспекты оценки конкурентоспособности / А.И. Шувалов // Обновление продукции и конкурентоспособность. – М. : МДНТП, 1991. – С. 44–46.

22. Шумпетер И.П. Теория экономического развития / И.П. Шумпетер. – М. : Прогресс, 1982. – 455 с.

23. Конкурентоспроможність підприємств в умовах ринкової економіки : у 3-х томах : Том 2 : Теоретико-методологічні основи конкурентоспроможності : [монографія] / [В.І. Гавриш, О.М. Яценко, В.І. Перебийніс, ін.] ; за заг. ред. В.С. Ніценка, О.В. Захарченка, М.А. Зайця. – Одеса : ВМВ, 2015. – 174 с.