

УДК 338.45+65.014.1

В. О. Рожков,  
аспірант, Запорізька державна інженерна академія

# СУТНІСТЬ КАТЕГОРІЇ "КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ" МЕТАЛУРГІЙНОГО ПІДПРИЄМСТВА

*Проаналізовано наукові першоджерела щодо категорії "конкурентоспроможність". Запропоновано власне визначення категорії "конкурентоспроможність підприємства".*

*Scientific original sources are analysed in relation to the category "competitiveness". Own determination of category is offered "competitiveness of enterprise".*

*Ключові слова: економічна наука, економічна категорія, конкурентоспроможність, металургійне підприємство, суб'єкт господарювання, сфера, трактування.*

## АНАЛІЗ ОСТАННІХ НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Проблеми конкуренції не є новими для економіки як науки. Над цим питанням ретельно працювали такі класики, як А. Курно, А. Маршалл, Д. Рікардо, Дж. Робінзон, П. Самуельсон, А. Сміт, Ф. Хайек, П. Хейне, Й. Шумпетер та ін. Серед вітчизняних та російських вчених, які проаналізували поняття конкуренції, форми та методи конкурентної боротьби, слід відзначити А.Г. Азоєва, В.В. Глуценка, О.Г. Єрмоленка, С.О. Єрохіна, П.С. Єщенко, Ю.Б. Іванова, І.М. Ліфіца, Р.А. Фатхутдінова, А.Ю. Юданова та ін.

## ВСТУП

Останнім часом в умовах глобалізації економіки спостерігається посилення конкуренції, притаманне для всіх країн і галузей економіки. Бурхлива ринкова активність, характерна для вітчизняного ринку, супроводжується процесами виникнення та розвитку великої кількості нових металургійних підприємств та торгових марок, що сприяє подальшому загостренню конкуренції. З переходом до ринкових відносин українські металургійні підприємства змушені витримувати конкуренцію не тільки на зовнішньому ринку, а й на внутрішньому. Однією з головних причин низької конкурентоспроможності українських металургійних підприємств є недостатня здатність боротися за розширення своєї частки на внутрішньому та зовнішньому ринках, просувати свої товари та завойовувати споживача, поставивши інтереси останнього в центр своєї виробничої та комерційної діяльності. У зв'язку з цим постає гостра проблема оцінки рівня конкурентоспроможності, а тому підвищення конкурентоспроможності національних товаровиробників має стати найважливішим пріоритетом їх конкурентної політики.

## ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

- проаналізувати наукові першоджерела щодо категорії "конкурентоспроможність";
- запропонувати власне визначення категорії "конкурентоспроможність підприємства".

## РЕЗУЛЬТАТИ

У науковій літературі не існує єдиного загальноприйнятого визначення конкуренції, а тому доцільним є проведення аналізу основних найпоширеніших її визначень, сформульованих відомими науковцями.

Слово "конкуренція" (від. лат. — concurrentia) визначається як змагання або зіткнення.

За класифікацією Ф. Шерера і Д. Росса, критерії конкуренції можуть бути поділені на типи: поведінкове, структурне, функціональне [9, с. 23]. Поведінкове — це розуміння конкуренції як боротьби за гроші споживачів шляхом задоволення їх потреб. Структурне — аналіз структури для визначення ступеня свободи продавця і покупця на ринку, а також способу виходу на нього. Згідно з функціональним трактуванням — це суперництво старого з новим.

А. Сміт пов'язував конкуренцію з парним, без змови суперництвом, що відбувається між продавцями/покупцями за найбільш вигідні умови продажу товару. При цьому основним методом конкурентної боротьби він вважав зміни цін [6, с. 102].

З часом поведінкове розуміння конкуренції продовжує удосконалюватися в напрямку більш точного визначення її мети та способів ведення. Так, марксистська економічна доктрина, що заперечувала основні принципи ринкової економіки трактувала конкуренцію як соціалістичне змагання, що органічно поєднує в собі змагальність і товариську співпрацю та взаємодопомогу працівників. Як видно з трактування, змагальність виступає як один з головних шляхів підвищення продуктивності праці та ефективного виробництва.

Згідно з неокласичною теорією поведінкове тлумачення конкуренції пов'язується з боротьбою за виняткові економічні блага. Логіка цього підходу полягає в тому, що більшість благ є рідкісними в тому розумінні, що їх кількість менша за потенційну потребу. "Конкуренція — це прагнення якнайкраще задовольнити критеріям доступу до рідкісних благ", — вважає П. Хейне [8, с. 73].

Поряд з поведінковим, розповсюдилось структурне

трактування. Його джерелами є роботи А. Курно, Дж. Робінсона, Е. Чемберлена, які заклали фундамент сучасного поняття конкуренції, монополістичної конкуренції, олігополії та монополії. Згідно зі структурним трактуванням конкуренції акцент робиться на аналізі структури ринку, а також на тих умовах, що домінують на ньому.

К. Макконел і С. Брю визначають конкуренцію як наявність на ринку великої кількості незалежних продавців і покупців, які мають можливість вільно входити на ринок та виходити з нього [7, с. 31].

Функціональний підхід описує роль, яку конкуренція відіграє в економіці.

Так, саме конкуренція примушує металургійні підприємства постійно шукати та знаходити нові види продукції, саме вона сприяє виробництву продукції високої якості, спонукає реагувати на потреби споживачів, сприяє розвитку науки та техніки, інформаційних систем та технологій. З іншого боку, конкуренція призводить до нестабільності в бізнесі, у деяких випадках є причиною інфляції та безробіття, банкрутства металургійних підприємств та ін.

Й. Шумпетер визначав конкуренцію як суперництво старого з новим. Нововведення скептично приймає ринок, але якщо новатору вдається їх здійснити, саме механізм конкуренції витісняє з ринку підприємства, що використовують старі технології [10, с. 160].

На думку австрійського вченого Ф.А. Хайєка, конкуренція — це процес, за допомогою якого люди отримують і передають. Він вважає, що тільки за допомогою конкуренції на ринку все приховане стає явним [8, с. 59].

У Законі України "Про захист економічної конкуренції" конкуренція визначається як "змагання між суб'єктами господарювання з метою здобуття завдяки власним досягненням переваг над іншими суб'єктами господарювання, внаслідок чого споживачі, суб'єкти господарювання мають можливість вибирати між кількома продавцями, покупцями, а окремий суб'єкт господарювання не може визначати умови обороту товарів на ринку" [3]. Слід зазначити, що цей закон зовсім не регламентує поняття "конкурентоспроможність", також у законі відсутні посилання на методи розрахунку показників конкурентоспроможності для суб'єктів господарювання. Крім того, С.А. Єрохін пропонує таке поняття як "гіперконкуренція" — ситуація, коли підприємства дедалі більшою мірою зазнають сукупного впливу раніше ізольованих один від одного конкурентних факторів, що веде до виникнення багатоаспектної, динамічної та агресивної конкуренції [2, с. 503—505].

Особливу увагу в дослідженні конкурентної ситуації слід приділити гіперконкуренції та тим рушійним силам, які її зумовлюють [2, с. 505—506]:

— глобалізація, яка йде у двох напрямках: глобалізація конкуренції у сфері пропозиції, що виражається в інтеграції планування і співробітництві підприємств на світовому ринку, щоб протистояти іншим глобальним конкурентам; і глобалізація конкуренції шляхом гомогенізації попиту, що проявляється в безперервному зростанні кількості глобально діючих споживачів і посередників, які підвищують попит на уніфіковану продукцію;

— поляризація ринків, яка виражається в тому, що споживачі дедалі більше надають перевагу якісній продукції, нехай навіть за більшою ціною;

— процес розмивання галузевих меж, який також йде у двох напрямках: стираються межі між різними галузями (відбувається їх зрощення); зникають внутрішньогалузеві межі (прагнення розширення асортименту продукції);

— зростання технізації у формі швидкого поширення інформаційної та комунікаційної технологій. Їх використання дозволяє створювати потужні інформаційно-комунікаційні системи, за допомогою яких всі процеси між

підприємствами, торговцями, постачальниками і клієнтами можуть бути організовані і реалізовані швидше і ефективніше;

— дерегулювання ринків.

Г.М. Паламарчук виділяє три причини, через які конкуренція на основі співробітництва набуває все більшого значення для прийняття рішень у бізнесі [5, с. 20]:

— у багатьох галузях найважливіші фірми вже конкурують не тільки на локальних ринках — сферою дії стає світовий ринок;

— продукти та послуги все більше базуються на знаннях та інтенсивному використанні інформації, а тому й потрібна атмосфера тісного співробітництва;

— нові продукти та послуги, як правило, охоплюють увесь портфель технологій.

Сутність конкуренції знаходить свій прояв у найважливішій характеристиці — конкурентоспроможності. До недавнього часу ця категорія залишалася малодослідженою вітчизняною економічною наукою, що було обумовлено такими причинами:

— у дореформених умовах звертання до цієї сфери економічного життя не було актуальним, а трансформація національної господарської системи відбулася настільки швидко та радикально, що наука не встигла досконало визначити нові реалії;

— в деякій мірі перешкодою цьому процесу виступає очевидність змісту категорії "конкурентоспроможність", а також близькість останньої до змісту категорії "ефективність";

— багатоаспектність проблеми. Її досліджують спеціалісти з маркетингу, управління якістю, менеджменту, причому ніхто не намагається вийти за рамки своєї спеціалізації. Тому накопичений великий обсяг наукової інформації потребує систематизації [4, с. 53].

"Сьогодні конкурентоспроможність на товарних ринках стає проблемою державної безпеки" [7, с. 127]. Враховуючи, що критерієм адаптації металургійного підприємства до ринкових умов господарювання є рівень конкурентоспроможності, необхідно досліджувати взаємозв'язок між конкурентоспроможністю країни в цілому, підприємств, конкретних товарів. На сучасному етапі у вітчизняних металургійних підприємств існують такі проблеми у сфері визначення своєї конкурентоспроможності: низький рівень інформаційного забезпечення, відсутність чітких цілей та завдань оцінювання, інтуїтивний характер проведення оцінки, відсутність єдиної методологічної бази.

Конкурентоспроможність є синтезом багатьох економічних категорій. Як зазначається в науковій літературі, у широкому розумінні конкурентоспроможність — це зумовлена економічними, соціальними, політичними чинниками позиція країни або товаровиробника на внутрішньому та зовнішньому ринках. За умов відкритої економіки вона може визначатися і як здатність країни (підприємства) протистояти міжнародній конкуренції на власному ринку і ринках інших країн [7, с. 10]. Проблема підвищення конкурентоспроможності стосується практично всіх сторін суспільного життя. Загострення конкурентної боротьби за збут продукції, за місце на ринку змушує металургійні підприємства шукати нові резерви, вимагає вдосконалення технологій з метою створення якісніших товарів.

Оскільки в літературі не існує загальноприйнятого визначення конкурентоспроможності, не сформовано загальний підхід щодо дослідження конкурентоспроможності різних об'єктів, то є нагальна необхідність проаналізувати поняття "конкурентоспроможність" з єдиних системних і методичних позицій і уявлень про її сутність, конкретизуючи і доповнюючи зміст цього поняття для кожного з можливих об'єктів дослідження.

Загальний підхід до трактування поняття "конкурентоспроможність" дає можливість визначити його як:

по-перше, здатність досягти найкращих результатів у конкретній сфері діяльності в процесі суперництва. Найважливіше значення у цьому визначенні має аспект ринкового суперництва, бо саме він утворює засади поняття "конкурентоспроможність".

В економічній сфері суперництво набуває форми економічного змагання суб'єктів господарювання. У роботі [7, с. 15] для даної сфери оцінки й аналізу конкурентоспроможності вона трактується як володіння властивостями, що формують переваги для суб'єкта економічного змагання. Розвивається концепція конкурентоспроможності, згідно з якою для такого суб'єкта господарювання як галузь промислового виробництва, головний предмет економічного суперництва полягає в боротьбі за споживача та ресурси. Основна відмінна риса такого підходу полягає в тому, що вона розглядається з позицій володіння властивостями, які створюють переваги в конкурентній боротьбі за споживача та корисні ресурси;

по-друге, конкурентоспроможність можна визначити як здатність суб'єкта активно завойовувати та утримуватися в сегменті як внутрішнього, так і зовнішнього ринку в конкретно визначений час.

Слід також відзначити, що конкурентоспроможність не обмежується "ефективним веденням господарської діяльності", а є більш розширеним поняттям і не замкнутим межами внутрішньої діяльності.

Крім того, незважаючи на широке використання терміна "конкурентоспроможність", в економічній літературі й нормативно-технічній документації загальноприйняте поняття конкурентоспроможності не уніфіковано. Вивчення літературних джерел свідчить про те, що поняття конкурентоспроможності підприємства, критерії її оцінки не стандартизовані — частіше це поняття стосується товару, але ототожнювання понять конкурентоспроможності товару і підприємства не є коректним [1, с. 112];

по-третє, слід відзначити, що поняття "конкурентоспроможність" поширюється не тільки на продукцію, але й на підприємства, галузі, країни.

Аналізуючи наведені трактування конкурентоспроможності, можна визначити такі точки зору в підходах до формування останньої як категорії: існування власного мотиву до діяльності, очікування позитивних результатів; наявність конкурентних переваг; можливість і здатність протистояти суперникам.

Однак, слід зазначити, що жодне з трактувань не акцентує уваги на раціональності використання ресурсів та не наголошує на можливості пошуку додаткових резервів задля підвищення рівня конкурентоспроможності в майбутньому.

Враховуючи, що критерієм адаптації металургійного підприємства до ринкових умов господарювання є рівень конкурентоспроможності, можна відстежити взаємозв'язок між конкурентоспроможністю країни в цілому, підприємств, товарів, а вже потім визначити ті фактори, які впливають на кожен з них. Так, про конкурентоспроможність національної економіки свідчить наявність конкурентоспроможних галузей, яка, в свою чергу, реалізується тільки через виробничо-господарську діяльність підприємств, що в ній працюють. Тоді як конкурентоспроможність продукції є лише окремою частиною в комплексі цілей металургійного підприємства поряд з його властивостями і ринковою активністю.

Отже, конкурентоспроможність — багаторівнева економічна категорія, складовими рівнями якої є: технологія, товар, підприємство, регіон, галузь і країна. Усі ці рівні взаємозалежні, і оцінка їх стану в першу чергу визначається станом справ на першому рівні.

Надана ієрархія передбачає наступне: наявність та поточний стан використання ресурсів кожного нижчого суб'єкта конкуренції формує конкурентоспроможність вищого суб'єкта та має властивість нарощувати (скорочувати) його з кожним рівнем ієрархії.

Узагальнюючи викладене, конкурентоспроможність можна визначити як здатність деякого класу об'єктів продуктивно займати ринкову нішу і ефективно утримувати свої позиції. Враховуючи наведені трактування та на підставі узагальнення, запропоновано власне визначення таких категорій:

Конкурентоспроможність підприємства — здатність металургійного підприємства ефективно використовувати свій конкурентний потенціал, зберігаючи при цьому своє становище на конкурентному ринку, або ж розширювати зайнятий сектор ринку, постійно вести пошук та раціонально реалізовувати виявлені резерви конкурентного потенціалу в умовах обмеженості ресурсів.

## ВИСНОВКИ

Таким чином, аналіз наукових першоджерел дало змогу зробити такі висновки щодо категорії "конкурентоспроможність": конкурентоспроможність металургійного підприємства — властивість витримувати конкуренцію в порівнянні з аналогічними об'єктами на конкретному ринку; переважна більшість авторів не розглядає поняття "конкурентоспроможності підприємства" з точки зору частки ринку та конкурентоспроможності своєї продукції; конкурентоспроможність підприємства характеризує величину та ефективність використання всіх ресурсів металургійного підприємства; поняття конкурентоспроможності металургійного підприємства частіше орієнтовані на оцінку її рівня на поточний момент, не враховуючи фактор потенційного зростання; конкурентоспроможність металургійного підприємства є відносним показником; конкурентоспроможність металургійного підприємства характеризує величину привабливості підприємства для інвестора.

## Література:

1. Дробитько Н.А. Методика оценки конкурентоспособности предприятий // Коммунальное хозяйство городов: Начн.-техн. Сборник. Вып.31. — К.: Техника, 2001. — С. 109 — 116.
2. Єрохін С.А. Структурна трансформація національної економіки: теорет. - методол. аспект: Монографія / С.А. Єрохін. — К.: Світ Знань, 2002. — С. 525.
3. Закон України "Про захист економічної конкуренції" від 11.01.2001р. № 2210-III // Відомості Верховної Ради України. — 2001. — № 12.
4. Лифиц И.М. Формирование и оценка конкурентоспособности товаров и услуг. — М.: Юрайт, 2004. — 335 с.
5. Паламарчук Г.М. Конкурентна політика в перехідній економіці // Актуальні проблеми економіки. — 2001. — № 3—4. — С.20.
6. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. — М.: Соцэкгиз, 1962. — 432 с.
7. Фатхудинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организации. — М.: Изд-во Эксмо, 2004. — 544 с.
8. Хайек Ф.А. Познание, конкуренция, свобода. — М.: Пневма, 1999. — 395 с.
9. Шерер Ф., Росс Д. Структура отраслевых рынков. — М.: ИНФРА-М, 1997. — 316 с.
10. Шумпетер Й. Теория экономического развития: (Исследование предпринимательской прибыли, капитала, кредита, процента и цикла конъюнктуры). — М.: Прогресс, 1982. — 456 с.

Стаття надійшла до редакції 16.01.2009 р.