

УДК 338.45

## УДОСКОНАЛЕННЯ ПІДХОДУ ДО АНАЛІЗУ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ МІЖНАРОДНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ

**Сапрун Г.Г.**Харківський національний економічний університет  
імені Семена Кузнеця**Хмеленко О.В.**

Південний федеральний університет в м. Геленджик

Однією з найважливіших проблем для більшості українських підприємств є досягнення та збереження прийняттого рівня конкурентоспроможності. Не зважаючи на певні кроки щодо підвищення конкурентоспроможності на зовнішньому ринку, проблема рівня конкурентоспроможності вітчизняних підприємств та української економіки взагалі набуває національного характеру і залишається однією з найгостріших. Одне з головних завдань вітчизняних підприємств в сучасних умовах полягає у визначенні основних напрямів розвитку і вдосконалення методів управління конкурентоспроможністю.

**Ключові слова:** підприємство, конкурентоспроможність підприємств, світова економіка, зовнішньоторговельний баланс, зовнішній ринок, конкурентна боротьба, конкурентна перевага.

**Постановка проблеми.** Українські підприємства, навіть отримуючи доступ до закордонних ринків, видаються неконкурентоспроможними через відсутність відповідного досвіду, численні перепони, неврегульованість законодавства, несталість зв'язків, невідпроцьованість механізмів дво- та багатосторонньої співпраці, та недосконалості системи управління конкурентоспроможністю. Ситуація ускладнюється й тим, що сморід втрачають позиції ще і на вітчизняних ринках, через прихід туди іноземних компаній, які мають відповідний досвід, фінанси, інші ресурси, а часто і певні пільги.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Аналіз фундаментальних праць зарубіжних і українських вчених показав, що на сьогодні не існує єдиного визначення поняття «конкурентоспроможності».

Основними чинниками, які обумовлюють можливість багатьох трактувань цього поняття, є різні позиції економістів, а також і те, що виробник розглядається лише як окреме підприємство, галузь або вся економіка в цілому, саме таке положення ускладнює розробку ефективних підходів щодо оцінки та управління конкурентоспроможністю.

Конкурентоспроможність – поняття відносне, оскільки товар, що успішно конкурує на внутрішньому ринку, може бути абсолютно неконкурентоспроможним на зовнішньому. Це сприяє необхідності розмежування конкурентоспроможності на зовнішньому і внутрішньому ринках. Таким чином, при формуванні загальної концепції в області конкурентоспроможності необхідно враховувати всі сторони цього явища. Проте по досвіду низки країн конкуренція на внутрішньому ринку є основою конкуренції на зовнішньому.

Конкурентоспроможність підприємств – це проблема не лише державної, але й світової економіки. На думку американського вченого М. Портера, доки «не існує загальноприйнятого визначення конкурентоспроможності, для підприємств конкурентоспроможність означає можливість конкурувати на зовнішньому ринку за наявності глобальної стратегії. Для багатьох

конкурентоспроможність означає позитивний зовнішньоторговельний баланс, для деяких економістів конкурентоспроможність означає низькі виробничі витрати на одиницю продукції. Єдине, на чому може ґрунтуватися концепція конкурентоспроможності на рівні держави, – це продуктивність використання ресурсів» [1].

Р. А. Фатхутдінов формулює таким чином «конкурентоспроможність» – властивість об'єкту, що характеризується ступенем задоволення ним конкретної потреби в порівнянні з аналогічними об'єктами, представленими на даному ринку. Конкурентоспроможність визначає здатність об'єкту витримувати конкуренцію порівняно з аналогічними об'єктами на даному ринку. На одному ринку об'єкт може бути конкурентоспроможним, а на іншому – ні... Таке визначення в більшому ступені пов'язане з товаром, а наскільки підприємство ефективно функціонує в конкурентному середовищі не враховує [2].

А.П. Градов визначає конкурентоспроможність підприємства як «її порівняльну перевагу щодо інших підприємств даної галузі як всередині держави так і за її межами» [3]. Таке визначення не є зовсім коректним, оскільки поняття конкурентоспроможності прирівнюється до конкурентних переваг. Приблизно такої ж думки і Б. Карлоф, він трактує конкурентоспроможність підприємства як «здатність забезпечити кращі пропозиції порівняно з конкурентами» [4].

Такий підхід передбачає використання переваги підприємства як на внутрішньому, так і зовнішньому ринках, але не зрозуміло, в яких саме сферах підприємство має переваги.

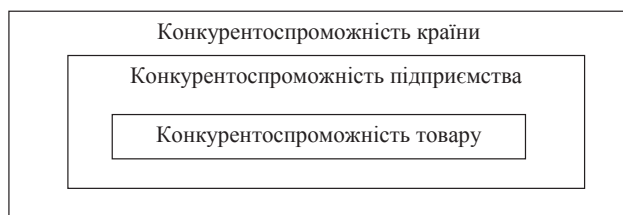
Всі вище наведені визначення базуються на теорії конкурентної переваги М. Портера [1], згідно з якою конкурентоспроможність підприємства може оцінюватись в рамках однієї групи, однієї галузі або підприємств, які виробляють аналогічні товари, тобто, в цьому випадку конкурентоспроможність розглядається виключно як відносна категорія, виявити яку можливо лише при порівнянні підприємств. Але такі визначення конкурентоспроможності однієї і не беруть до уваги умови зовнішнього середовища, які змінюються.

Розглядаючи питання щодо конкурентоспроможності підприємства, слід звернути увагу на думку І.А. Спірідонова, згідно з якою конкурентоспроможність підприємства – це його здатність здійснювати прибуткову господарську діяльність в умовах конкурентного ринку. Забезпечується вона умілим використанням підприємством організаційно-управлінських, науково-технічних, економічних виробничих, маркетингових і інших засобів ведення ефективної господарської діяльності [5].

Оскільки основною рушійною силою ринкового господарства є конкуренція, відповідно до цього товар стає знаряддям конкурентної боротьби, її відчутною причиною і неминучим наслідком. Успіх у цій боротьбі забезпечує товар, який буде конкурентоспроможним в порівнянні з аналогічними товарами на даному ринку. Саме конкурентоспроможний товар, що займає центральне місце у виробничо-комерційній діяльності будь якого господарюючого суб'єкта, стає його головною турботою і стимулом.

Економісти М.Г. Міронов та М.О. Єрмолов вважають конкурентоспроможність підприємства «відносною характеристикою, яка відображає відмінність процесу розвитку даного виробника від виробника-конкурента як за ступенем задоволення своїми товарами або послугами конкретної суспільної потреби, так і за ефективністю виробничої діяльності» [6].

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Але, таке трактування зводить поняття конкурентоспроможності підприємства до поняття конкурентоспроможності продукції, тоді як конкурентоспроможність підприємства і конкурентоспроможність продукції співвідносяться між собою як ціле і частина. Тобто конкурентоспроможність підприємства виявляється через конкурентоспроможність продукції, оскільки надає їй певні споживчі властивості. Співвідношення основних категорій конкурентоспроможності на різних рівнях господарювання наведено на рис. 1.



**Рис. 1. Співвідношення понять конкурентоспроможності країни, підприємства і товару**

**Мета статті.** Дослідити можливість забезпечення достовірності оцінки конкурентоспроможності підприємства на основі ринкового механізму ціноутворення, який сприяє динамічному розвитку підприємства.

**Виклад основного матеріалу.** Аналіз представлених в наукових публікаціях вітчизняних і зарубіжних економістів різних визначень конкурентоспроможності показує, що певною мірою осмисленню конкурентоспроможності заважає очевидність змісту, що здається, самій цій категорії і її близькість до категорій «якість», «конкурентна перевага», «економічна ефективність» («продук-

тивність»). У зв'язку з цим у вітчизняній і зарубіжній літературі сам термін «конкурентоспроможність» деколи легко замінюється цими зв'язаними категоріями. Відповідно можна виділити три підходи до визначення конкурентоспроможності підприємства, залежно від відповіді на питання «що робить підприємство конкурентоспроможним на зовнішньому ринку?»: – кваліметричний (якість); – ресурсний (конкурентна перевага); – результативний (економічна ефективність).

Згідно кваліметричного підходу конкурентоспроможними можна вважати підприємства, які функціонують ефективно завдяки наданню споживачеві товарів і послуг із затребуваними споживчими і вартісними властивостями, що визначають їх відмінність на ринку.

В рамках цього підходу конкурентоспроможність трактується як синонім якості, а останнім часом у зв'язку з недобросовісною сертифікацією і як його антонім.

У другому випадку конкурентоспроможність розглядається як негативна властивість, затверджуючи «що в країні проводиться і споживається не якісна, а конкурентоспроможна продукція».

На наш погляд, у категорій «якість» і «конкурентоспроможність» часто різні сфери прояву. Якість продукції закладається на стадії проектування і виробництва і виявляється в процесі її використання. Конкурентоспроможність продукції може бути встановлена лише в результаті її продажу, тобто у сфері звернення. З цієї причини при ототожненні понять «конкурентоспроможність» і «якість» слід уточнювати, що мова йде саме про споживчу якість – як сукупності характеристик товару, що забезпечують його здатність задовольняти певним потребам. Крім того, при кваліметричному підході розглядається як завершальна форма конкурентоспроможності співвідношення «ціна-якість».

Для забезпечення достовірності такої оцінки конкурентоспроможності повинен діяти ринковий механізм ціноутворення, сприяючий динамічному розвитку підприємства.

Згідно ресурсного підходу, в першу чергу конкурентоспроможним підприємство робить його потенціал, який визначається наявними ресурсами – чинниками виробництва (праця, земля, капітал, підприємницькі здібності). Ці ресурси дають підприємству в ринкових умовах можливість отримати певні вигоди, звані в стратегічному плануванні ресурсними конкурентними перевагами. Під стратегічним чи конкурентним потенціалом в літературі розуміється: «Сукупність всіх можливостей підприємства з випуску продукції (надання послуг), що охоплює як внутрішні показники діяльності, так і можливості загального керівництва».

Конкурентна перевага – це сильна сторона підприємства, яка створює для даного підприємства певну перевагу над конкурентами і умови для досягнення економічних цілей. В економічній теорії розглядалися ресурсні конкурентні переваги підприємства, засновані на вигідному місцеположенні (природно-кліматичні умови, що обумовлюють високу природну родючість землі); низьких процентних ставкам (визначає дешевизну позикового капіталу), надмірній пропозиції робочої сили (і як слідства її дешевизні).

Надалі, завдяки теорії міжнародної конкуренції М. Портера, теорії конкуренції країн Д. Рожкова, число можливих конкурентних переваг було розширене, і почали виділяти ще і технологічну і інноваційну конкурентоспроможності підприємства.

На наш погляд, основний недолік ресурсного підходу полягає в тому, що конкурентні переваги – це всього лише унікальні відчутні і невідчутні активи, якими володіє підприємство, а конкурентоспроможність має на увазі вміння підприємств своєчасно скористатися цими перевагами, тому варто розмежовувати ці два поняття. Конкурентоспроможність підприємств залежить не стільки від того, які ресурси воно має в своєму розпорядженні в даний момент часу, а від того, наскільки швидко і ефективно підприємства можуть використовувати, розвивати і створювати на їх основі необхідні активи.

В даний час робота підприємства не зводиться лише до задоволення сьогоднішніх запитів споживачів, а повинна бути спрямована на випередження і цілеспрямоване формування його майбутніх потреб. У гострій боротьбі виграє те підприємство, яке здатне сприймати, використовувати, закріплювати і розвивати технічні нововведення, на основі яких можна створювати товари з новими споживчими властивостями. У цих умовах для будь-якого товаровиробника головним чинником успіху стає його конкурентоспроможність, тобто здатність випереджати конкурента [7].

Вперше конкурентоспроможність підприємства, як продуктивність використання його ресурсів, визначив М. Портер: «успіх... визначають не стільки самі чинники виробництва, скільки те, де і наскільки продуктивно вони застосовуються».

Конкурентоспроможним підприємство роблять його ресурси, що визначають його потенціал, а реалізація потенціалу залежить від уміння продуктивно використовувати наявні ресурси. Поза сумнівом, такий погляд на проблему встановлює тотожність конкурентоспроможності і економічної ефективності [1].

Дійсно, проблема конкурентоспроможності тісно пов'язана з проблемою ефективності господарської діяльності, оскільки саме зростання ефективності є заставою конкурентоспроможності товарів, що є основним матеріальним результатом цієї діяльності і підприємств, які виступають суб'єктами і одержувачами її вартісного еквівалента.

Продуктивний підхід в якості критерію конкурентоспроможності підприємства передбачає найбільшу віддачу на одиницю ресурсу – вона може бути виражена через показник рентабельності. В цьому випадку з категорії конкурентоспроможних виключаються збиткові підприємства, тим самим не враховується стадія життєвого циклу підприємства, коли виробництво продукції, а також зміна умов господарювання призводять до зниження ефективності, зменшення прибутку, погіршення фінансового положення підприємства.

**Висновки і пропозиції.** Конкурентоспроможність, як багатопланова економічна категорія, може розглядатися в декількох аспектах, між якими існує тісний взаємозв'язок – конкурентоспроможність країни, конкурентоспроможність підприємства і конкурентоспроможність товару [8].

На нашу думку, слід ввести поняття конкурентна готовність підприємства, яке є узагальнюючим і означає готовність підприємства

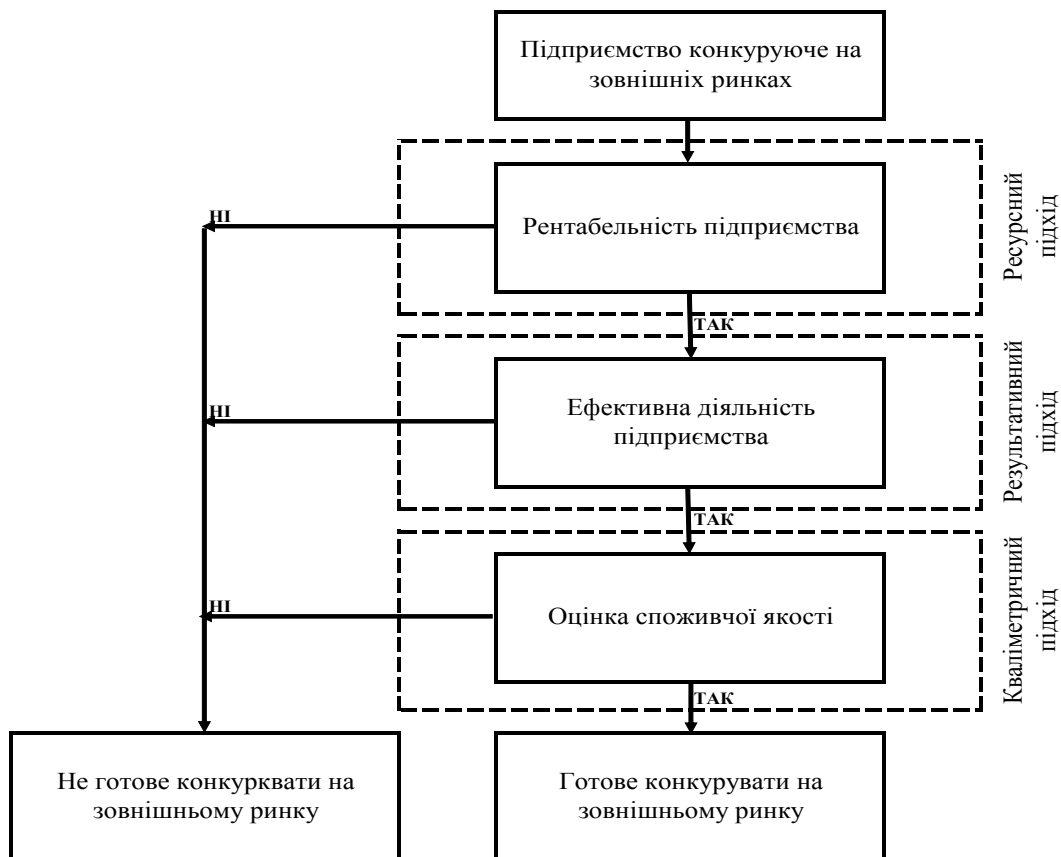


Рис. 2. Методика визначення конкурентної готовності

конкурувати на зовнішніх ринках. Методику визначення конкурентної готовності наведено на рис. 2.

Під конкурентоспроможністю підприємства, націленого на роботу на зовнішніх ринках, слід розуміти – готовність підприємства конкуру-

вати, застосовуючи конкурентний потенціал для боротьби з суперниками, та завдяки конкурентним перевагам виготовляти та реалізовувати товари, які за ціновими та неціновими характеристиками в комплексі більш привабливі для споживачів, ніж товари конкурентів.

### Список літератури:

1. Джоан Магретта. Ключевые идеи. Майкл Портер – М.: «Манн, Иванов и Фербер», 2013. – С. 272.
2. Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организации. Учебник, 2-е изд., испр. и доп. – М.: Изд-во Эксмо, 2005. – 544 с.
3. Градов А.П. «Семь кругов» проблемной ситуации по уровням управленческой иерархии // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки. 2014. № 1(187). С. 20–27.
4. Карлоф Б. Деловая стратегия / Пер. с англ. – М.: «Экономика», 1991. – 239 с.
5. Спиридонов И.А. Мировая экономика: Учеб. пособие для вузов по эконом. спец. / Москов. гос. открытый ун-т. – М.: ИНФРА-М, 2001. – 255 с. – (Сер.: Высш. образование).
6. Миронов М.Г. Ваша конкурентоспособность. М.: Альфа-Пресс, 2004. – 160 с.
7. Мишина С.В., Мишин А.Ю. Система экспресс-мониторинга финансовой безопасности предприятия // Актуальные проблемы экономики. – 2015. – № 1(163). – С. 162–172.
8. Хмеленко ІІ // Основні тенденції діяльності вітчизняних підприємств машинобудування на зовнішніх ринках // Вісник економіки транспорту і промисловості. – № 34. – 2011. – С. 336–339.

**Сапрун Г.Г.**

Харьковский национальный экономический университет имени Семена Кузнеця

**Хмеленко А.В.**

Филиал Южного федерального университета в г. Геленджик

## СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПОДХОДА К АНАЛИЗУ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ МЕЖДУНАРОДНОЙ ИНТЕГРАЦИИ

### Аннотация

Одной из важнейших проблем для большинства украинских предприятий является достижение и сохранение приемлемого уровня конкурентоспособности. Несмотря на определенные шаги по повышению конкурентоспособности на внешнем рынке, проблема уровня конкурентоспособности отечественных предприятий и украинской экономики вообще приобретает национальный характер и остается одной из самых острых. Одна из главных задач отечественных предприятий в современных условиях состоит в определении основных направлений развития и совершенствования методов управления конкурентоспособностью.

**Ключевые слова:** предприятие, конкурентоспособность предприятий, мировая экономика, внешнеторговый баланс, внешний рынок, конкурентная борьба, конкурентное преимущество.

**Saprun G.G.**

Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics

**Khmelenko O.V.**

Branch of the Southern Federal University in Gelendzhik

## IMPROVING THE APPROACH TO ANALYSIS OF COMPETITIVENESS OF ENTERPRISES IN CONDITIONS OF INTERNATIONAL INTEGRATION

### Summary

One of the most important problems for most Ukrainian enterprises is to achieve and maintain an acceptable level of competitiveness. Despite certain steps to improve competitiveness on the foreign market, the problem of competitiveness of domestic enterprises and the Ukrainian economy in general is national and remains one of the most acute. One of the main tasks of domestic enterprises in modern conditions is to determine the main areas of development and improvement of methods of managing competitiveness.

**Keywords:** enterprise, competitiveness of enterprises, world economy, foreign trade balance, external market, competitive struggle, competitive advantage.