

УДК 681.83

Степанець Світлана ст. магістратури економічного факультету;
науковий керівник – к.пед.н, доцент Коробович Л. П. (Міжнародний економіко-гуманітарний університет імені академіка Степана Дем'янука, м. Рівне)

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ОБҐРУНТУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЯК СТАЛОГО ДОМІНАНТА РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ

***Анотація.** У статті розкрито конкурентоспроможність підприємств як рушійну силу їх сталого розвитку. Проведено аналіз теоретичних основ та визначень поняття «конкурентоспроможність», які запропоновані провідними вченими. Охарактеризовано стан конкурентоспроможності підприємств на різних рівнях національної економіки. Запропоновано методикою оцінки рівня конкурентоспроможності підприємств.*

***Ключові слова:** конкурентоспроможність підприємства, конкуренція, потенціал, ринкова перевага, управління, конкуренти.*

***Аннотация.** В статье раскрыто конкурентоспособность предприятий как движущую силу их стабильного развития. Проведен анализ теоретических основ и определений понятия «конкурентоспособность», предложенных ведущими учеными. Охарактеризовано состояние конкурентоспособности предприятий на разных уровнях национальной экономики. Предложена методика оценки уровней конкурентоспособности предприятий.*

***Ключевые слова:** Конкурентоспособность предприятия, конкуренция, потенциал, рыночное преимущество, управления, конкуренты.*

***Annotation.** This article explores the concept of enterprise competitiveness which is the driving force of sustainable development. The analysis of the theoretical bases and definitions of the concept «competitiveness», proposed by leading scientists is done. The state of the enterprises competitiveness at different levels of the national economy is described. The technique for assessing levels of competitiveness is proposed.*

***Keywords:** enterprise competitiveness, competition, potential, market advantage, management, competitors.*

Глобалізація економіки та стрімкі темпи економічних змін змушують підприємства приділяти максимальну увагу власній конкурентоспроможності, бути гнучкими та адаптованими до змін у зовнішньому середовищі, концентруватися на максимальному досягненні конкурентних переваг.

В умовах розвитку ринкових відносин в Україні головним фактором, який забезпечує ефективне функціонування вітчизняних підприємств, є високий рівень їх конкурентоспроможності. Тому, з метою збереження

своїх позицій на ринку і забезпечення конкурентних переваг, підприємствам необхідно постійно відслідковувати і реагувати на всі зміни, що відбуваються.

Конкурентоспроможність підприємства являється рушійною силою сталого розвитку, оскільки протягом всього періоду функціонування підприємства «спонукає» його до дій та до руху вперед.

Окремі аспекти конкурентоспроможності підприємств досліджувалися багатьма відомими вченими. Так, конкурентоспроможність територій та підходи до визначення рейтингу держав розглянуті в роботах В. Андріанова, А. Блінова, А. Захарова, А. Зокина, Ю. Куренкова, А. Миграняна, И. Пилипенко, В. Попова, М. Портера, В. Сенчагова. Конкурентоспроможність більш дрібних територіальних одиниць (регіонів, міських та сільських поселень) досліджена в роботах А. Такаркіна, Н. Колесниковой та Ф. Котлера. Конкурентоспроможність галузей та підприємств розкрита Г. Азовим, С. Оборською, А. Челенковим, З. Шершньовою та ін.

Метою цієї статті є дослідження теоретичних засад формування конкурентоспроможності підприємств.

Незважаючи на значні досягнення в теорії й практиці управління конкурентоспроможністю підприємства є низка проблем, які залишаються предметом дискусій і обговорень вчених-економістів. Так, Ф. Котлер у своїх роботах розглядає залежність конкурентоспроможності регіону від конкурентоспроможності фірм, які розташовані на цій території [1]. Ми поділяємо цю думку, оскільки існує взаємозв'язок між рівнем розвитку окремих суб'єктів господарювання, певної галузі та території, на якій вони функціонують, а також взаємозв'язок між рівнем розвитку підприємства та держави в цілому. Отже, у всіх комбінаціях, що були розглянуті, початкову та головну роль відіграє рівень конкурентоспроможності підприємства. Тому важливо дослідити визначення, теоретичні положення та фактори, які впливають на конкурентоспроможність підприємств.

Так, З. Шершньова і С. Оборська визначають конкурентоспроможність підприємства як рівень його компетенції відносно інших підприємств-конкурентів у нагромадженні та використанні виробничого потенціалу певної спрямованості [2, с. 59]. Г. Азов та А. Челенков вважають, що підприємство стає конкурентоспроможним при реалізації свого потенціалу, що дозволяє йому сформувати стійку ринкову перевагу [3, с. 16]. З цією точкою зору можна погодитись, доповнивши її. Ми вважаємо, що, завдяки розкриттю та застосуванню прихованих можливостей підприємства, воно може досягти не тільки стійкої ринкової переваги, а й стану сталого розвитку.

Згідно зі статтею 1 Закону України «Про захист економічної конкуренції» конкуренція це змагання між суб'єктами господарювання з метою здобуття завдяки власним досягненням переваг над іншими суб'єктами господарювання, внаслідок чого споживачі та суб'єкти господарювання мають можливість вибрати між кількома продавцями і покупцями [4].

Такі дослідники, як Т. Сухорукова [5], А. Шеремет [6], И. Шумпетер сталисть підприємства ототожнюють з його фінансовим станом. О. Зеткіна розглядає сталисть підприємства як забезпечення його рентабельної виробничо-комерційної діяльності за рахунок підвищення ефективності використання виробничих ресурсів і управління підприємством, стійкого фінансового стану за рахунок поліпшення структури активів, а також стабільного розвитку потужності підприємства та його соціального розвитку при самофінансуванні в умовах динамічного зовнішнього середовища, що розвивається.

Визначення зазначених термінів різними вченими наведено в табл. 1.

Таблиця 1

Визначення термінів «конкурентоспроможність» та «конкурентоспроможність підприємства» різними вченими-економістами

Автор	Визначення і трактування
Портер Майкл [7]	Конкурентоспроможність – властивість товару, послуги, суб'єкта ринкових відносин виступати на ринку на рівні з аналогічними товарами, послугами або конкуруючими суб'єктами ринкових відносин, що присутні на ринку.
Василенко В. О. [8]	Конкурентоспроможність – здатність організації домагатися своїх цілей в умовах ринку, на якому з аналогічними цілями діють інші підприємства.
Должанський І. З. [9]	Конкурентоспроможність підприємства – це можливість ефективно розпоряджатися власними й позиковими ресурсами в умовах конкурентного ринку.
Фатхугдинов Р. А. [10]	Конкурентоспроможність – властивість об'єкта, що характеризується ступенем реального або потенційного задоволення ним конкретної потреби, у порівнянні з аналогічними об'єктами, що є на даному ринку.
Люкшинов А. Н. [11]	Конкурентноздатність організації – здатність вести успішну конкурентну боротьбу.
Покропивний С. Ф. [12]	Конкурентоспроможність підприємства – означає його здатність до ефективної господарської діяльності та забезпечення прибутковості за умов конкурентного ринку. Тобто, конкурентоспроможність підприємства – це здатність забезпечувати випуск і реалізацію конкурентоспроможної продукції.

Поняття «конкурентоспроможність» в економічній літературі найчастіше характеризується такими чинникам:

– особливостями постановки завдання і мети дослідження, що приводить автора до необхідності акцентувати свою увагу на тому чи іншому аспекті конкурентоспроможності, який не враховується іншими дослідниками;

– особливостями вибору предмета дослідження (товар, послуга); суб'єкта конкуренції (підприємства, галузі, регіони, національна економіка, держава); об'єкта конкуренції (попит, ринок, чинники виробництва); масштабу діяльності (товарні, галузеві, регіональні, міжрегіональні, світові ринки) [13].

На різних рівнях національної економіки конкурентоспроможність характеризується різними критеріями. Дослідження основних показників, які характеризують розвиток підприємств дозволило нам сформулювати такі рівні оцінки конкурентоспроможності (рис.1).

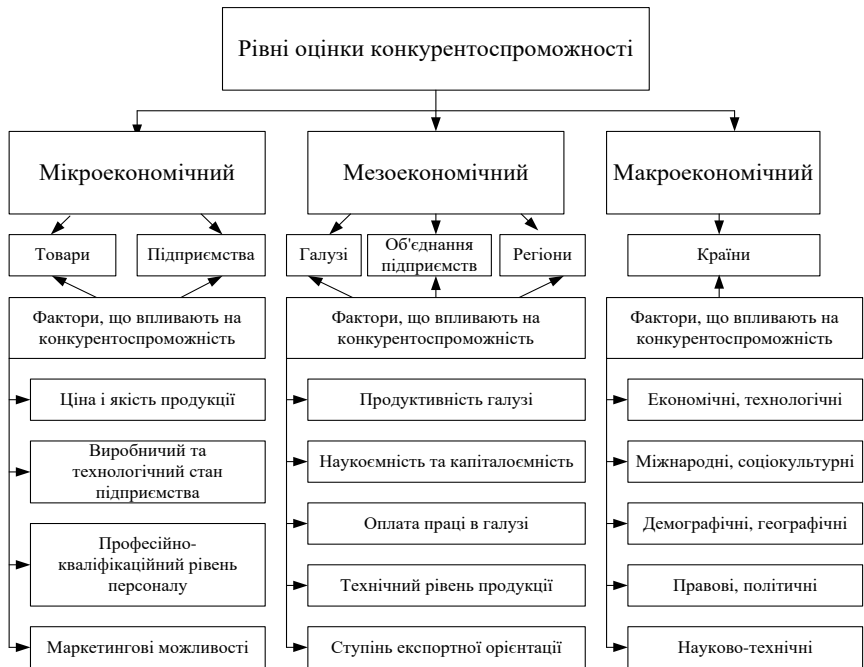


Рис. 1. Рівні оцінки конкурентоспроможності та її фактори

В. Петров пропонує для кожного рівня національної економіки дати специфічне визначення конкурентоспроможності. Наприклад, для підприємства (мікрорівень) – це здатність забезпечити прибуткові умови виробництва (відтворення) та реалізації (поставки) товарної продукції за ціною не вищою і за якістю не гіршою, ніж у будь-яких інших ринкових контрагентів у своїй ринковій ніші [14].

Конкурентоспроможність індивіда (фізичної особи) на ринку праці визначається його здібностями (становищем) отримувати дохід у сфері професійної діяльності, який дозволяє йому відтворювати свою робочу силу

та підвищувати рівень і якість життя. Одночасно можливість змінювати професію, місце роботи з метою збільшення доходу та якості життя підвищує конкурентоспроможність індивіда [8].

Конкурентоспроможність галузей і секторів (мезорівень) – це здатність до сталого зростання певної групи в умовах внутрішньої та зовнішньої конкуренції. Найочевидніші показники конкурентоспроможності в цьому випадку – динаміка норми та маси прибутку, економічного зростання в країні, баланс зовнішньої торгівлі відповідною продукцією для співставлення з іншими країнами [3].

Конкурентоспроможність національної економіки в цілому (макрорівень) характеризується сталим і якісним економічним зростанням, що передбачає складну і розвинену структуру економіки країни. Конкурентоспроможність на макрорівні визначається також як здатність країни-геополітичного суб'єкта до самостійного політичного розвитку та успішного економічного змагання з іншими країнами [10].

На глобальному рівні конкурентоспроможність визначається як здатність економіки країни брати участь у світогосподарських зв'язках, результатом чого є підвищення рівня та якості життя населення за рахунок внутрішнього виробництва, а не зовнішніх запозичень. Але не кожна участь у світових господарських зв'язках є показником високої конкурентоспроможності. До того ж, останню не можна оцінювати тільки за станом торгового або платіжного балансу.

В. Петров зробив висновок про те, що універсально (незалежно від рівня аналізу) конкурентоспроможність можна визначити як притаманну економічному суб'єкту (фізичній, юридичній особі або на мезорівні – галузі, сектору, економіці країни, а на макроекономічному – країні в цілому) властивість (становище) існувати в ринковій економіці за умов конкуренції, забезпечуючи зростання доходів, розширення виробництва, підвищення рівня і якості життя учасників економічного процесу [14].

Отже, за результатами проведеного дослідження можна зробити висновок, що кожне підприємство, яке виходить на ринок з власною продукцією, намагається досягти переваги над іншими підприємствами-конкурентами. Можливості підприємства у досягненні такої переваги визначаються таким поняттям як конкурентоспроможність.

Проведений аналіз трактувань поняття «конкурентоспроможність», запропонованих вченими, дозволив визначити, що конкурентоспроможність – це здатність суб'єкта господарювання адаптуватися до зовнішніх і внутрішніх факторів та реагувати на них, при цьому ефективніше задовольняти потреби споживачів у порівнянні з конкурентами.

У вітчизняній економічній літературі цей термін у широкому значенні трактується як можливості, сили, запаси та засоби, які можуть бути

використані, або як рівень потужності у будь-якому відношенні, сукупність засобів, необхідних для будь-чого [9].

Конкурентоспроможність визначає активне використання потенціалу підприємства, його здатності випередити конкурентів сьогодні і в майбутньому. Конкурентоспроможність не являється постійною характеристикою підприємства, тобто зі змінами у зовнішньому та внутрішньому середовищах змінюються порівняльні конкурентні переваги щодо інших підприємств галузі. Саме тому необхідним є всебічний аналіз потенціалу підприємства.

1. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер, Г. Армстронг, Д. Сондерс, В. Вонг. – СПб : Питер Ком, 2005. – 896 с.
2. Шершньова З. Є. Стратегічне управління як реалізація цільового підходу / З. Є. Шершньова, С. В. Оборська. – М : Дело, 2005 – 135 с.
3. Азоев Г. Л. Конкурентные преимущества фирмы / Г. Л. Азоев, А. П. Челенков. – М. : «Новости», 2000. – 252 с.
4. http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/T012210.html
5. Сухорукова Т. Державна підтримка великого бізнесу / Т. Сухорукова // Економіка України. ... Монополія і конкуренція 2010 р.
6. Шеремет О.О. Фінансовий аналіз : Навчальний посібник / О. О. Шеремет. – К., 2005. – 196 с.
7. Портер М. Э. Конкуренція / М. Э. Портер. – М. : Вильямс, 2005. – 56 с.
8. Василенко В. О. Інноваційний менеджмент : Навчальний посібник / В. О. Василенко, В. Г. Шматько. За ред. В. О. Василенко. – Київ : ЦУЛ, Фенікс, 2003. – 440 с.
9. Должанський І. З. Конкурентоспроможність підприємства : навч. посібник / І. З. Должанський, Т. О. Загорна. – К. : Центр навчальної літератури, 2006. – 384 с.
10. Фахтудинов Р. А. Стратегічний менеджмент. – М. : Дело, 2005. – 104 с.
11. Люкшинов А. Н. Стратегический менеджмент на предприятиях АПК / А. Н. Люкшинов. – М. : Колос, 1999. – 367 с.
12. Покропивний С. Ф. Соболев С. М., Швиданенко Г. О. Бізнес-план : технологія розробки та обґрунтування : навч. посібник / С. Ф. Покропивний, С. М. Соболев, Г. О. Швиданенко. – К : КНЕУ, 1998. – 208 с.
13. Зуб А. Т. Стратегічний менеджмент / А. Т. – М. : Проспект, 2007. – 432 с.
14. Петров А. Н. Стратегічний менеджмент / А. Н. Петров. – СПб. : Пітер, 2007. – 496 с.