КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ – КЛЮЧ ДО РИНКОВОГО УСПІХУ ПІДПРИЄМСТВ

COMPETITIVENESS IS THE KEY TO THE MARKET SUCCESS OF ENTERPRISES

УДК 339.137.2

Підмогильна В.О.
студентка
Національний університет
харчових технологій
Шереметинська О.В.
к. е. н., доцент кафедри
менеджменту та адміністрування
Національний університет
харчових технологій

Стаття присвячена дослідженню економічної сутності конкурентоспроможності, міжнародної конкурентоспроможності, конкурентоздатності й конкурентної позиції підприємства, а також визначенню ключових аспектів забезпечення конкурентоспроможності.
Ключові слова: *конкурентоспроможність, конкурентна позиція, міжнародна конкурентоспроможність, конкурентоздатність, зовнішні фактори, внутрішні фактори.*

Статья посвящена исследованию экономической сущности конкурентоспособности, международной конкурентоспособности и конкурентной позиции предприятия, а также определению ключевых аспектов обеспечения конкурентоспособности.
Ключевые слова: *конкурентоспособность, конкурентная позиция, международная конкурентоспособность, внешние факторы, внутренние факторы.*

The article is about the research of economic essence of the competitiveness, the international competitiveness, the competitive position of the company and the definition of key aspects of the competitiveness.
Key words: *competitiveness, competitive position, international competitiveness, external factors, internal factors.*

Постановка проблеми. Розвиток ринкових відносин привів до лібералізації зовнішньоекономічної діяльності, зниження бар'єрів проникнення імпортних товарів на внутрішній ринок України та вітчизняних товарів на зовнішні ринки. В результаті українські виробники зіштовхнулися з жорстокою конкуренцією як у межах країни, так і особливо на зарубіжних ринках.

Оскільки умови формування ринкових відносин в Україні є досить несприятливими та характеризуються динамічністю зовнішнього середовища, знеціненням національної валюти, зниженням платоспроможності населення, політичною та економічною нестабільністю, загостренням конкурентної боротьби, підвищенням рівня комерційного ризику й тяжким фінансовим станом більшості підприємств, то виникла необхідність пошуку нових способів їх виживання та забезпечення успішного функціонування. Тому за останні роки на підприємствах України особлива увага стала приділятися управлінню конкурентоспроможністю й пошуку напрямів її забезпечення та підвищення, оскільки саме конкурентоспроможність характеризує можливість та ефективність адаптації підприємства до умов конкурентного середовища.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням економічної сутності конкурентоспроможності, міжнародної конкурентоспроможності, конкурентоздатності та конкурентної позиції займалися О.Ю. Гохберг, І.З. Должанський, Т.О. Загорна, Т.В. Гринько та інші вчені. С.М. Клименко, Т.В. Омельяненко, Д.О. Барабась, О.С. Дуброва, А.В. Вакуленко, Н.П. Тарнавська приділяли увагу управлінню, забезпеченню та підвищенню конкурентоспроможності підприємств, але досі не вивченими залишились питання використання конкурентних переваг на зовнішніх ринках для досягнення ринкового успіху підприємством.

Постановка завдання. Мета статті полягає в удосконаленні теоретичних аспектів конкурентоспроможності підприємства.

Відповідно до визначеної мети поставлено та вирішено такі завдання:

– визначення економічної сутності конкурентоспроможності, міжнародної конкурентоспроможності, конкурентоздатності та конкурентної позиції;

– проведення систематизації поглядів різних вчених на категорії «конкурентоспроможність» за визначеними критеріями;

– дослідження ключових аспектів забезпечення конкурентоспроможності;

– розгляд чинників, що визначають конкурентоспроможність підприємства на зовнішньому ринку.

Виклад основного матеріалу дослідження. До недавнього часу категорія «конкурентоспроможність» була досліджена вітчизняною економічною наукою, але не було сформовано єдиної думки щодо її забезпечення в рамках реалізації зовнішньоекономічної діяльності, що 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 досконально визначити нові реалії;

– деякою мірою перешкоджала цьому процесу очевидність змісту категорії «конкурентоспроможність», а також близькість останньої до змісту категорії «ефективність»;

– багатоаспектність проблеми, адже її досліджували спеціалісти з маркетингу, управління якістю, менеджменту, при цьому ніхто не намагався вийти за рамки своєї спеціалізації [3, с. 31–35].

Вперше поняття «конкурентоспроможність» було використано наприкінці 1970-х рр. М. Портером, який під конкурентоспроможністю розумів

рентабельність та продуктивність використання ресурсів. В середині 1990-х рр. цей термін став активно досліджуватися вітчизняними економістами. Поняття конкурентоспроможності, запропоноване М. Портером та іншими авторами, охоплюють різні її аспекти і, як правило, доповнюють одне одного. На думку М. Портера, конкурентоспроможність – здатність товару, послуги, суб'єкта ринкових відносин виступати на ринку на одному рівні з присутніми там аналогічними товарами, послугами або конкуруючими суб'єктами ринкових відносин [2, с. 27–28].

Нині питання сутності конкурентоспроможності розглядаються багатьма вченими та науковцями. Існує безліч трактувань поняття «конкурентоспроможність», але не існує єдиного підходу до його визначення. Дослідивши трактування цієї категорії різними вченими, можемо систематизувати всі їх погляди за такими критеріями:

– конкурентоспроможність визначається конкурентоспроможністю товару на відповідному сегменті;

– конкурентоспроможність як прояв реалізації конкурентної переваги в просторі й часі;

– конкурентоспроможність як прибуткова діяльність за ефективного використання ресурсів;

– конкурентоспроможність як результат ринкової поведінки;

– конкурентоспроможність як здатність підприємства функціонувати у зовнішньому середовищі.

При цьому більшість вчених все ж схильна трактувати це поняття як конкурентоспроможність товару на відповідному сегменті та як здатність підприємства функціонувати в зовнішньому середовищі.

Загальний підхід до трактування поняття «конкурентоспроможність» дає можливість визначити її як здатність досягти найкращих результатів у конкретній сфері діяльності в процесі суперництва, тобто вона є здатністю підприємства з урахуванням наявних у нього для цього можливостей проектувати, виготовляти і реалізовувати в конкретних умовах товари, що за своїми споживчими і вартісними характеристиками в комплексі більш привабливі для споживачів, ніж товари конкурентів [6, с. 50–51].

Таким чином, поняття конкурентоспроможності підприємства базується на понятті конкурентоспроможності товару, що зазвичай трактується як ступінь привабливості товару для споживачів, що визначає можливість задоволення цілого комплексу їхніх вимог. Проте випуск конкурентоспроможних товарів є лише одним з напрямів забезпечення конкурентоспроможності підприємства, оскільки для досягнення тривалого успіху робота із забезпечення конкурентоспроможності підприємства має здійснюватися в усіх сферах його діяльності. Тобто ключовим аспектом забезпечення конкурентоспроможності підприємства є сукупність таких напрямів його діяльності:

– виробничий, основу якого складають номенклатура й асортимент товарів, якість продукції, характер технології, масштаби виробництва, забезпеченість основними видами ресурсів, якість ресурсів, гнучкість виробництва;

– маркетинговий, який базується на дослідженнях і прогнозуванні ринку, системі просування та збуту товару, ціноутворенні, рекламній діяльності, обслуговуванні споживачів;

– фінансовий, за якого ключове значення мають ступінь ліквідності, дохідність, платоспроможність підприємства, залучення зовнішніх фінансових ресурсів, загальний фінансовий стан підприємства;

– інноваційний, який ґрунтується на здійсненні науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт (НДДКР) власними силами, використанні запозичених результатів НДДКР, технологіях, рівні використання інформаційних технологій;

– кадровий та організаційно-культурний, які складаються з кількісного та якісного складу персоналу, стилю керівництва, характеру організаційних цінностей та кредо, комунікацій та процедур;

– управлінський, за якого ключове значення мають тип організаційної структури управління (ОСУ), доцільність та раціональність ОСУ, її гнучкість, адаптаційні можливості [4, с. 119–123].

В економічній сфері суперництво набуває форми економічного змагання суб'єктів господарювання, тобто конкурентоспроможність трактується як володіння властивостями, що формують переваги для суб'єкта економічного змагання. Розвивається концепція конкурентоспроможності, згідно з якою для суб'єкта господарювання головний предмет економічного суперництва полягає в боротьбі за споживача та ресурси [1, с. 52–53].

Конкурентоспроможність підприємства є більш вузьким поняттям, ніж конкурентна позиція. Основне розходження між поняттями конкурентоспроможності і конкурентної позиції можна сформулювати таким сином. Конкурентоспроможність є комплексною характеристикою підприємства, що відбиває здатність і потенційну можливість підприємства пристосуватися до динамічно мінливих умов конкуренції на ринку, ефективність його господарської діяльності. Конкурентна позиція підприємства, на відміну від його конкурентоспроможності, є сполученням положення підприємства стосовно конкурентів та особливостей ринку, на якому воно діє [3, с. 79–80].

Таким чином, конкурентоспроможність підприємства є більш вузьким поняттям, ніж конкурентна позиція. Воно відбиває лише деякі аспекти останньої, зокрема потенціал підприємства посісти визначне місце серед конкурентів. Тобто для того, щоб оцінити конкурентну позицію підприємства, проведення аналізу його конкурентоспроможності недостатньо.

Саме конкурентна позиція підприємства найбільш повно відбиває реальну ситуацію на ринку і положення підприємства на ньому, що робить її

аналіз задачею першорядної важливості, рішення якої дає змогу обґрунтовано вибирати конкурентну стратегію підприємства [2, с. 82–83].

Якщо порівнювати поняття конкурентоздатності і конкурентоспроможності, то можна вважати, що вони є синонімічними, оскільки мають певні спільні риси, але між ними також існують і відмінності. Конкурентоздатність відображає майбутні можливості виживання на ринку, а конкурентоспроможність – сучасне положення підприємства [4, с. 197–198].

Нині особливого значення набуло забезпечення конкурентоспроможності підприємств на міжнародному ринку, оскільки процес глобалізації прискорюється, залежність економік країн від зовнішнього ринку все більше посилюється. Тому необхідно розглянути поняття міжнародної конкурентоспроможності підприємства, що є найважливішою комплексною характеристикою якісного стану товарів, суб'єктів господарювання, їх структурних змін порівняно з відповідними аналогами інших країн [3, с. 146].

Міжнародну конкурентоспроможність необхідно визначити як порівняльним чином (зі змінами головних конкурентів і ринків), так і системним чином виявлену, що формується та створює всередини стійку здатність товаровиробника до збільшення власних конкурентних переваг для прискореного забезпечення міжнародної переваги та випередження лідерів світового ринку на користь більш повного задоволення матеріальних і соціальних потреб (працівників, споживачів, інвесторів, власників) [4, с. 205]. Сутність міжнародної конкурентоспроможності наведено на рис. 1.

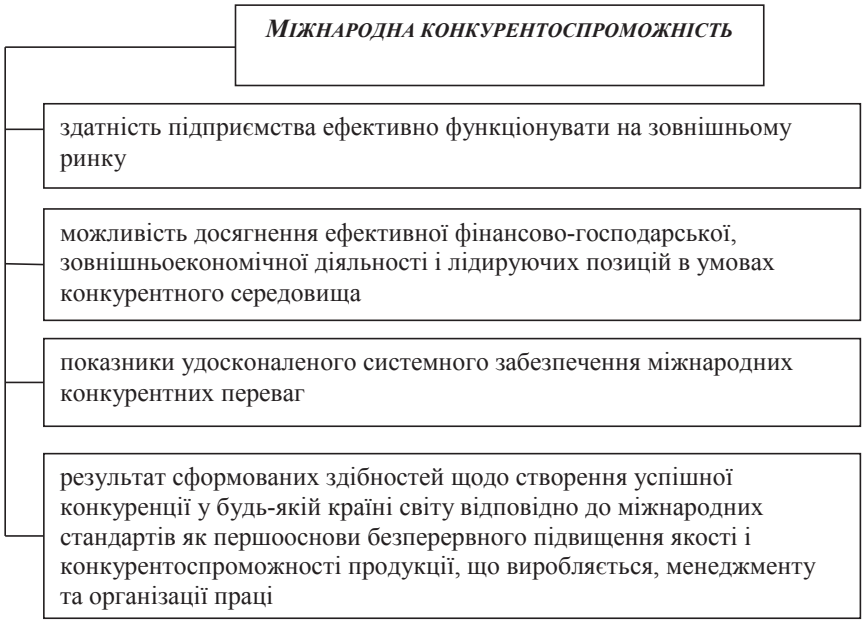

Рис. 1. Сутність міжнародної конкурентоспроможності [3, с. 145–146]

Рис. 2. Чинники, що визначають конкурентоспроможність підприємства на зовнішньому ринку [5; 7]

Якщо досліджувати чинники, що визначають конкурентоспроможність підприємства на зовнішньому ринку, то в сучасному забезпеченні міжнародної конкурентоспроможності підприємства перевагами є його ресурсозберігаючі технології, розвиток можливостей трудових ресурсів і комплексне вивчення інформації на ринку щодо можливості підвищення конкурентоспроможності підприємства. Конкурентоспроможність підприємств на міжнародному ринку залежить від економічних, інституційних, політичних, культурних, людських та освітніх чинників. Ці фактори також можна поділити на внутрішні й зовнішні (рис. 2) [5, с. 185].

Тобто серед внутрішніх факторів найважливішу роль відіграє рівень якості управління підприємством, тобто рівень підготовки менеджерів, уміння правильно вести ділові операції в умовах постійних змін на ринку. До внутрішніх факторів також відносять рівень продуктивності праці, технологічний фактор, тобто технічний рівень продукції й параметри технології виробництва. Названі фактори визначають рівень витрат виробництва й збуту. Однак для цілей визначення конкурентоспроможності компанії необхідно брати до уваги тільки відносний показник, тобто відношення витрат виробництва й збуту в цій компанії до рівня витрат виробництва й збуту в компанії-конкурента.

Групу зовнішніх факторів складають макроекономічна стабільність і передбачуваність економічної політики; рівень новизни економіки, тобто участь країни в міжнародній торгівлі та інвестуванні; ступінь відповідності державної політики вимогам конкуренції; ефективність функціонування ринків капіталу та якість фінансових послуг; рівень розвитку новітньої інфраструктури в країні; розвиток науково-технологічного потенціалу тощо. Усі ці показники використовуються тільки як відносні [5, с. 185–187].

Згідно з теорією конкуренції М. Портера успіх підприємства в міжнародній конкуренції визначають не стільки фактори виробництва, скільки те, де й наскільки продуктивно вони застосовуються [2, с. 73].

Висновки з проведеного дослідження. Отже, конкурентоспроможність підприємства на зовнішньому ринку є здатністю підприємства ефективно використовувати свій конкурентний потенціал, зберігаючи при цьому своє становище на конкурентному ринку, або ж розширювати займаний сектор ринку, постійно вести пошук та раціонально реалізовувати виявлені резерви конкурентного потенціалу в умовах обмеженості ресурсів. Міжнародна конкурентоспроможність виявляється у досягненні підприємством конкурентних переваг у міжнародному суперництві.

Проблема підвищення конкурентоспроможності підприємств на ринку є однією з найбільш актуальних сьогодні. Це зумовлює необхідність створення на кожному підприємстві ефективної системи стратегічного управління конкурентоспроможністю, яка дасть змогу підприємствам адаптуватися до умов зовнішнього середовища, утримати або зміцнити власні позиції на ринку та випередити конкурентів, буде сприяти виявленню й утриманню довгострокових конкурентних переваг та конкурентного потенціалу.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Гохберг О.Ю. Конкурентоспроможність бізнесу: теоретико-методологічні основи аналізу / О.Ю. Гохберг // Вісник Львівської державної фінансової академії. – 2010. – № 18. – С. 50–56.

2. Гринько Т.В. Механізм формування конкурентоспроможності вітчизняних підприємств на міжнародних ринках / Т.В. Гринько. – Кривий Ріг : Видавничий дім, 2005. – 324 с.

3. Должанський І.З. Конкурентоспроможність підприємства / І.З. Должанський, Т.О. Загорна. – К. : Центр навчальної літератури, 2006. – 384 с.

4. Управління конкурентоспроможністю підприємства / [С.М. Клименко, Т.В. Омельяненко, Д.О. Барабась, О.С. Дуброва, А.В. Вакуленко]. – К. : КНЕУ, 2010. – 527 с.

5. Россіхіна О.Є. Основні фактори конкурентоспроможності підприємства / О.Є. Россіхіна // Держава та регіони. – 2010. – № 2. – С. 184–187.

6. Тарнавска Н.П. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теорія, методологія, практика / Н.П. Тарнавська. – Тернопіль : Економічна думка, 2008. – 570 с.

7. Кривешко О.В. Чинники формування конкурентоспроможності підприємств та кластерів / О.В. Кривешко, П.В. Сідун // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – 2011. – № 720 : Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. – С. 180–188.

REFERENCES:

1. Gohberg O.U. (2010) Konkyrentospromognist' biznesu: teoretyko-metodologichny osnovi analizu [Competitiveness of business: theoretical and methodological bases of analysis]. Visnyk Lvivskoy dergavnoi finansovoy academii, № 18, pp. 50–56.

2. Grinko T.V. (2005) Mekchanism formyvannja konkyrentospromognosty vitchyznjanih pidpriemstv na mignarodnih rinkah [The mechanism of forming the competitiveness of domestic enterprises in international markets]. Krivij Rig : 324 p.

3. Dolzhansky I.Z. (2006) Konkurentospromozhnist' pidpryyemstva [Competitiveness of the enterprise]. K. : CNL, 384 p.

4. Klymenko S.M. (2010) Upravlinnya konkurentospromozhnistyu pidpryyemstva [Management of the competitiveness of the enterprise]. K. : KNEU. 527 p.

5. Rossikhina O.Y. (2010) Osnovni faktory konkurentospromozhnosti pidpryyemstva [The main factors of competitiveness of the enterprise]. Dergava I region. № 2, pp. 184–187.

6. Tarnavs'ka N.P. (2008) Upravlinnya konkurentospromozhnistyu pidpryyemstv: teoriya, metodolohiya, praktyka [The Enterprise Competitiveness Management: Theory, Methodology, Practice]. Ternopil's'kyy ekonomichnyy un-t. – Ternopil' : Ekonomichna dumka. 570 p.

7. Kryveshko O.V. (2011) Chynnyky formuvannya konkurentospromozhnosti pidpryyemstv ta klasteriv [Factors of formation of competitiveness of enterprises and clusters]. Visnyk Natsional'noho universytetu "L'vivs'ka politekhnika". № 720 : Menedzhment ta pidpryyemnytstvo v Ukrayini: etapy stanovlennya i problemy rozvytku. – pp. 180–188.

Pidmogyl'na V.O.
Student
National University of Food Technology
Sheremetyns'ka O.V.
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Department of Management and Administration
National University of Food Technology

COMPETITIVENESS IS THE KEY TO THE MARKET SUCCESS OF ENTERPRISES

The concept of competitiveness of the enterprise is based on the concept of competitiveness of the goods, which is usually interpreted as the degree of attractiveness of goods for consumers, which determines the possibility of satisfying a complex of their requirements. However, the issue of competitive goods is only one of the areas of ensuring the competitiveness of the enterprise, because in order to achieve long-term success, the work on ensuring the competitiveness of the enterprise should be carried out in all spheres of its activity. That is, the key aspects of ensuring the competitiveness of the enterprise are a set of directions of its activities.

In our time, ensuring the competitiveness of enterprises in the international market has become of particular importance, as the process of globalization accelerates, and the dependence of the economies of the countries on the external market is intensifying ever more. Therefore, it is necessary to consider the concept of international competitiveness of the enterprise, which is the most important comprehensive characteristic of the qualitative state of goods, business entities, their structural changes in comparison with the corresponding counterparts of other countries.

International competitiveness must be determined both in a comparative way (with changes in the main competitors and markets) and systematically detected, forming and creating from within the firm's ability to increase its own competitive advantages to accelerate the provision of international superiority and outpacing world market leaders in favor of more complete satisfaction of material and social needs.

Factors that determine the competitiveness of the company in the foreign market, the modern provision of international competitiveness of the company play an important advantage of its resource-saving technologies, the development of labor resources and the comprehensive study of information on the market in terms of increasing the competitiveness of the enterprise. Competitiveness of enterprises in the international market depends on economic, institutional, political, cultural, human and educational factors.

Competitiveness of an enterprise in the foreign market is the ability of an enterprise to effectively use its competitive potential, while maintaining its position in a competitive market or expanding the occupied sector of the market, to constantly search and rationally realize the identified reserves of competitive potential in the conditions of resource constraints.