

ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ КОНКУРЕНТОЗДАТНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

У статті узагальнені підходи закордонних та вітчизняних вчених до формування поняття “конкурентоздатність підприємства” за допомогою частотного аналізу елементів дефініції. Конкурентоздатність підприємства була представлена як система реагування підприємства на вплив суб’єктів зовнішнього середовища, яка складається із певних інструментів, в розрізі яких було здійснено класифікацію елементів поняття. Запропоновано модель формування діяльності конкурентоздатного підприємства.

In the paper different approaches to the concept of “enterprise competitiveness” presented by foreign and domestic scientists are generalized by the frequency analysis of definition’s elements. Enterprise competitiveness is defined as the system of enterprise reaction on changes in business environment, which suggests certain stages. In the light of it the classification of competitiveness definitions is carried out. The model of the competitive enterprise activity is suggested.

Процеси світової глобалізації, безперечно, супроводжуються загостренням конкурентної боротьби. З одного боку, конкуренція сприяє кращому задоволенню потреб споживачів, захисту їх інтересів, розширює доступ підприємств до нових ринків тощо. З іншого – формуються нові стандарти господарювання учасників ринку. Невідповідність їм відразу позначається як на економічному, так і на соціальному положенні країни. Це обумовлює необхідність забезпечення високого рівня конкурентоздатності підприємств, що дозволяє їм успішно діяти в умовах жорсткої конкуренції.

У зв’язку із зростанням відкритості економіки завдання забезпечення конкурентоздатності підприємств є актуальними для України.

У останні роки поняття “конкурентоздатності” почало широко використовуватися в науковій літературі, у економічних дослідженнях й політиці. Сформувалась критична маса публікацій, яка потребує системних узагальнень. Особливе значення це має у зв’язку із певною

суперечливістю розуміння сутності конкурентоздатності [40]. Термінологічні неточності відбиваються як на якості досліджень, так і на обґрунтованості управлінських рішень, що зменшує дієвість зусиль, спрямованих на підвищення конкурентоздатності економіки країни.

Метою статті є узагальнення підходів до визначення поняття “конкурентоздатність підприємства” та, на основі цього, – удосконалення уявлення щодо сутності поняття.

Гіпотеза дослідження полягає у тому, що у множині визначень поняття “конкурентоздатність”, що формувалися як вітчизняною, так і закордонною науковими школами, можна відокремити певні сутнісні елементи, які власне і створюють концептуальне уявлення про конкурентоздатність. Розбіжності у визначенні поняття мають бути віднесені до специфіки завдань досліджень, що проводилися.

Класичними у теорії конкурентоздатності вважаються праці С. Гареллі, Б. Карлоффа, Дж. Кейнса, М. Портера, Дж. Хоукінса, Дж. Янга.

На ідеї цих науковців у своїх дослідженнях спираються російські вчені В.А. Винокуров, А.П. Градов, Ю.Б. Іванов, Л.А. Сафонова, Р.А. Фатхутдінов, А.Ю. Юданов, та українські – А.В. Савчук, Г.В. Білоконенко, Т.І. Гончарук, Г.С. Бондаренко, В.Д. Немцов. Ними, переважно, проводився порівняльний аналіз конкурентоздатності продукції, підприємств, галузей, регіонів та країн.

Частотний аналіз представлених у публікаціях дефініцій (таблиця 3) дозволяє встановити, що найпоширенішим визначенням поняття є таке: “Конкурентоздатність підприємства – це боротьба із суперниками, перемога в якій досягається завдяки наявності та утриманню конкурентних переваг, зниженню витрат виробництва за рахунок нових технологій із збереженням якості продукції, вмінню швидко реагувати на зміни зовнішнього середовища, що дозволяє займати конкурентні позиції на ринку у довгостроковому періоді”. Отже, сучасна наукова школа пропонує певну єдність у визначенні ключових та найбільш типових складових сутності поняття конкурентоздатності.

На відміну від наведеного визначення іншими дослідниками додаються специфічні ознаки, що

відображають особливості поставлених ними завдань. Так необхідними атрибутами поняття конкурентоздатності підприємства вважаються: наявність конкурентоздатної продукції [9, 35, 37], ресурсного потенціалу [15, 35], прибутковості [17], відмінність від конкурентів, винятковості [19], досягнення підприємством мети [25], задоволення потреб суспільства [22], вдале використання потенційних і реальних можливостей [29], впровадження інновацій, нових ідей та стратегій [4], продаж товарів підприємства на міжнародному ринку [36, 39].

Підприємства функціонують в умовах ринкової конкуренції, що висуває певні вимоги до якості їх діяльності. Кожен суб’єкт господарювання має усвідомлювати вплив зовнішнього середовища та вміти вчасно реагувати на його зміни. У такому сенсі, підтримання конкурентоздатності підприємства полягає у забезпеченні упередженого, вчасного й адекватного реагування на зміну ринкових умов, а це, у свою чергу, можливо за наявності відповідних ресурсів, достатньої чутливості підприємства до змін та ефективного механізму реагування. Діяльність підприємства у системі реагування на зовнішні чинники представлено на рис. 1.

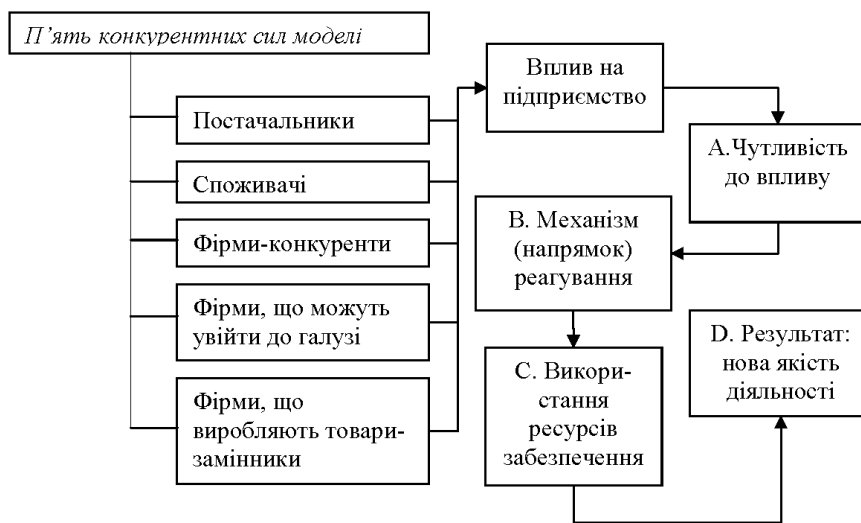


Рис. 1. Загальна схема підтримання конкурентоздатності підприємства

В цілому, рис. 1 відображає загальну логіку конкурентного суперництва. Тому, як показав частотний аналіз наукових публікацій, у визначеннях в різних варіантах присутні етапи підтримання конкурентоздатності, позначені на

рис. 1 як А, В, С та D. Результати частотного аналізу наукових публікацій наведено у табл. 1, де вони згруповані за складовими процесу конкурентного реагування підприємства: ресурсам, чутливості, механізмам.

Таблиця 1

Основні групи елементів поняття конкурентоздатності за частотою повтору та за складовими конкурентного реагування підприємства

Назва складових	Складові поняття	Частота
А. Чутливість до змін		0
В. Механізми (напрямки) реагування	адаптивність до змін навколишнього середовища	3
	стимулювання інновацій, підвищення якості продукції, зміна стратегій діяльності	7

Продовження табл. 1

Назва складових	Складові поняття	Частота
В. Механізми (напрямки) реагування	зниження витрат виробництва й цін із збереженням якості та переважаючим рівнем технології	11
	краще використання потенційних і реальних можливостей	10
С. Ресурси забезпечення	наявність, використання та утримання конкурентних переваг (вигод, компетенцій)	10
	наявність необхідного ресурсного потенціалу та його ефективне використання	4
	відмінність від конкурентів (наявність привілеїв)	6
	знання та навички, нові ідеї	7
	наявність конкурентоздатної продукції	7
D. Результат	підвищення продуктивності, ефективність, рентабельність, економічне зростання, динамічність	9
	довгострокова здатність конкурувати на ринку	
	здатність приносити прибуток	3
	досягнення успіху, власних цілей, мети	5

Табл. 1 свідчить, що основу уявлення про конкурентоздатність підприємства формують: в частині напрямків реагування – зниження витрат виробництва й цін із збереженням якості та переважаючим рівнем технології, що головним чином відноситься до кращого використання потенційних і реальних можливостей; у частині ресурсів забезпечення – наявність, використання та утримання конкурентних переваг (вигод, компетенцій), що ототожнюється із знаннями та навичками, новими ідеями для підвищення конкурентоздатності продукції; в частині результату – підвищення продуктивності, ефективність, рентабельність, економічне зростання та динамічність. Це ті елементи, що зустрічаються найчастіше. Відповідно менш повторювані елементи поняття свідчать про його використання як терміну при вирішенні специфічних

задач. Звертає на себе увагу те, що ознаки ступеня чутливості підприємства до змін не зустрічаються у визначеннях конкурентоздатності. Між тим, за високо мінливого зовнішнього середовища це хіба що не найважливіша умова збереження підприємством своїх ринкових позицій.

Можна припустити, що суперечності або розбіжності у визначенні поняття конкурентоздатності можуть бути обумовлені особливостями даного етапу розвитку економіки країни, до якої має відношення та чи інша наукова школа. Тож з метою поглиблення аналізу було проведено порівняння частоти згадування складових поняття конкурентоздатності в публікаціях за місцем походження досліджень: іноземні (Ін), російські (Рс) та українські (Ур), що представлено у табл. 2.

Таблиця 2

Порівняння вагомості складових конкурентоздатності за місцем наукової публікації, %

Найменування елемента	Походження		
	Ін	Рс	Ур
Чутливість до змін	0,0	0,0	0,0
Механізми реагування:			
адаптивність до змін навколишнього середовища	9,5	5,9	0,0
стимулювання інновацій, підвищення якості продукції, зміна стратегій діяльності	23,8	0,0	28,6
зниження витрат виробництва, цін із збереженням якості та переважаючим рівнем технології	28,6	23,5	14,3
покращення використання потенційних і реальних можливостей	14,3	17,6	42,9
Ресурси забезпечення:			
наявність, використання та утримання конкурентних вигод і компетенцій	19,0	29,4	14,3
наявність необхідного ресурсного потенціалу та його ефективне використання	4,8	11,8	14,3
відмінність від конкурентів (наявність привілеїв)	14,3	5,9	28,6
знання та навички, нові ідеї	23,8	0,0	28,6
наявність конкурентоздатної продукції	23,8	5,9	14,3
Результат:			
підвищення продуктивності, ефективність, рентабельність, економічне зростання, динамічність	28,6	11,8	14,3
довгострокова здатність конкурувати на ринку	4,8	11,8	28,6

Продовження табл. 2

Найменування елемента	Походження		
	Ін	Рс	Ур
здатність приносити прибуток	4,8	11,8	0,0
досягнення успіху, власних цілей, мети	14,3	11,8	0,0
Загальне означення:			
боротьба (суперництво, протистояння, реагування) з конкурентами	33,3	41,2	28,6

Як видно з табл.2, вага повторюваності окремих складових у іноземних, російських та вітчизняних наукових дослідженнях є різною. Це пояснюється відмінностями соціально-економічного розвитку та культурно-історичним досвідом суспільства. Отже, з таблиці можна зробити щонайменше наступні висновки:

1. Згадування у визначенні поняття ступеня чутливості до змін у зовнішньому середовищі та інструментів її забезпечення не є традицією економічної науки в цілому, хоча подібна ознака представляється достатньо важливою у формуванні уявлення про конкурентоздатність підприємств.
2. Зниження витрат виробництва, цін із збереженням якості та переважаючим рівнем технології частіше називається у зарубіжних джерелах, ніж у вітчизняних (14,3 % проти 28,6 %). Це відповідно свідчить про оцінку даного напрямку реалізації ресурсів забезпечення конкурентоздатності в економіці країни. У той же час, доволі висока оцінка (42,9 %) надається покращенню використання потенційних і реальних можливостей. Це пояснюється тим, що використання потенційних можливостей як напрямок позбавлений конкретного змісту порівняно зі зниженням витрат та цін, а значить і відображає відсутність пріоритетів конкурентної політики підприємств.
3. Наявність, використання та утримання конкурентних вигод і компетенцій, як ресурс забезпечення конкурентоздатності, зустрічається менше, ніж у зарубіжних публікаціях (14,3 % проти 19 %). Можна вважати, що це відображає суттєвий вплив неринкових чинників конкуренції в Україні. Про таке свідчить й оцінка відмінності від конкурентів через отримання привілеїв (28,6 % проти 14,3 %), а також порівняно нижча оцінка такого ресурсу, як наявність конкурентоздатної продукції (14,3 % проти 23,8 %).
4. Серед очікуваних результатів зусиль щодо забезпечення конкурентоздатності найбільшу оцінку отримує довгострокова здатність конкурувати на ринку (28,6 % проти 11,8 % в Росії та 4,8 % в зарубіжних дослідженнях). Безумовно, це є певною реакцією на нестабільні економічні та інституційні умови діяльності вітчизняних підприємств.

Порівняння вагомості наведених елементів поняття та виділення тих, що мають найбільший відсоток повторюваності дозволяє, приймаючи їх у якості базових (типових), сформулювати узагальнене визначення конкурентоздатності підприємства, що притаманне сучасній теорії конкурентоздатності: це боротьба з конкурентами за наявність, використання та утримання конкурентних переваг для задоволення потреб споживачів та суспільства в цілому за допомогою стимулювання інновацій, науково-технічного прогресу, підвищення якості продукції, використання знань, нових ідей, уникнення стереотипів, зміни стратегій, що дозволяє підвищувати продуктивність та ефективність діяльності, довгостроково конкурувати на ринку, приносити прибуток та досягати поставленої мети.

Поняття “конкурентоздатність підприємства” аналізується в управлінському аспекті, а для цього потрібно розкрити даний феномен через фактори, що її забезпечують. Фактори конкурентоздатності можуть бути висвітлені у різних контекстах та задачах, втім всі вони охоплюють компоненти господарської діяльності загалом. У сучасних умовах господарська діяльність будь-якого підприємства має відповідати вимогам ринкової конкуренції. Успішний менеджер, вирішуючи питання управління конкурентоздатністю, усвідомлює послідовність та способи дій підприємства. При цьому слід прийняти до уваги три рівні конкурентоздатності [41]. I рівень означає здатність підприємства пасивно без істотних змін пристосуватися до конкурентного середовища. II рівень конкурентоздатності відноситься до спроможності підприємства активно відповісти на зміни у конкурентному середовищі, покращуючи таким чином свою діяльність. III – найвищий рівень стосується здатності вплинути на конкурентне середовище через більш ефективні дії, швидший розвиток, ніж конкуренти.

Етапи забезпечення підприємством конкурентоздатності в рамках II та III рівнів представлено на рис. 2.

Як видно, зміни у зовнішньому середовищі мають упереджено й своєчасно сприйматися підприємством, що ініціює у певних напрямках дію механізмів реагування, спрямованих на використання ресурсів забезпечення конкурентоздатності і отримання відповідного результату – нової якості діяльності, адекватної новим умовам господарювання.

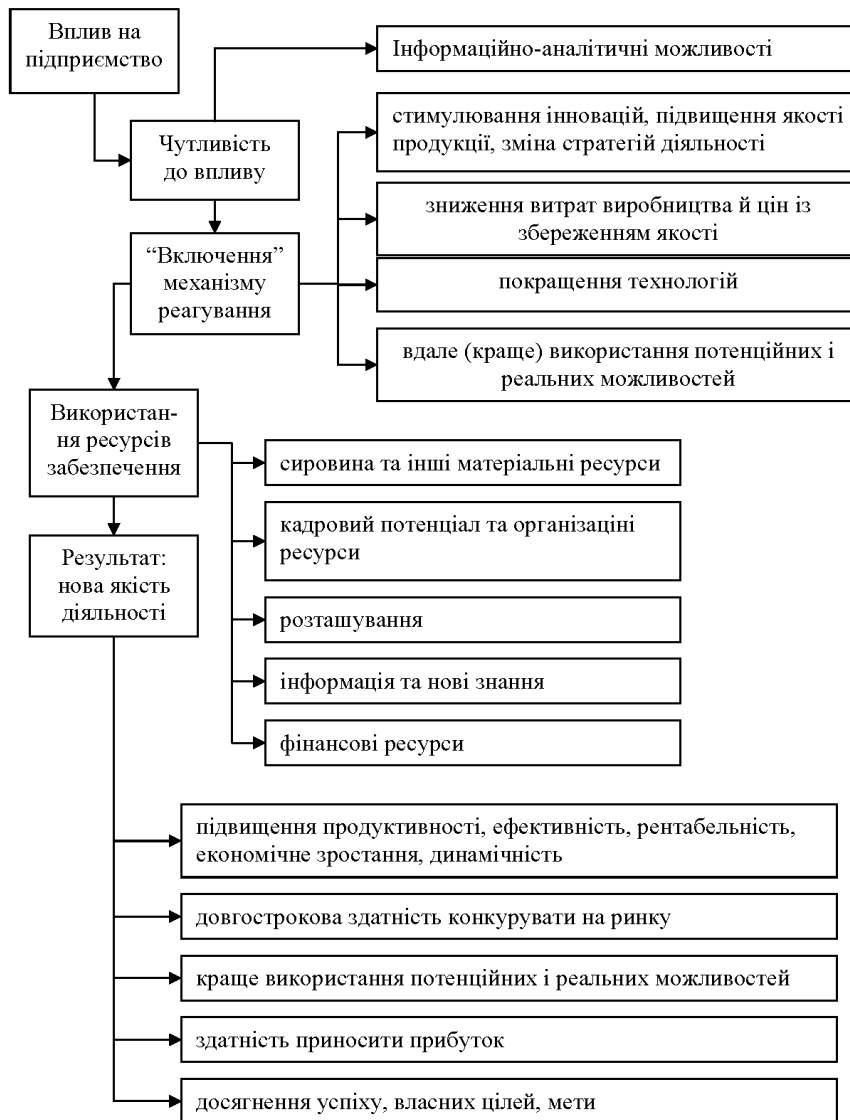


Рис. 2. Модель формування діяльності конкурентоздатного підприємства

Висновки

В сучасних умовах відкритості економіки України та запланованого приєднання до СОТ рівень конкурентоздатності національної економіки є незадовільним для здійснення бажаних кроків. Неналежна конкурентоздатність вітчизняного виробника полягає у недостатньо сформованій теоретичній базі, на якій в подальшому повинна ґрунтуватись практична діяльність.

Незважаючи на велику кількість визначень поняття “конкурентоздатність”, присутніх у вітчизняній та зарубіжній наукових школах, є певні суперечності у трактуванні та не сформовано загального підходу до сутності поняття. Такі розбіжності виникають через присутність у визначеннях одночасно ознак механізмів або

напрямків забезпечення конкурентоздатності, ресурсів її підтримання та результатів, яких очікують.

На відміну від того, що суперечності в дефініціях, як правило, пов’язуються з задачами, в яких використовується поняття, в даному випадку йдеться про особливості етапу розвитку країни, до якої належить наукова школа.

Конкурентоздатність підприємства визначається чутливістю до змін у зовнішньому середовищі, що ініціює дію у певних напрямках механізмів реагування, спрямованих на використання ресурсів забезпечення конкурентоздатності і отримання відповідного результату – такої якості діяльності, що адекватна новим умовам господарювання.

ЛІТЕРАТУРА

1. Byars Lloyd L., Rue Leslie W., Zahra Shaker A. Strategic Management. – New York: Times Mirror Higher Educational Group, 1996. – 1043 p.
2. Esterhuizen, D “An evaluation of the competitiveness of the South African agribusiness sector” / University of Pretoria etd, July 2006.
3. Feurer, R. and Chaharbaghi, K., “Management Decision”, 1994, Vol. 32, No. 2, p. 49.
4. Hawkins J. “The concept of competitiveness”/Treasury Working Paper 2006 – 02 April 2006.
5. Porter M.E. Competitive Strategies: Techniques for Analyzing Industries and Competitors. – New York: Free Press, 1980. – 628 p.
6. Garelli S. Competitiveness of nations: the fundamentals / IMD World Competitiveness Year Book, 2006.
7. Акимова И.М. Промышленный маркетинг. – К.: Общество “ЗнанияФ, КОО, 2000. – 294 с.
8. Белецкая И.И. Конкурентоспособность в ее современной трактовке // Актуальні проблеми економіки. – № 10 (40). – 2004.
9. Білоконенко Г.В. Економічна діагностика. – Конспект лекцій, ХНЕУ, 2006.
10. Богомолова И.П. Анализ формирования категории конкурентоспособности как фактора рыночного превосходства экономических объектов / И.П. Богомолова, Е.В. Хохлов // Маркетинг в России и за рубежом. – № 1 (45). – С. 113-119.
11. Болдирев К.А. Интеллектуальный капитал как фактор повышения конкурентоспособности организации // Вісник Східноукраїнського національного університету ім. В. Даля. – № 10 (80). – 2004.
12. Бондаренко Г.С. Управління конкурентоспроможністю автотранспортного підприємства: Автореф. дис. ... к.е.н. – Харків: ХДЕУ, 2001. – 20 с.
13. Винокуров В.А. Организация стратегического управления на предприятии. – М.: Центр экономики и маркетинга, 1996. – 458 с.
14. Воронкова А.Э. Поддержка конкурентоспособного потенциала предприятия. – К.: Техника, 2000. – 152 с.
15. Воронов Д.С., Кривоногов В.В. Пути повышения конкурентоспособности предприятия / Проблемы организации конкурентоспособного производства и повышения устойчивости производственных систем: Сб. науч. статей. – Екатеринбург: УГТУ-УПК, 2001. – С. 481-487.
16. Гончарук Т.І. Конкуренція і конкурентоспроможність: зміст і розвиток у перехідній економіці. – Суми: ВВП “Мрія-1” ЛТД, УАБС, 2003. – 60 с.
17. Забелин П.В. Основы стратегического управления: Учеб. пособие / П.В. Забелин, Н.К. Моисеева – М.: Информационно-внедренческий центр “Маркетинг”, 1998. – 196 с.
18. Иванов Ю.Б. Конкурентоспособность предприятия: оценка, диагностика, стратегия: Научное издание / Колл. авт. – Харьков: Изд. ХНЭУ, 2004. – 256 с.
19. Карлофф Б. Деловая стратегия, концепция, содержание, символы. – М.: Экономика, 1991. – 240 с.
20. Качество в XXI веке. Роль качества в обеспечении конкурентоспособности и устойчивого развития / Под ред. Т. Конти, Ё. Кондо, Г. Ватсона / Пер. с англ. А. Раскина. – М.: РИА “Стандарты и качество”, 2005. – 280 с, ил. – (Серия “Практический менеджмент”).
21. Люкшинов А.Н. Стратегический менеджмент. – М.: ЮНИТИ, 2000. – 376 с.
22. Немцов В.Д. Стратегічний менеджмент: Навч. посібник. / В.Д. Немцов, Л.Є. Довгань. – К.: ТОВ “УВПК “ЕксОб”, 2001. – 560 с.
23. Нонака И., Текеучи Х. Компания – создатель знания. Зарождение и развитие инноваций в японских фирмах / Пер. с англ. – М.: ЗАО “Олимп-Бизнес”, 2003. – 384 с.
24. Петров В. Конкурентоспособность // Ресурсы, Информация, Снабжение, Конкуренция. – 1999. – № 4.
25. Попов С.А. Стратегическое управление: 17-модульная программа для менеджеров “Управление развитием организации”. Модуль 4. – М.: ИНФРА-М, 1999. – 344 с.
26. Савчук А.В. Конкурентоспособность отраслей промышленного производства: Методологические вопросы оценки и анализа // Економіка промисловості. – 2001. – № 2. – С. 61-66.
27. Сафонова Лариса Александровна, Седельников Сергей Яковлевич, Чернышевская Елена Ильинична. Проблемы и методы оценки конкурентоспособности: Учеб. пособие / Сибирский гос. ун-т телекоммуникаций и информатики. – Новосибирск, 2000. – 120 с.
28. Смолін І.В. Конкурентоспроможність підприємств: Навч. посіб. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2006. – 204 с.
29. Тридід О.М. Стратегія розвитку підприємства в умовах кризи: Автореф. дис. ... д.е.н. – Донецьк.: ДНУ, 2003. – 32 с.
30. Фасхiev X.A. Оценка конкурентоспособности новой техники // Маркетинг. – 1998. – № 2.
31. Фатхутдинов Р.А. Стратегический менеджмент: Учебное пособие. – М.: ЗАО “Бизнес-школа “Интел-Синтез”, 1997. – 304 с.
32. Шершньова З.Є. Стратегічне управління: Навч. посібник / З.Є. Шершньова, С.В. Оборська. – К.: ХНЕУ, 1999. – 384 с.
33. Шкардун В. Интегральная оценка конкурентоспособности предприятия // Маркетинг. – 2005. – № 1 (80). – С. 38-50.
34. Экономическая стратегия фирмы: Учебное пособие / Под ред. А.П. Градова. – СПб.: Спецлитература, 1999. – 592 с.
35. Юданов А.Ю. Конкуренция: теория и практика: Учебно-практическое пособие. – 2-е изд. – М.: Ассоц. авторов и издателей “Тандем”, Изд. “ГНОМ-ПРЕСС”, 1998. – 384 с.
36. <http://www.indiana.edu/~ipe/glossry.html>
37. http://www.itcdonline.com/introduction/glossary2_abcd.html
38. <http://www.ucs.mun.ca/~rs6xy/business1000/glossary/C.htm>

39. <http://www-personal.umich.edu/~alandear/glossary/c.html>
40. Reilljan J., Hinricus M., and Ivanov A. (2000) Key Issues in Defining and Analyzing the Competitiveness of a Country, Working Paper on the Framework of Grant No. 3974 of Estonian Science Foundation, Tartu University Press: University of Tartu.
41. Тієпoh M., Бурнс M.. Competitiveness. Seven Reports on the Identification of Rural Indicators for Rural Communities. New Rural Economy Project, Phase 2 (NRE2). September 2004.