

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ

Л.О. Дашутіна, к.е.н., доцент, Сумський національний аграрний університет

У статті досліджено різні підходи до визначення поняття конкурентоспроможність підприємства, здійснена спроба до їх узагальнення. Наведена класифікація видів конкурентоспроможності за визначеними ознаками. Проведено розрахунок розподілу товарних груп продукції за рівнем конкурентоспроможності.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Глобалізація світової економіки, участь в цьому процесі України означає все більш тісне переплетіння національних економік, що сприяє більш інтенсивному розвитку на цій основі зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД). Як відомо, в умовах розвитку процесів глобалізації та ринкових відносин критерієм стійкості та життєздатності підприємства слугує його конкурентоздатність, аналіз, оцінка та прогнозування якої стає об'єктивною необхідністю, так як у сучасній конкурентній боротьбі при всій її масштабності, динамізмі та гостроті виграє той, хто аналізує та бореться за свої конкурентні позиції.

У ринковій економіці зможуть функціонувати лише життєздатні підприємства, котрі гнучко маневрують та використовують нові механізми в управлінні. Однією із важливих задач стає задача кількісної оцінки рівня конкурентоздатності продукції підприємств, а також розробка заходів, здатних керувати нею.

Проблема конкурентоздатності носить в сучасному світі універсальний характер. І від того, на скільки успішно вона вирішується, залежить багато в економічному та соціальному житті будь-якої країни та фактично будь-якого споживача [6].

У цьому зв'язку проведення теоретичних досліджень проблем забезпечення розвитку конкурентоспроможності та розробка на цій основі необхідних методичних рекомендацій стають дуже актуальними.

Враховуючи будь-яку чутливість сфери зовнішньоекономічного співробітництва до зовнішнього впливу, механізм узгодженого розвитку конкурентоспроможності та зовнішньоекономічної діяльності повинен бути, спрямований на підвищення результативності роботи підприємств у нових умовах міжнародної економічної співпраці, що також об'єктивно вимагає проведення комплексних теоретичних досліджень і підкріплення їх експериментальними розрахунками.

Разом з цим слід зазначити, що Україна має свої особливості, породжені як соціально-економічними умовами, так і умовами невизначеності. Інтегральними показниками успішного функціонування господарської системи в цілому є темпи економічного росту та експортної експансії країни на світових ринках. Якщо з цих позицій підходити до оцінки теперішнього положення нашої країни, то на протязі досить тривалого періоду часу Україна демонструвала постійне загальне скорочення виробництва, зниження ефективності роботи усієї економічної системи. Здійснювалося прогресуюче зменшення частки країни у світовому експорті товарів, деградувала структура її економіки та зовнішньої торгівлі [4]. Ці та ряд подібних проблем національної економіки в цілому, а також конкретних галузей є дуже актуальними і вимагають свого рішення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв’язання даної проблеми і на які спирається автор, виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття. Питанням розвитку конкурентоспроможності зовнішньоекономічної діяльності присвячено безліч наукових публікацій вчених країн ближнього і далекого зарубіжжя, зокрема таких авторів, як Г.Л. Азоева, В. Андріанова, А.К. Афанасьєва, К. Боумена, І.М. Герчикової, С. Глазєва, М.І. Книша, Ф. Котлера, В.В. Криворотова, А.Є. Лібермана, Ш.Ш. Магомедова, І. Максимової, М. Мескона, Х. Мезера, М. Портера, Л.Є. Стровского, Н.А. Сафронова, І.П. Фаминского, Х.А. Фасхієва, Р.А. Фатхутдінова, Н.С. Яшина та інших.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою дослідження є дослідити методичні підходи до визначення поняття «конкурентоспроможність» підприємства та узагальнити його.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Незважаючи на відомість та широке вживання поняття «конкурентоспроможність» ще з 60-х років XX століття, кожен дослідник і науковець вкладає в дану категорію свій зміст і свою систему факторів. Тому до теперішнього часу немає загальноприйнятого термінологічного тлумачення даного поняття.

Аналіз досить великої кількості визначень поняття «конкурентоспроможність» дає можливість класифікувати їх за певними ознаками (див. табл. 1).

Таблиця 1

Класифікація конкурентоспроможності

Ознака	Види конкурентоспроможності
1. За територіально-географічною сферою	▪ міжнародна; ▪ внутрішньо-національна; ▪ регіональна.

Продовження табл. 1	
2. За рівнем конкуруючих об'єктів	▪ галузі; ▪ підприємства; ▪ товару.
3. За часовим характером:	▪ на визначену дату в минулому; ▪ поточна; ▪ прогнозована.

Джерело: [2]

Наявність конкурентних переваг у регіоні є важливим ресурсом підвищення ефективності його розвитку. У рамках регіональної економіки функціонує значна кількість галузей та об'єктів інфраструктури, динаміка розвитку яких підсилює або послабляє конкурентоздатність регіональної економіки. Тому у ринкових умовах саме висока конкурентоздатність суб'єктів господарювання є запорукою отримання високого і стабільного прибутку. Отже, аналізуючи класифікацію конкурентоспроможності, вважаємо за доречність більш детально розглянути саме класифікацію конкурентоспроможності за рівнем конкуруючих об'єктів.

Конкурентоспроможність підприємства в широкому сенсі можна визначити як здатність до досягнення власних цілей в умовах протидії конкурентів. Цілі, як правило, мають тимчасову прив'язку, що дозволяє стверджувати, що конкурентоспроможність підприємства - це здатність вести успішну діяльність в умовах конкуренції протягом певного часу [5].

Таким чином, аналіз змісту конкурентоспроможності вказує на однозначне тлумачення сутності даного явища. Зробимо спробу згрупувати основні точки зору дослідників у галузі визначення конкурентоспроможності організацій (див. табл. 1, [8]).

Таблиця 2

Визначення конкурентоспроможності організації

Автор	Визначення
Азоєв Г.Л., Челенков А.П.	Можливість ефективно розпоряджатися власними і позиковими ресурсами в умовах конкурентного ринку... Для забезпечення конкурентоспроможності необхідна систематична робота по всьому виробничо-господарського циклу.
Перцовський Н.І.	Можливість ефективної діяльності та її практичної прибуткової реалізації в умовах конкурентного ринку. Це - узагальнюючий показник життєстійкості підприємства, його вміння ефективно використовувати свій фінансовий, виробничий, науково-технічний і трудовий потенціали.

Продовження табл. 2	
Фатхутдінов Р.А.	Здатність фірми випускати конкурентоспроможну продукцію, перевага фірми по відношенню до інших фірм даної галузі всередині країни і за її межами.
Хруцький В.Є., Корнєєва І.В.	Здатність успішно оперувати на конкретному ринку (регіоні збуту) в даний період часу шляхом випуску та реалізації конкурентоспроможних виробів і послуг.
Фасхiev X.A., Гараєв І.М.	Перевага товарів і послуг організації в порівнянні з аналогами в конкретних сегментах ринку в певний період часу і по потенціалу, розробка, виробництво і продаж конкурентоспроможних товарів (послуг) у майбутньому, досягнуті без шкоди фінансовому стану організації.
Денисов В.А., Сергієнко Т.А.	Взаємодія системи взаємопов'язаних ресурсів виробництва, що зумовлюють своїми параметрами рівень здатності підприємств протистояти в конкурентній боротьбі на довготривалій основі.
Яшин Н.С.	Включає сукупність, з одного боку, характеристик самої організації, що визначаються рівнем використання науково-технічного, виробничого, кадрового потенціалу, а також потенціалу маркетингових служб, а з іншого - зовнішніх соціально-економічних і організаційних факторів, що дозволяють організації створювати більш привабливу за ціновими і неціновими характеристиками продукцію в порівнянні з конкурентами.
Юрова Є.С.	Комплексна характеристика підприємства, визначає його можливість в будь-який момент часу забезпечувати свої конкурентні переваги і прибутковість, а також адаптуватися до постійно змінюваних умов зовнішнього середовища.

Отже, конкурентоспроможність українських підприємств на світовому ринку, що динамічно розвивається, на даний момент є ключовою проблемою входження підприємства в світову економічну спільноту. Прагнення України приєднатися до провідних регіональних формувань поки залишається тільки прагненням, так як на світовому ринку продукція більшості українських виробників може бути реалізована тільки в рамках демпінгових або нелегальних угод. На світовому ринку конкурентоспроможними визнано менше 1% українських товарів і послуг [1].

У той же час, економіка України на 70% залежить від експорту. Однак товарна номенклатура товарів, що реалізуються на зовнішньому ринку, як і раніше складається з товарів сировинної групи і напівфабрикатів: металопродукції, мінеральних продуктів і продукції хімічної галузі, які в загальному складають 65% українського експорту (див. рис. 1).

У товарній структурі українського експорту лідируюче положення традиційно займає металопродукція. В останні роки внаслідок зниження конкурентоспроможності української чорної металургії і не дуже сприятливої кон'юнктури світового ринку постачання багатьох видів продукції і ціни на них залишаються нижче колишніх максимумів. У результаті з 2009

р. частка металопродукції в експорті України зберігається на мінімальному рівні середини 1990-х рр., причому в 2012 р. вона ще більше знизилася, досягнувши абсолютного багаторічного мінімуму в 27,5%. Головними товарами в українському експорті металопродукції в 2012 р. були напівфабрикати вуглецевої сталі (5,4 млрд. дол.), гарячекатаний листовий прокат (3 млрд.), сталеві труби (1,9 млрд.), арматура (1,6 млрд.), катанка, феросплави (по 0,95 млрд.), фасонний прокат (0,85 млрд.), чавун (0,75 млрд.) і холоднокатаний листовий прокат (0,5 млрд.).

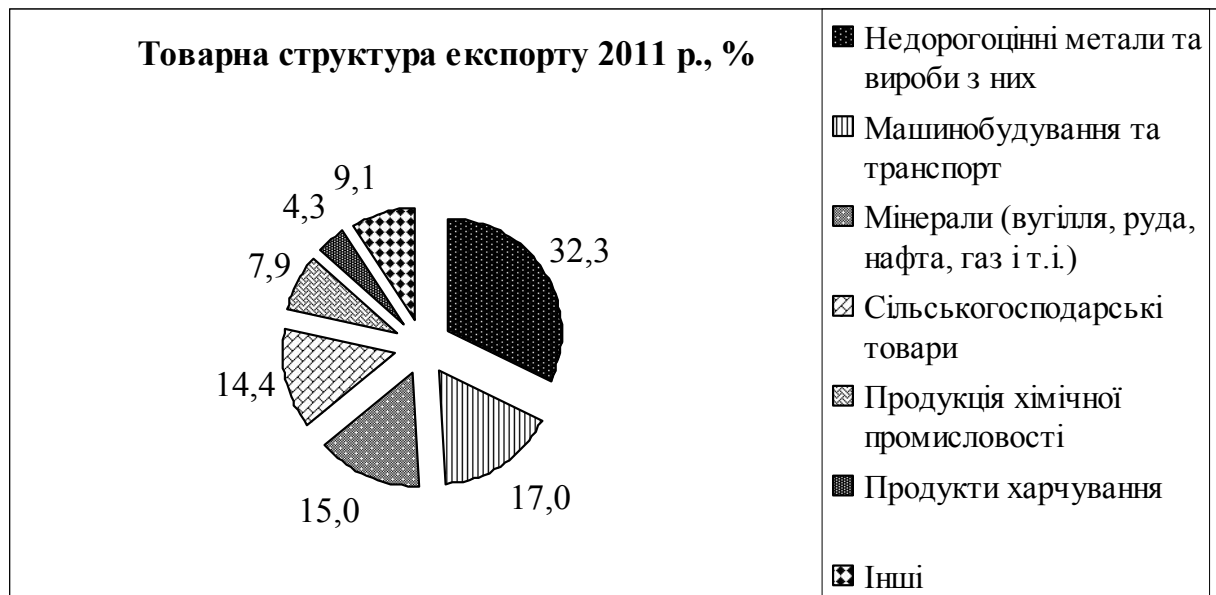


Рис. 1. Товарна структура експорту України в 2011 році, %
Джерело: [7]

Друге місце в українському експорті з середини 2000-х рр. займає продовольство, чому сприяють розширення сільськогосподарського виробництва (насамперед зерна та олійних) і зростання цін на світовому ринку. У 2012 р. завдяки добрим врожаям значно збільшилися фізичні обсяги експорту продовольства, а висока ринкова кон'юнктура сприяла зростанню цін на нього. Внаслідок сприятливого поєднання двох ключових факторів і на тлі складної ситуації в інших важливих експортних секторах частка продовольства в експорті України різко збільшилася, склавши рекордні 24,3 % проти 10-12 % в середині минулого десятиліття. Основними товарами в українському експорті продовольства в 2012 р. були соняшникова олія (4 млрд. дол.), кукурудза (3,9 млрд.), пшениця (2,4 млрд.), ріпак (0,8 млрд.), соя, ячмінь (по 0,7 млрд.), шоколадна продукція (0,65 млрд.), сири (0,35 млрд.) і борошняні вироби (0,3 млрд.).

Важливими товарними групами експорту України є продукція загального і спеціального машинобудування (10,6 % в 2012 р.), хімікати (8,8 %), транспортні засоби (8,7 %), мінеральна сировина (5,8 %) і паливо (5,3 %). У 2012 р. зросла питома вага груп

машинно-технічної продукції, тоді як частки інших перерахованих вище груп знизилися. Частка транспортних засобів досягла рекордної величини в чому завдяки значним поставкам залізничної техніки та комплектуючих (насамперед у Росію і Казахстан), а також внаслідок різкого розширення експорту авіатехніки. Значення хімічної продукції залишається нижче типового рівня 2000-х рр., а частка палива опустилася до мінімального за останні 14 років рівня через двократне падіння обсягів переробки нафти і, відповідно, зменшення експортних ресурсів нафтопродуктів. Питома вага мінеральної сировини, незважаючи на зменшення в порівнянні з рекордним рівнем попереднього року (через зниження цін на залізну руду), залишається істотно вище колишніх показників [8].

Якими б не були зміни у політичному та економічному житті України у постійній перспективі, для країни буде залишатися актуальною проблема ефективності виробництва, зовнішніх економічних зв'язків, участь в міжнародній торгівлі, і, відповідно, конкурентоспроможності господарюючих суб'єктів [3].

В умовах того, що Україна майже повністю залежить від зовнішніх енергетичних ресурсів, а енергоємність продукції в країні найвища по Європі, неможливо говорити про конкурентоспроможність або прибутковість українського виробництва та експортних операцій окремих товарів. Крім того, застаріла виробнича база більшості підприємств України не дозволяє їм виготовляти продукцію, якість і рівень витрат якої відповідає світовим стандартам.

Не всі українські товаровиробники розуміють необхідність підвищення конкурентоспроможності власної продукції, адже раніше вітчизняний ринок був закритий - конкуренції на ньому не було.

Невелика кількість підприємств, яка працювала на зовнішній ринок, майже безпосередньо не стикалася з конкурентною ситуацією. В умовах же глобалізації світової економіки українські товаровиробники зіткнулися з фірмами, які розвинулися в умовах жорстокої конкуренції, ставши відомими світовими виробниками. Нестабільна українська економіка долучилася до світової торгової гонки на позиціях аутсайдера і поки ще ситуація складається не на її користь. На відміну від країн Центральної та Східної Європи, Україна залишається експортером переважно сировини та напівфабрикатів. Як же визначити, яким повинен бути товар, який би володів високою конкурентоспроможністю? Це питання турбує економістів давно. Але сьогодні він став каменем спотикання для українських товаровиробників. Накопичені проблеми до теперішнього часу тягнулися, бо держава допомагала чим могла, а наші споживачі платили і за цей тягар. Тепер же з активізацією глобалізаційних процесів і вступом України до СОТ цей вантаж потягне неефективні підприємства на дно.

Для підвищення конкурентоспроможності підприємств держави на зовнішньому ринку необхідно точно визначити пріоритети України в подальшому розвитку економіки. Через підвищення конкурентоспроможності українських підприємств на зовнішньому ринку можна підвищити експортний потенціал країни. Для України питання підвищення конкурентоспроможності інноваційних підприємств на світовому ринку стоїть досить гостро. Незважаючи на незначні масштаби інноваційної діяльності, позитивний вплив впроваджених інновацій на економічні показники виробництва очевидні: більше 90% підприємств, що впроваджували інновації, змогли отримати приріст продукції, підвищити її конкурентоспроможність і розширити ринки збуту.

Оцінка потенційних можливостей окремих галузей економіки України щодо підвищення конкурентоспроможності дозволяє визначити опорні галузі і виробництва, які повинні взяти на себе провідну роль у розвитку економіки, а з часом і зайняти ключові місця в її структурі. Таким чином визначимо коефіцієнти конкурентоспроможності товарних груп України (див. табл. 3).

Таблиця 3

Розподіл товарних груп товарів за рівнем конкурентоспроможності

№ п/п	Товарні групи	Показник конкурентоспроможності	Рівень конкурентоспроможності
1.	Недорогоцінні метали та вироби з них	79,5	Дуже високий
2.	Машинобудування та транспорт	-24,1	нормальний
3.	Мінерали (вугілля, руда, нафта, газ і т. ін.)	-49,1	низький
4.	Сільськогосподарські товари	81,0	Дуже високий
5.	Продукція хімічної промисловості	-19,6	нормальний
6.	Продукти харчування	-1,5	нормальний
7.	Інші	-26,6	нормальний

Джерело: власні розрахунки

Для України це, насамперед, переробні галузі матеріально-виробничого комплексу (металургійна, хімічна, будівельних матеріалів), наукоємні та високотехнологічні галузі машинобудування та оборонної техніки, а також легкої і харчової промисловості. Багато підприємств цих галузей вже зарекомендували себе конкурентоспроможними суб'єктами зовнішнього ринку, але їх позиції там поки що не надто міцні через внутрішні проблеми і коливання кон'юнктури на світовому ринку.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Таким чином, забезпечення конкурентоспроможності є ключовою функцією менеджменту підприємства на всіх етапах його життєдіяльності. Дані про конкурентів і умови конкуренції в галузі потрібні підприємству в першу чергу для того, щоб визначити, в

чому полягають його переваги і недоліки перед конкурентами і зробити висновки для вироблення власної конкурентної позиції і підтримки конкурентної переваги на ринку.

На наш погляд, оцінка конкурентної позиції підприємству потрібно для :

- розробки механізму узгодження з пріоритетними напрямками ЗЕД;
- вдосконалення управління портфелем замовлень;
- розробки організаційно-економічних і технічних заходів по підвищенню програми виходу підприємства на нові ринки збуту.
- вибору підприємством партнера, вітчизняного або зарубіжного, для організації спільного інвестора в перспективне виробництво;
- визначення напрямів інвестування в нові фундаментальні і прикладні розробки.

Список використаної літератури:

1. Алтухова И.Н. Конкурентоспособность украинских предприятий на внешнем рынке [Текст] / И.Н. Алтухова // Вісник Донецького університету, Сер. в. Економіка і право, Вип. 1, 2008. – С. 106 – 111.
2. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення: [монографія / за заг. ред. О. Г. Янкового]. – Одеса: Атлант, 2013. – 470 с.
3. Парахин К.А., Парахина В.Н. Анализ понятия «конкурентоспособность» // Сборник научных трудов СевКа»вГТУ. Серия «Экономика». – 2007. - № 5. – С. 65 – 70.
4. Суркова Т.В. О причинах низкой конкурентоспособности промышленных предприятий России на мировом рынке / Т. В. Суркова // Развитие бизнеса и предпринимательства в условиях трансформации экономики: Вторые Ходыревские чтения: сб. материалов междунар. науч.-практической конф. / под ред. докт. экон. наук., проф. В.Н. Ходыревской; Курск. гос. ун-т, 17 апреля 2012 г. – Курск: «Деловая полиграфия», 2012. – С. 262 – 266.
5. Фаррухи Рахимберди Развитие внешнеэкономической деятельности и конкурентоспособности промышленных предприятий [Текст]: автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / Фаррухи Рахимберди. – Душанбе, 2011. – 24 с.
6. Фатхутдинов Р. А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление: учеб. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Эксмо, 2005. – 544 с.
7. <http://www.avdet.org/node/6614>
8. <http://www.vlant-consult.ru>

В статье исследованы различные подходы к определению понятия конкурентоспособность предприятия, осуществлена попытка к их обобщению. Приведена

классификация видов конкурентоспособности по определенным признакам. Проведен расчет распределения товарных групп продукции по уровню конкурентоспособности.

The different approaches to the definition of competitiveness are researched in this article. And there was an attempt to summarize them. Here are represented the classification of competitiveness types on the defined criteria. The calculation of the commodity product groups distribution was done in the terms of competitiveness.

Відомості про автора

а)прізвище, ім'я, по батькові: Дашутіна Людмила Олександрівна

б)вчене звання: доцент

в)науковий ступінь: к.е.н.

г)місце роботи: СНАУ, кафедра менеджменту ЗЕД та євроінтеграції

д)адреса для листування: 40000, м. Суми, вул. Кірова 160, кафедра Менеджменту ЗЕД та євроінтеграції

а)прізвище, ім'я, по батькові: Лях Світлана Юріївна

б)студентка 5-го курсу факультету менеджменту спеціальності АДМ.