

Дідченко О.І., к.е.н., доцент
доцент кафедри економіки підприємства
Мороз М.А.
Запорізька державна інженерна академія
moroz_m_a@list.ru

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ РИНКОВИХ УМОВАХ

Дідченко О.І., Мороз М.А. Конкурентоспроможність потенціалу підприємства в сучасних ринкових умовах. В статті розглянуто сутність та важливі характеристики економічної категорії «конкурентоспроможність потенціалу підприємства», її рівні та підходи до оцінки. На основі дослідження наукових джерел обґрунтовано найбільш вдале визначення конкурентоспроможності потенціалу підприємства як економічної категорії, яке відбиває всю її важливість для підприємства в сучасних ринкових умовах.

Дідченко О.І., Мороз М.А. Конкурентоспособность потенциала предприятия в современных рыночных условиях. В статье рассмотрены сущность и важные характеристики экономической категории «конкурентоспособность потенциала предприятия», ее уровни и подходы к оценке. На основе исследования научных источников обосновано наиболее удачное определение конкурентоспособности потенциала предприятия как экономической категории, которое отражает всю ее важность для предприятия в современных рыночных условиях.

Didchenko O., Moroz M. Enterprise potential competitiveness in a recent market terms. In this paper the authors consider the nature and characteristics of important economic category of "competitive potential of the company", its levels and approaches to assessment. Based on a study of scientific literature justified the most successful definition of competitiveness potential of the enterprise as an economic category, which reflects its importance for the company in the current market conditions.

Постановка проблеми. У ринковому середовищі справжню цінність для підприємства має лише прогрес порівняно з конкурентами, а не з минулими досягненнями. Така спрямованість підприємства на випереджальний розвиток забезпечує стабільність отримання доходів, утримання та розширення своєї ринкової частки. Таким чином, в умовах сьогодення дослідження питань, пов'язаних з формуванням та підвищенням конкурентоспроможності самих підприємств та їх потенціалів, набуває особливого значення, оскільки конкурентоспроможність фірми залежить від її потенціалу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Певний внесок у розвиток теорії конкуренції здійснили такі вчені, як Д. Рікардо, М. Портер, К.Р. Макконнелл, С.Л. Брю, А.П. Градов, Г.Л. Азоєв, Р.А. Фатхутдінов, Д.Ю. Юданов та ін. Поняття конкуренції та конкурентоспроможності,

запропоновані цими та іншими авторами, охоплюють різні аспекти і, як правило, доповнюють одне одного.

Питання забезпечення конкурентоспроможності потенціалу підприємства висвітлені у працях О.В. Ареф'єва, Л.В. Балабанової, І.Д. Бузько, А.Є. Воронкової, С.О. Іщука, Н.В. Касьянової, І.П. Отенко, В.В. Радченко, В.І. Хомякова, З.Є. Шершньової та ін. Однак неоднозначність концептуальних підходів до трактування самого поняття «конкурентоспроможність», недостатнє опрацювання методологічних і прикладних питань щодо формування та управління конкурентоспроможністю потенціалу підприємства вимагають поглиблення наукових досліджень у цій сфері.

Метою статті є дослідження сутності конкурентоспроможності потенціалу підприємства, основних складових та шляхів його підвищення в сучасних ринкових умовах.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сьогодні перед підприємствами, як вже було зазначено вище, гостро стоїть проблема формування стійких конкурентних переваг на основі найбільш повного взаємоузгодження можливостей підприємств з внутрішнім потенціалом та невикористаними резервами з метою максимальної ефективності роботи підприємств на конкурентному ринку.

Дослідження конкурентоспроможності потенціалу є одним із напрямів маркетингових досліджень і передбачає аналіз та оцінювання окремих сторін діяльності конкурентів, а також стан конкурентного середовища підприємства [1]. Для повного розуміння цієї економічної категорії доцільно розглянути різні підходи до визначення конкурентоспроможності потенціалу підприємства.

В основу формування економічної категорії конкурентоспроможність потенціалу підприємства покладено концептуальні положення теорії конкуренції та теорії потенціалу підприємства. Феномен симбіозу теоретичних і методичних засад двох теорій має бути представлений економічним інструментарієм, який містить поняття конкуренції, конкурентів, конкурентоспроможності, ємності ринку, конкурентних переваг, ринкової ніші тощо. Конкурентоспроможність потенціалу підприємства не є внутрішньою природною якістю системи його взаємопов'язаних ресурсів і може бути оцінена тільки за наявності конкурентів [2]. Виходячи з цих міркувань, Салавеліс Д.Є робить висновок, що конкурентоспроможність потенціалу підприємства як економічна категорія надає порівняльну характеристику та відображає рівень переваги результативних показників оцінки стану системи його ресурсів і можливостей відносно аналогічних показників конкурентів на ринку, а також ураховує взаємодії всіх складових елементів потенціалу підприємства, реально оцінює його позиції на ринку, ринкову частку, можливості стосовно просування продукції, ефективність її збуту. Тобто, автор визначає цю економічну категорію через те, що вона характеризує, яке інформаційне навантаження несе для підприємства, але такий підхід, на нашу думку, є вузьким і не до кінця передає її сутність.

Кравчук Л.Р., Пшебишевська І.В. розглядають конкурентоспроможності потенціалу підприємства з позицій історико-системного підходу і визначають її

як об'єкт управління[3]. З цієї позиції автори пропонують таке визначення: «конкурентоспроможність потенціалу підприємства як об'єкт управління є системою взаємозалежних елементів, яка складається із внутрішнього середовища підприємства, його споживачів і конкурентів, об'єднаних у єдине ціле для виконання завдання забезпечення міцних конкурентних позицій, збереження наявних і нарощування нових конкурентних переваг»[3].

На нашу думку, найбільш вдалим є визначення, наведене Касьяною Н.В: «конкурентоспроможність потенціалу підприємства можна визначити як комплексну порівняльну характеристику потенціалу, яка відбиває ступінь переваги сукупності індикаторів якості використання ресурсів та організації взаємозв'язків між ними, що визначають ефективність потенціалу на певному ринку в певний проміжок часу, щодо сукупності індикаторів підприємств-аналогів»[4]. Крім того, дуже вдалим є підхід авторів Сачинської Л.В та Бедін О.В., які розширюють наведене визначення: «Конкурентоспроможність потенціалу підприємства можна визначити як систематизований комплекс взаємоузгоджених можливостей і ресурсів внутрішнього середовища господарства, який забезпечує:

- отримання переваг в умовах мінливого зовнішнього середовища;
- сприяє досягненню поставлених цілей;
- за раціонального використання ресурсів забезпечує підприємству високий статус»[5].

Важливою характеристикою конкурентоспроможності потенціалу є здатність до адаптації в умовах змін зовнішнього середовища. Швидка адаптація потенціалу має забезпечуватися на основі комплексу інтелектуальних, технічних, технологічних, організаційних та економічних характеристик, які визначають успішну діяльність підприємства на ринку. Відповідно, якщо підприємство має широкий набір компетенції і їх якісний рівень досить високий, то передумови для перемоги в конкурентній боротьбі у нього кращі, а рівень конкурентоспроможності потенціалу є досить високим [4]. Таким чином можна стверджувати, що:

1. Конкурентоспроможність не є іманентною якістю підприємства (тобто його внутрішньою, природною якістю). Вона може бути виявлена й оцінена тільки за наявності конкурентів (реальних або потенційних).

2. Це поняття є відносним, тобто воно має різний рівень стосовно різних конкурентів.

3. Конкурентоспроможність потенціалу підприємства визначається продуктивністю використання залучених до процесу виробництва ресурсів.

4. Рівень конкурентоспроможності потенціалу підприємства залежить від рівня конкурентоспроможності його складових (передусім продукції), а також від загальної конкурентоспроможності галузі та країни [5].

У сучасній економічній літературі пропонується розрізняти чотири основні рівні конкурентоспроможності потенціалу підприємства [4]:

Рівень 1. Для потенціалу цього рівня характерна внутрішньо нейтральна організація управління. Керівник дбає лише про реалізацію виробничого потенціалу, орієнтованого на завантаження виробничих потужностей, не

зважаючи на проблеми конкурентоспроможності та задоволення потреб споживачів. Вважаються зайвими зміна конструкції чи підвищення технічного рівня продукції удосконалення структури та функцій організацій з питань збуту та служби маркетингу, оскільки не враховуються зміни ринкової ситуації та запити споживачів.

Рівень 2. Підприємства з потенціалом другого рівня конкурентоспроможності прагнуть зробити свої виробничі системи "зовнішньо нейтральними". Це означає, що використання наявного потенціалу підприємства забезпечує випуск продукції, яка повністю відповідає стандартам, що встановлені його основними конкурентами. Керівництво такого підприємства не приділяє уваги потенційним можливостям бізнесу, які б забезпечили певні конкурентні переваги.

Рівень 3. Якщо керівники підприємства знають, що потенціал підприємства має дещо інші порівняльні переваги щодо конкуренції на ринку, ніж їхні основні суперники, і намагаються не дотримуватись загальних стандартів виробництва, встановлених у галузі, то потенціал підприємства в цьому разі еволюціонує до третього рівня конкурентоспроможності. Система управління на цих підприємствах починає активно впливати на виробничі системи, сприяє їх розвитку та вдосконаленню.

Рівень 4. Потенціал підприємства досягає четвертого рівня конкурентоспроможності й істотно випереджає потенціал конкурентів за умов, що успіх у конкурентній боротьбі стає не стільки функцією виробництва, скільки функцією управління і залежить від якості, ефективності управління, організації виробництва. Для більшості підприємств-конкурентів набір ресурсів, що використовуються у виробничому процесі, досить однаковий, але ефективність їхнього поєднання у діючій господарській системі різна і залежить саме від якості управління, кваліфікації менеджерів, організаційної структури [4].

Виходячи з наведеного вище в умовах ринкової економіки є нагальна необхідність в управлінні процесом формування конкурентоспроможності потенціалу підприємства. Головним завданням повинно бути створення та підтримка власного конкурентного потенціалу з чіткою орієнтацією на ринкову ситуацію й урахуванням конкурентного ризику, співвідношення витрат на це та вигід. У науковій літературі пропонується така класифікація резервів підвищення конкурентоспроможності підприємства [1]:

1) резерви використання ринкової ситуації: резерви використання податкових пільг; резерви державних дотацій, субсидій кредитів, інвестицій; резерви державних програм із забезпечення конкурентоспроможності; резерви державних програм із забезпечення конкурентоспроможності; резерви правильного вибору цільового ринку та його сегмента; резерви правильного визначення умов діяльності на цільовому ринку;

2) резерви використання організаційного потенціалу: резерви підвищення ефективності реклами; резерви використання науково-технічного потенціалу підприємства (рівень патентно-правової роботи, якість продукції, диференціація товару, підвищена увага до надійності товару, вивчення заходів

конкурентів з удосконалення аналогічних товарів, економічність, надійність, дизайн); резерви сертифікації; резерви з поствиробничого обслуговування;

3) резерви використання виробничо-технологічного потенціалу підприємства: резерви використання основних фондів (резерви використання виробничих площ, резерви використання інструментів і пристосувань, резерви використання сировини, матеріалів, устаткування); резерви вдосконалення технології виробництва; резерви вдосконалення матеріально-технічного забезпечення; резерви поліпшення монтажних і пусконаладжувальних робіт; резерви поліпшення навантажувальних робіт і транспортних послуг;

4) резерви використання стратегічного потенціалу: резерви маркетингового потенціалу підприємства; резерви підвищення конкурентного середовища підприємства; резерви впровадження стратегічного управління на підприємстві в довгостроковому періоді.

Для оцінки конкурентоспроможності потенціалу підприємства в зарубіжному бізнесі використовуються різноманітні методи [5].

За напрямком формування інформаційної бази можна виділити критеріальні та експертні методи оцінки. Критеріальні методи за інформаційну базу беруть абсолютні (натуральні або вартісні) значення ключових показників. За належного інформаційного забезпечення ці методи є найточнішими. Експертні методи прості у використанні, не потребують збирання повної інформації про конкурентів, оскільки базуються на думці досвідчених фахівців. Проте перевага таких методів є водночас і їхнім недоліком, бо іноді суб'єктивізм експертів може спотворювати результати оцінки.

За способом відображення кінцевих результатів виокремлюють графічні, математичні та логістичні методи оцінки. Графічні методи забезпечують найвищий рівень сприйняття кінцевих результатів оцінки, інтерпретованих у графічних об'єктах (рисунок, графіках, діаграмах та ін.). Математичні методи базуються на факторних моделях оцінки, які полягають у розрахунку одного (інтегрального) показника або кількох цифрових значень показників, за якими формується остаточна оцінка. Ці методи вважають найточнішими, хоч іноді вони потребують складних, математичних обчислень, тобто спеціальної підготовки працівників. Логістичні методи є алгоритмізованими методами оцінки, які базуються на логічних припущеннях.

За можливістю розробки управлінських рішень існують одномоментні та стратегічні методи оцінки. Одномоментні методи – це, по суті, статичні методи, вони оцінюють тільки фактичний стан справ, не забезпечуючи можливості розроблення заходів на перспективу. Стратегічні методи уможливають не тільки оцінку стану конкурентоспроможності потенціалу підприємства на конкретну дату, а й розроблення стратегічних заходів з поліпшення цього потенціалу [5].

Висновки та пропозиції. Вимоги сучасного ринкового середовища, що характеризується підвищенням конкурентної боротьби в умовах глобалізації економічного простору, середовища ставлять перед будь-яким підприємством завдання зміцнення власного потенціалу та розробки конкуренто орієнтованих стратегій. Формування та підтримка конкурентного потенціалу має спиратися

на системно-комплексний підхід, упереджувальний, тактичний та стратегічний характер поведінки організаційних формувань у конкурентному середовищі з урахуванням конкурентного ризику, співвідношення витрат на це та вигід.

Конкурентоспроможність окремих елементів конкурентного потенціалу при збалансованій організаційній взаємодії має забезпечувати їх синергізм. Тому забезпечення конкурентних переваг та можливостей їх формування має спиратися на адекватну систему управління ними з повним розумінням сутності поняття «конкурентоспроможність потенціалу підприємства».

Список літератури:

1. Циганок О.О. Потенціал підприємства та резерви підвищення конкурентоспроможності [електронний ресурс] / О.О. Циганок // Науково-виробничий журнал : Держава та регіони. Серія : Економіка та підприємництво. – Запоріжжя : ДВНЗ КПУ, 2009, – № 4. – Режим доступу : http://archive.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/Dtr_ep/2009_4/files/EC409_43.pdf.

2. Салавеліс Д.Є. Конкурентоспроможність потенціалу цементного виробництва в країнах світу [електронний ресурс] / Д.Є. Салавеліс // Вісник Хмельницького національного університету : Науковий журнал. – Хмельницький : ДВНЗ ХНУ, 2009. – Режим доступу : <http://dSPACE.oneu.edu.ua/jspui/bitstream>.

3. Кравчук Л.Р. Конкурентоспроможність потенціалу підприємства в ринкових умовах господарювання [електронний ресурс] / Л.Р. Кравчук, І.В. Пшебишевська. – Режим доступу : http://www.rusnauka.com/36_PWMN_2010/Economics/76983.doc.htm.

4. Касьянова Н.В. Потенціал підприємства: формування та використання : підручник / Н.В. Касьянова, Д.В. Солоха, В.В. Морєва та ін. – К. : В-во «Центр учбової літератури», 2013. – 248 с.

5. Сачинська Л.В., Бедін О.В. Формування конкурентоспроможності потенціалу підприємства та його оцінка [електронний ресурс] // Економічні науки. Серія : Облік і фінанси. Збірник наукових праць. – Луцьк : ДВНЗ Луцького національного технічного університету, 2012. – Режим доступу : http://archive.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/en_oif/2012_9_3/33.pdf.

Ключові слова: конкуренція, конкурентоспроможність, конкурентні переваги, потенціал підприємства, методи оцінки.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентоспособность, конкурентные преимущества, потенциал предприятия, методы оценки.

Key words: competition, competitive, competitive advantages, potential businesses, methods of assessment.

Надійшла до редакції 08.11.2013 р.

Рецензент: к.е.н., доцент Єлець О.П.