

Конкурентоспроможність як комплексний показник ефективності розвитку

Проблему потенційних можливостей підприємства в конкурентній боротьбі представляє в економічній науці велика категорія – конкурентоспроможність підприємства.

Підвищеною популярністю наукової спільноти ця категорія почала користуватися у 60-і роки двадцятого сторіччя. При цьому і досі кожен новий дослідник вкладає в поняття «конкурентоспроможність» свою систему позначень. Тому дотепер немає загальноприйнятої термінології цього поняття. Ми спробували узагальнити основні концепції визначення конкурентоспроможності у таблиці 1.

Поняття «конкурентоспроможність» підприємства введене в науковий простір М.Е. Портером, який вважав його базовим елементом в управлінні організацією. По Портеру організація існуватиме доти, поки вона утримує конкурентну перевагу над конкурентами на ринку. Конкурентна перевага характеризується їм як «продуктивність використання ресурсів», де критерієм виступає рентабельність виробництва. Конкурентні переваги існують тоді, коли підприємство може одержати рентабельність вище середньої для даної галузі або сегмента ринку. Конкурентна перевага визначається набором характеристик, властивостей товару або послуг, що створюють визначену перевагу над конкурентами. При цьому вона може бути як внутрішньою, так і зовнішньою стосовно підприємства. Внутрішня перевага базується на перевазі підприємства по витратах виробництва, управлінню створенням «цінності для виробника» і нижчої собівартості, ніж

у конкурентів, а також на активному впровадженні інновацій і необхідних інвестицій. Зовнішня конкурентна перевага збільшує здатність підприємства змусити ринок приймати ціну товару, більш високу, ніж у конкурентів, але таких що не забезпечили відповідної якості.

Таблиця 1

Основні концепції визначення конкурентоспроможності

Автори	Основні положення концепції
Герчикова И.Н	Визначає конкурентоспроможність комплексом економічних характеристик, що визначають положення фірми (підприємства) на галузевому ринку (національному або світовому). Цей комплекс може включати характеристики товару, обумовленого сферою виробництва, а також фактори, що формують у цілому економічні умови виробництва і збуту товарів фірми
Градов А.П.	Під конкурентоспроможністю розуміє «порівняльну перевагу фірми (підприємства) стосовно інших фірм даної галузі усередині країни і за її межами»
Зав'ялов П.С.	Вважає, що «конкурентоспроможність є концентроване вираження економічних, науково-технічних, виробничих, організаційно-управлінських, маркетингових та інших можливостей країни (як і будь-якого конкретного товаровиробника), що реалізуються в товарах і послугах, успішно конфронтуючим конкуруючим аналогам, як на внутрішньому, так і на зовнішніх ринках»
Калугіна С.А.	Визначає конкурентоспроможність стабільною можливістю задовольнити визначені запити покупців краще конкурентів і завдяки цьому успішно продавати свою продукцію з прийнятними фінансовими результатами
Липсиц И.В.	Під конкурентоспроможністю підприємства розуміє «можливість виграти змагання на ринку з товарами, виготовленими іншими підприємствами, за рахунок більш повної відповідності вимогам або грошовим можливостям покупців»
Питер Р. Дикинсон	Конкурентоспроможність показує наскільки продуктивна й ефективна фірма стосовно конкурентів, посередників і в обслуговуванні

	замовників». Продуктивність пов'язана з якістю товарів, що випускаються, займаною часткою ринку і прибутковістю; ефективність – зі швидкістю відповідної реакції та економією витрат
Селезньова А.	Конкурентоспроможність підприємства – це «обумовлене економічними, політичними, соціальними факторами положення товаровиробника (або країни) на внутрішньому або зовнішньому ринках, відображене через показники (індикатори), що адекватно характеризують такий стан і його динаміку»
Соловйов Б.А.	Конкурентоспроможність підприємства являє собою відносну характеристику, що відображає відмінності процесу розвитку даного підприємства від підприємства-конкурента як по ступені задоволення своїми товарами (послугами) конкретної виробничої або особистої потреби, так по ефективності виробничої діяльності
Плеханов	Конкурентоспроможність – «змагальна» здатність здійснювати свою діяльність в умовах ринкових відносин і одержувати при цьому прибуток, достатній для науково-технічного удосконалювання виробництва, стимулювання працівників і підтримки працівників (їхньої роботи) на високому якісному рівні

Як видно з таблиці 1, питанню вивчення конкурентоспроможності приділено багато уваги і кожен автор намагається охарактеризувати це комплексне поняття, використовуючи досить різноманітні підходи. Ряд авторів вважає, що конкурентоспроможність – властивість виробничої соціально-економічної системи задовольняти потреби ринку і розвиватися під впливом внутрішніх і зовнішніх факторів.

Найбільш загальним визначенням конкурентоспроможності підприємства, на наш погляд, може бути наступне: конкурентоспроможність являє собою комплекс економічних характеристик, орієнтованих на потреби споживачів і можливості конкурентів, знання стану та тенденцій розвитку ринку, уміння створювати такий товар і так доводити його до споживачів, що

вони віддають перевагу йому по відношенню до всіх інших товарів конкурентів.

Проблемі управління конкурентоспроможністю і впровадження стратегічного менеджменту в діяльність українських підприємств присвячено безліч статей і наукових конференцій. Однак більшість керівників українських підприємств або зовсім не сприймають стратегічне управління як один з ефективних засобів управління конкурентоздатністю і вважають витрати на нього недоцільними, або віддають йому другорядну роль поточних проблем. У кращому випадку розробляються лише елементи стратегії, але ж відсутність цілісної стратегії управління конкурентоспроможністю підприємства приводить до того, що, навіть володіючи сучасними інноваційним потенціалом і сучасними технологічними потужностями, підприємства зазнають збитків. Усе це, природно, негативно позначається на функціонуванні підприємства і його іміджі в цілому.

Серед основних факторів конкурентоспроможності найчастіше виділяють: внутрішній макроекономічний потенціал; рівень управління з позиції нововведень; прибутковість і відповідальність; науково-технічний потенціал; ступінь участі в міжнародному поділі праці, у торгівлі і потоці інвестицій; ступінь впливу урядової політики на створення конкурентного середовища; якість і ефективність фінансової системи; стан інфраструктури; стан і кваліфікація трудових ресурсів; соціально-економічна і внутрішньополітична ситуація.

Слід особливо зазначити, що в економічній літературі, у тому числі й у закордонній, конкурентоспроможність інтерпретується по-різному в залежності від характеру об'єкта, до якого це поняття відноситься. Специфічні ознаки і фактори динаміки конкурентоспроможності по рівнях ієрархії управління: підприємство — галузь — регіон — національна економіка.

Найбільш повне поняття конкурентоспроможності вивчене і структуроване на рівні підприємства, діяльність якого здійснюється в умовах відкритого ринку. Складніше піддається сприйняттю поняття конкурентоспроможності на макрорівні, тому що воно відбиває позиції національної економіки та її здатність їх зміцнювати — нарощувати темпи економічного росту, підвищувати рівень зайнятості населення і збільшувати реальні доходи громадян [4, с.197].

Ряд авторів вважають заслугою М. Портера аналіз конкурентоздатності країни, основними показниками якої повинні бути рівень життя і рівень суспільної продуктивності праці (у дореформений період промисловість нашої країни характеризувалася рівнем продуктивності праці в порівнянні зі США і Японією, а також сальдо зовнішньоторговельного балансу).

М. Портером були сформульовані чотири детермінанти конкурентних переваг, серед яких: параметри виробничих факторів; параметри внутрішнього попиту; наявність конкурентоспроможних на світових ринках родинних або підтримуючих галузей; стратегія фірм, їхня структура і суперництво. При цьому необхідно враховувати умови в країні, що визначають як характер створення організацій та управління ними, так і особливості конкуренції на внутрішньому ринку, наявність конкурентного середовища, що забезпечує можливість проривних винаходів і технологій, а також політикові уряду і її відповідність стадії розвитку конкурентних переваг. М. Портер також виділив стадії факторних, інвестиційних і інноваційних переваг.

Забезпечення макроекономічної конкурентоспроможності є однією з головних цілей розвитку всієї господарської системи країни. Досить актуальними для нашої держави постають розробка і початок реалізації програми підйому рівня її конкурентоспроможності. Ця програма повинна охоплювати як макро-, так і мезо- і мікрорівень конкурентоспроможності і доповнятися зовнішньоекономічною стратегією України. Значну роль у розвитку зовнішньої торгівлі конкурентоспроможною продукцією може

зіграти участь України в діяльності СОТ. Як відомо, головною метою СОТ є лібералізація торгівлі шляхом поступового усунення дискримінації, зниження митних тарифів, скасування ряду нетарифних обмежень і проведення інших торгово-політичних заходів на багатобічній основі.

Світовий досвід свідчить, що бездумне використання ринкової версії капіталізму ХІХ ст. рідко спрацьовує в умовах національних економік цілого ряду країн, особливо, слаборозвинених. Підвищення конкурентоздатності в значно більшій мірі виявляється при наявності великих промислових центрів. Тому з урахуванням будь-яких нових умов вони повинні бути основою індустріалізації й економічної моці країни. [5, с.16].

Не можна не помітити, що роль великих корпорацій особливо результативно виявляється при координації їхньої діяльності з малими і середніми підприємствами на основі коопераційних зв'язків. І досвід таких країн як Японія і Німеччина, найбільш переконливо це підтверджує. Наприклад, німецька модель державного регулювання, висока дієздатність якої була досить переконливо підтверджена при реіндустріалізації Східної Німеччини, передбачає за державою наступні функції [5, с.18]:

- забезпечення необхідної частки нагромадження;
- формування належної структури виробництва і високої ефективності нового промислового капіталу;
- забезпечення нових робочих місць нової по кваліфікації робочою силою;
- здійснення в технологічно найбільш передових промислових комплексах повної модернізації (через кожні чотири-п'ять років) виробничого апарата.

Вирішені в 1996 р. у Німеччині проблеми організації праці, модернізації устаткування і технологій, номенклатури виробленої продукції, укомплектованості підприємств і організацій кваліфікованою робочою силою і створення мережі обслуговування споживачів визначили необхідність

концентрації зусиль на рішенні головної проблеми — забезпечення пріоритету вищого рівня конкурентоспроможності [6, с. 21].

Таким чином, можна зробити висновок, що конкурентоспроможність є основним важелем і засобом конкуренції, представляє собою категорію суспільного розвитку, що виявляється в суперництві суб'єктів для досягнення визначених цілей [7]. Якщо ж розглядати конкурентоспроможність промислової продукції, то це — техніко-економічна категорія, оцінювана сукупністю технічних і економічних показників, факторів і умов. До технічних показників, факторів і умов можна віднести якість продукції, у тому числі її надійність, ергономічність, ремонтпридатність, екологічність, безпеку, а також дизайн і умови передпродажного і після продажного обслуговування та сервісу. До економічних показників відносять рейтинг (престижність) продукції при внутрішній і зовнішній конкуренції на основі сумлінної інформації і реклами, патентна чистота, попит, витрати виробництва, рентабельність, ціна, лізинг, ефективність використання основного капіталу, умови платежів і постачань, ефективність інноваційно-інвестиційних процесів, фактори вибору ринку і технології маркетингового просування продукції на ринок, вартість експорту, рівень мита, прибуток і ін.

Основними факторами забезпечення конкурентоспроможності промислової продукції залишаються кадри і їхня кваліфікація; якість праці, ефективне організаційно-економічне управління промисловістю, системи управління якістю інноваційних процесів і виготовлення продукції, технології виробництва й устаткування, підтримка якості (ремонтні служби, сервіс), технологія збору й обробки інформації, стандартизація і сертифікація продукції, іпотечне кредитування, інвестування, використання інформаційно-маркетингової системи прогнозування кон'юнктури ринку, управління ризиками, функціонально-вартісної аналіз.

Література

1. Булгакова Л. М. Научные подходы к определению конкурентоспособности предприятия / Л. М. Булгакова // Формирование рыночных отношений в Украине. – 2005. – №11 (54). – С. 76-79.
2. Корпоративный менеджмент : Програма дисципліни. – М.: РЭА им. Плеханова. – 1998. – 60 с.
3. Послання Президента України до Верховної Ради України «Європейський вибір. Концептуальні засади стратегії економічного та соціального розвитку України на 2002-2011 роки» // Урядовий кур'єр. – 2002. – № 100.
4. Э. Минько Качество и конкурентоспособность / Минько Э., Кричевский М. – Питер, 2004. – 272 с.
5. Фатхутдинов Р. А. Конкурентоспособность : экономика, стратегия, управление / Р. А.Фатхутдинов. – М. : ИНФРА-М. – 2000. – 312 с.
6. Фатхутдинов Р. А. Управление конкурентоспособностью организации : учебное пособие / Р. А.Фатхутдинов. – М. : Издательство Эксмо, 2004. – 544 с.
7. Ступак С. М. Управління інноваційним розвитком підприємства в нестабільному ринковому середовищі / С. М. Ступак // Вісник соціально-економічних досліджень. – Одеса : ОДЕУ, 2007. – Вип. 26 (62). – С. 149-154.

Резюме

Проблеми росту конкурентоспособности и влияния ее факторов на социально-экономическое развитие сегодня приобретает наиболее важное значение. Современное экономическое развитие характеризуется ведущим значением технико-технологических факторов, являющихся главным материальным источником экономического роста. Внедрение новых

технологий стало основным средством повышения эффективности производства, улучшения качества товаров и услуг, а также ключевым условием конкурентоспособности как предприятий, региона, так и страны в целом.