

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-68-168>

УДК 338.3

ДО ПИТАННЯ СУТНОСТІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

ON THE ISSUE OF THE ESSENCE OF COMPETITIVENESS OF THE ENTERPRISE

Вовк Євгеній Олександрович

кандидат економічних наук,

Голова Правління

ПрАТ «КУА АПФ «Куб»

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6478-9491>

Бесп'ятчук Віталій Вікторович

студент,

Інститут вищої освіти

Державного торговельно-економічного університету

ORCID: <https://orcid.org/0009-0004-1951-376X>

Vovk Yevgenii

KUA APF «KUB»

Bespyatchuk Vitaliy

Institute of Higher Qualification

of the State University of Trade and Economics

У статті приділена увага питанням конкурентоспроможності підприємства. Автор виходив з того, що конкуренція є одним із найбільш важливих рушійних механізмів для сучасного підприємця. Саме конкуренція в найбільш узагальненому варіанті є мотиваційним чинником для ефективного підприємництва та визначником ефективності та результативності діяльності бізнес-одиниці. Зважаючи на це, конкурентоспроможність характеризує здатність економічних агентів функціонувати у мінливому середовищі. В статті проведено компаративний аналіз позицій провідних вчених щодо сутності поняття «конкурентоспроможність». Зазначено, що конкурентоспроможність характеризується наявністю багатьох підходів і відповідно, множинністю критеріїв для її оцінки. Автором підкреслюється, що конкурентоспроможність є динамічною величиною, тому управління конкурентоспроможністю має враховувати зміни внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства.

Ключові слова: підприємство, конкуренція, управління підприємством, конкурентоспроможність, управління конкурентоспроможністю, внутрішнє середовище підприємства, зовнішнє середовище підприємства.

The article is devoted to the issues of competitiveness of the enterprise. The author proceeded from the fact that competition is one of the most crucial driving mechanisms for a modern entrepreneur. Competition, in the most generalized version, is a motivational factor for practical entrepreneurship and a determinant of the efficiency and effectiveness of the business unit. Given this, competitiveness characterizes the ability of economic agents to function in a changing environment. The article provides a comparative analysis of the positions of leading scientists on the essence of the concept of «competitiveness». It is noted that competitiveness is characterized by the presence of many approaches and, accordingly, a plurality of criteria for its assessment. It is argued that the difference in theoretical approaches to the essence of competitiveness also determines the existence of many methodological approaches to determining its level. The author emphasizes that competitiveness is a dynamic value. Therefore, competitiveness management must take into account changes in the internal and external environment of the enterprise. It is argued that the concept of competitiveness is being transformed immanently to the processes taking place in the global economy. The most indicative in this context are the processes of informatization and digitalization. In particular, the article emphasizes that in recent decades information and knowledge have become a full-fledged production resource for enterprises. Accordingly, the knowledge management system is becoming a full-fledged subsystem of corporate governance and determines the change in approaches to assessing competitiveness. Similarly, the competitiveness of a business unit is influenced by technological progress, because access to technologies in all industries is the key to market success. The article emphasizes that the competitiveness of an enterprise, although it characterizes

its market positioning, is largely determined by its internal environment. Accordingly, due to a combination of various factors, an enterprise can both achieve progress in competitiveness and lose in its assessments.

Keywords: enterprise, competition, enterprise management, competitiveness, competitiveness management, internal environment of the enterprise, external environment of the enterprise.

Постановка проблеми. Поняття «конкурентоспроможність» міцно увійшло у теорію та практику сучасного корпоративного управління. В сучасній інтерпретації саме здатність бізнес-одиниці повною мірою реалізувати свої переваги у конкурентній боротьбі визначає в кінцевому випадку її виживання та успіх. Якраз тому конкурентоспроможність, її кількісні та виміри є об'єктом уваги як для менеджменту крупних компаній, так і для малого та середнього бізнесу. В той же час, процеси, що відбуваються у глобальній економіці змішують інакше поглянути на конкурентоспроможність та фактори, які її визначають. Відповідно, існуючі концептуальні засади та теоретичні концепції конкурентоспроможності мають бути актуалізовані.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика конкурентоспроможності підприємств розглядалася в наукових працях В. Андрійчука, П. Беленького, А. Воронкової, М. Портера, Н. Тарнавської, С. Ярошенко та багатьох інших авторів.

Мета статті доповнити існуючі теоретичні положення щодо сутності та змістовних характеристик конкурентоспроможності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Насамперед, варто зазначити, що, незважаючи на розробленість цієї проблематики, досі в наукових триває гостра дискусія і щодо сутності конкурентоспроможності, і щодо її ознак, і щодо існуючих методик оцінювання. В межах однієї наукової статті надзвичайно складно охопити весь існуючий спектр думок щодо конкурентоспроможності. Більше того, можна цілком аргументовано стверджувати, що поняття «конкурентоспроможність» є надзвичайно мозаїчним та багатограним, що суттєво ускладнює його аналіз.

Акцентуємо на найбільш поширених наукових підходах з цього приводу. Так, в науковій праці одного із класиків сучасної економічної думки, М. Портера, наводиться такий підхід: «Конкурентоспроможність – властивість товару, послуги, суб'єкта ринкових відносин виступати на ринку на рівні з аналогічними товарами, послугами або конкуруючими суб'єктами ринкових відносин, що присутні на ринку [1]. Як бачимо, в такому підході термін «конкурентоспроможність» застосовується

для товарів/послуг, а також, до суб'єктів ринкових відносин. Фактично, в цьому випадку мова йде про порівняння властивостей товарів, послуг, фірм з аналогічними товарами, послугами та фірмами на ринку.

Варто звернути увагу і на позицію Н. Тарнавської, яка характеризує конкурентоспроможність як здатність «... у реальному масштабі часу та у перспективі формувати і використовувати систему знань, умінь і навичок спільного зі споживачем створення принадливого для нього продукту, випереджаючи за часом теперішніх і можливих конкурентів» [2].

На наш погляд, привабливими рисами цієї наукової позиції є наступні. По-перше, Н. Тарнавська розглядає конкурентоспроможність і в реальному режимі часу, і в перспективі. Такий підхід є надзвичайно важливим, адже сучасна глобальна економіка, завдяки різноманітним технологіям, характеризується суттєвим зменшенням ролі фактору простору та прискоренням економічних процесів та операцій. В цьому ж контексті треба розглянути і динамічність, як характеристику конкурентоспроможності. Відомо багато випадків, коли підприємство за лічені дні (а інколи, навіть години) втрачало свої ринкові позиції. По-друге, авторка акцентує на тому, що порівнювати підприємство треба не тільки з існуючими конкурентами, але й і з тими, які ще тільки з'являться на ринку. Особливо важливим є такий підхід на ринках окремих товарів та послуг, специфіка яких формує передумови для швидкої появи на цьому сегменті нових конкурентів. Такий, «стратегічний» підхід до конкурентоспроможності є чинником, який «змушує» сучасні підприємства постійно вдосконалюватися та розвивати власну систему управління конкурентоспроможністю. Насамкінець, Н. Тарнавська наголошує на важливості співпраці зі споживачем товарів та послуг для забезпечення конкурентоспроможності.

В наступній науковій позиції акцент робиться на продукції, що її виробляє підприємство, тому конкурентоспроможність характеризується як «... здатність підприємства виробляти конкурентоспроможну продукцію і забезпечувати її збут» [3]. На наш

погляд, можна говорити як про переваги, так і про недоліки цієї наукової позиції. Незважаючи на свою лаконічність, вона містить надзвичайно важливий елемент, який характеризує конкурентоспроможність бізнес-одиниці – це здатність виробляти продукцію, в купівлі якої зацікавлені споживачі. Фактично, тут ототожнюється конкурентоспроможність продукції та конкурентоспроможність самого підприємства.

В цілому не заперечуючи високого ступеня залежності між цими поняттями, зауважимо, що виробництво та збут важливий, але не єдиний складник корпоративної стратегії сучасного підприємства. Його фінансова та інвестиційна діяльність мають не меншу значимість з погляду забезпечення конкурентоспроможності. Особливо, зважаючи на невинні процеси фінансиалізації сучасної глобальної економіки. В умовах швидкого розвитку фінансових технологій, компанія, акції якої котируються на провідних біржах світу, буквально за хвилини може втратити значну частину своєї ринкової капіталізації. Відповідно, таке падіння негативно позначиться і на її конкурентоспроможності. Аналогічний висновок можна зробити і щодо інвестиційної діяльності будь-якої фірми, адже від ефективності здійснених вкладень багато в чому залежить і успіх чи провал виробничої та збутової діяльності.

В цьому контексті варто звернути увагу на позицію П. Беленького, який вказує: «Конкурентоспроможність підприємства є показником узагальнювальним, який відображає дієвість всього комплексу механізмів господарювання, і до дослідження проблем його забезпечення потрібно підходити комплексно з урахуванням усіх факторів і механізмів» [4].

Можна цілковито погодитися з висновком, що конкурентоспроможність підприємства діє узагальнюючу характеристику його діяльності та спроможності виграти конкурентну боротьбу. Відповідно, і процес управління конкурентоспроможністю підприємства має комплексний характер. Не може підприємство, яке претендує на статус успішного, ігнорувати той чи інший фактор свого внутрішнього чи зовнішнього середовища. Таким чином, можна зробити висновок, що управління конкурентоспроможністю охоплює усі без виключення функціональні підстратегії корпоративної стратегії сучасного підприємства.

Досить розгорнуте визначення конкурентоспроможності підприємства наведено в праці С. Ярошенко. Зокрема, зазначається: «...підприємства конкурентоспроможні, якщо вони

можуть більш тривалий період часу відстоювати власні переваги на ринку завдяки наявності ефективнішої стратегії або здатності функціонувати в довгостроковому періоді на ринку й отримувати при цьому прибуток, після перерозподілу якого залишиться можливість для вдосконалення виробництва, підтримання якості продукції та стимулювання робітників [5].

В цьому розгорнутому визначенні варто виділити наступні ключові моменти: по-перше, в основі конкурентоспроможності підприємства лежить його загальна стратегія, а не окремі функціональні підстратегії; по-друге, конкурентоспроможність характеризується тривалістю позицій компанії на відповідному ринку; по-третє, конкурентоспроможність має досить чіткий кількісний індикатор у вигляді прибутку.

Зазначимо, що хоча доцільність оцінки конкурентоспроможності на основі показника прибутку можна поставити під сумнів, багато науковців акцентують на його ролі, як ключового фінансового індикатора. Зокрема, знаходимо таке твердження: «Конкурентоспроможність – це властивість суб'єкта ринкових відносин, яка виявляється в процесі конкуренції і дозволяє зайняти свою нішу в ринковому господарстві для розширеного відтворення, що передбачає покриття всіх витрат виробництва і отримання прибутку від господарської діяльності [6].

Чому не тільки прибуток можна розглядати в якості кількісного показника, за допомогою якого вимірюється конкурентоспроможність? Це питання напряму пов'язане з сучасними концепціями цілеутворення в корпоративному менеджменті. Зауважимо, що останніми десятиліттями відбулася суттєва трансформація наукових поглядів в цьому контексті, визначена тим фактом, що добробут власників (акціонерів) підприємства розглядається в якості ключової цілі для корпорацій. Більше того, в цьому питанні бізнес-одиниці не мають ігнорувати і роль соціальних чинників, адже беззастережна домінанта прибутку в якості мети діяльності може призвести до гострого конфлікту із суспільними інтересами.

Досить часто, аналізуючи конкурентоспроможність, науковці виділяють її рівні [7, с. 25]:

- мікрорівень (продукція, виробництво, підприємство);
- мезорівень (корпоративні об'єднання, галузі, сектори, регіони);
- макрорівень (національне господарство, економіки країн).

Зазначимо, що надзвичайно багато наукових праць присвячено питанням конкурентоспроможності країни та її національної економіки. У цьому зв'язку потрібно зазначити, що конкурентоспроможність національної економіки беззаперечно впливає на конкурентоспроможність підприємства. Це визначено серед іншого тим фактом, що стан національної економіки формує зовнішнє середовище фірми, в якому вона і реалізує свій потенціал конкурентоспроможності. Недарма досить очевидно є думка, що стан національної економіки може як позитивно, так і негативно впливати на стан бізнесу в окремо взятій країні. Більше того, на рівні національних економічних політик значна увага приділяється регуляторним заходам, які спрямовані на покращення середовища функціонування бізнесу та його конкурентоспроможності.

Також треба зазначити, нині відбуваються складні глибинні процеси, які визначають і зміни в оцінці, насамперед, факторів, які визначають конкурентоспроможність економічних агентів загалом та підприємств – зокрема. Сучасна глобальна економіка характеризується кількома визначальними процесами, серед яких, насамперед, треба виділити інформатизацію, технологізацію, мережевізацію, креативізацію, диджиталізацію. Ці процеси не просто характеризують економічні тенденції, вони фактично детермінують принципово новий формат економічних відносин.

Відповідним чином трансформуються і конкурентні механізми, а з ними і сутнісні прояви конкурентоспроможності. Справа в тому,

що і останні десятиліття інформація та знання перетворилися на повноцінний економічний ресурс, володіння якими стає запорукою успіху у конкурентній боротьбі. Через призму цього треба розглядати і наявність у підприємства технологій, які допомагають збирати, обробляти та використовувати інформацію та знання. В результаті виникає гостра конкуренція за інформацію, а ефективна інформаційна стратегія фірми стає запорукою підвищення конкурентоспроможності. Тенденції до поступової постіндустріалізації глобальної економіки почали формуватися ще у середині ХХ ст., проте саме зараз вони найбільш повно характеризують ті тенденції, що їй будуть притаманні у стратегічній перспективі.

Висновки. Конкурентоспроможність є складним множинним поняттям, в якому віддзеркалено здатність бізнес-одиниці отримати переваги у конкурентній боротьбі на ринку. Поняття «конкурентоспроможність» є надзвичайно множинним і саме тому у фаховій літературі тривають дискусії щодо його змісту. Поряд з цим, конкурентоспроможність характеризує усі без винятку сторони та сфери діяльності сучасного підприємства. Це не тільки виробництво та збут, але й фінансова та інвестиційна діяльність. Процеси, що притаманні глобальній економіці змушують під іншим кутом зору подивитися на конкурентоспроможність підприємства. В сучасній конкурентній боротьбі важливу роль відіграє здатність бізнес-одиниці ефективно управляти такими важливими стратегічними ресурсами як інформація та знання.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Porter M. E. *The Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. NY: Free Press, 1998. 422 p.
2. Тарнавська Н. *Управління конкурентоспроможністю підприємства теорія, методологія, практика*: Тернопіль: Економічна думка, 2008. 570 с.
3. Андрійчук В. *Економіка аграрних підприємств*. Київ : КНЕУ, 2002. 624 с.
4. Бєленький П. Дослідження проблем конкурентоспроможності. *Вісник НАН України*. 2007. № 5. С. 9-18.
5. Ярошенко С. Принципи конкурентноздатності сфери матеріального виробництва. *Регіональні перспективи*. 1998. № 1(2). С. 37–39.
6. Діагностика стану підприємства: теорія і практика. За ред. А. Воронкової. Харків : ІНЖЕК, 2006. 448 с.

REFERENCES:

1. Porter M. E. (1998) *The Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. NY: Free Press. 422 p.
2. Tarnavska N. (2008) *Upravlinnia konkurentospromozhnosti pidpriemstva : teoriia, metodolohiia, praktyka* [Enterprise competitiveness management: theory, methodology, practice]: Ternopil: Ekonomichna dumka. 570 p. (in Ukrainian)

3. Andriichuk V. (2002) *Ekonomika ahrarnykh pidpriemstv* [Economics of agricultural enterprises]. Kyiv: KNEU. 624 p. (in Ukrainian)
4. Bieliienkyi P. (2007) Doslidzhennia problem konkurentospromozhnosti [Research on competitiveness issues]. *Visnyk NAN Ukrainy*, vol. 5. pp. 9–18. (in Ukrainian)
5. Iaroshenko S. (1998) Pryntsypy konkurentnozdatnosti sfery materialnoho vyrobnytstva [Principles of competitiveness in the sphere of material production]. *Rehionalni perspektyvy*, vol. 1(2), pp. 37–39. (in Ukrainian)
6. Voronkova A. (2006) Diahnastyka stanu pidpriemstva: teoriia i praktyka [Diagnostics of the state of the enterprise: theory and practice]. Kharkiv: INZhEK, 448 p. (in Ukrainian)