

Теоретичні засади дослідження змісту конкурентоспроможності підприємства

**Мельник І.О., к.е.н., доцент, Котов А.В, магістрант
Миколаївський національний аграрний університет**

Проблема підвищення конкурентоспроможності підприємств є в даний час однією з найбільш актуальних завдань фундаментальних і прикладних досліджень в економіці. Одним з найважливіших факторів, що визначають розвиток форми і методів конкурентної боротьби, є глобалізація. У процесі глобалізації надзвичайно загострилася конкуренція між підприємствами за ринки збуту своїх товарів, іноземні інвестиції, інновації та нові технології. Глобалізація є незворотній процес, істотно змінює умови господарювання підприємств. Результатом дії механізму конкуренції є селекція товаровиробників, заснована на їх конкурентоспроможності, володінні ключовими ресурсами, компетенціями. У зв'язку з цим виникає проблема забезпечення конкурентоспроможності підприємств в нових умовах, що визначаються процесом глобалізації.

Посилення конкуренції між підприємствами на різних ринках товарів і послуг поставило питання про дослідження основних характеристик конкурентоспроможного розвитку підприємств, факторів, що впливають на їх конкурентоспроможність і можливості підвищення конкурентоспроможності підприємств в умовах міжнародного поділу праці. Таким чином, з теоретичної та прикладної точок зору актуальною стає розробка системи формування конкурентоспроможності підприємств, створення методики оцінки конкурентоспроможності підприємств і розробка заходів щодо підвищення конкурентоспроможності промислових підприємств в умовах глобалізації.

Теоретичним, методичним і прикладним дослідженням конкурентоспроможності присвячені наукові праці багатьох видатних економістів – Ансофф І., Ас-сель Г., Асхайм Б., Вірсема Ф., Данніг Дж., Ізаксен

А., Каплінські Р., Перес К., Портер М., Райнерт Е., Фрімен К., Хамфрі Дж., Х.Шмітц, М.Енрайт і ін.

У сучасній економічній теорії прийнято розрізняти кілька аспектів конкурентоспроможності: конкурентоспроможність товарів, конкурентоспроможність товаровиробників (фірм, підприємств), конкурентоспроможність регіонів (країн, націй). Під конкурентоспроможністю товарів мається на увазі здатність товарів відповідати вимогам конкурентного ринку, запитам споживачів в порівнянні з іншими аналогічними товарами, представленими на ринку і продаватися в зв'язку з цим за цінами не нижчими від середньо ринкових¹.

Конкурентоспроможність товаровиробників (фірм, компаній,) – здатність виробників і продавців товарів конкурувати зі своїми суперниками, котрі поставляють на ті ж ринки аналогічні товари або прагнуть проникнути на ринки².

Конкурентоспроможність країни, держави - здатність економіки країни, держави брати участь в міжнародній торгівлі, утримувати і розширювати певні сегменти на світових ринках, виробляти продукцію, що відповідає світовим зразкам³.

Термін «конкурентоспроможність» в першу чергу трактується як здатність конкурувати, тобто здатність суб'єкта успішно функціонувати, досягати поставленої мети і відстоювати свої інтереси в умовах конкуренції - протидії зовнішнього оточення. Тому сутність конкурентоспроможності можна зрозуміти, вивчивши природу конкуренції. Існують дві точки зору на сутність конкуренції: конкуренція як процес і конкуренція як структура ринку.

Основним положенням для групи теорій приймають конкуренцію як структуру ринку є розгляд конкуренції як такої собі заданої ззовні структури ринку, в рамках якої діють підприємства і домогосподарства.

¹ Педченко, Н. С. Деякі аспекти конкуренції і конкурентоспроможності в ринковій економіці [Текст] / Н. С. Педченко // Регіональні перспективи. — 2000. — № 4(11). — С. 48–49.

² Гребньов, Г. М. Категорії конкуренції та конкурентоспроможності в сучасному економічному світі [Текст] / Г. М. Гребньов // Бізнес Інформ. — 2012. — № 5. — С. 265–270.

³ Райзберг Б.А. Современный экономический словарь. / Б.А. Райзберг, Л.Ш. Лозовский, Е.Б. Стародубцева, - М.: Инфра-М, 2003, - 480с.

Ринкова теорія конкуренції включає теорію ринків досконалої конкуренції, теорію вільної конкуренції і модель монополістичної конкуренції. Загальним для даної групи теорій є розгляд впливу конкурентної структури на ефективність функціонування економіки і на благо суспільства в цілому.

Відзначимо основні положення кожного підходу.

А) Теорія ринків досконалої конкуренції.

Одним з перших дослідити сутність ринку почав А.Сміт. Його погляди на природу ринку і конкуренції були викладені в 1776 році в праці «Дослідження про природу і причини добробуту націй». Вивчаючи конкуренцію, А. Сміт розглядав дане явище як головна умова функціонування ринку. При цьому мова йшла про ринки досконалої конкуренції, тобто про таких ринках, де кожен з продавців малий, щодо ринку в цілому, продукція є однорідною, покупці добре поінформовані про ціни продавців, продавці діють незалежно один від одного, фірми можуть вільно входити в галузь і виходити з галузі і є багато покупців, добре поінформованих про ціни продавців, і діють незалежно. А. Сміт показав, що досконала конкуренція - є благо для економіки, тому що вона призводить до ефективного розподілу ресурсів: добре поінформовані покупці і продавці укладають угоди тільки тоді, коли і ті, і інші від цього виграють⁴. Таким чином, в рамках даної теорії конкуренція - це необхідний атрибут ринку, який зумовлює ефективний розподіл ресурсів під впливом попиту та пропозиції. Так як ринки досконалої конкуренції є ринками однорідної продукції, то конкурентоспроможність продукції головним чином залежить від ціни. Відповідно більш конкурентоспроможним буде суб'єкт, що пропонує більш дешеву продукцію.

Дана точка зору, безсумнівно, відображає сутність досконалої конкуренції, характерною для епохи первісного нагромадження капіталу. В даний час ринок більш складний і диференційований. Умови досконалої конкуренції, що існували в той період, збереглися тільки на поодиноких ринках.

⁴ Сміт, А. Добробут націй. Дослідження про природу та причини добробуту націй [Текст] / А. Сміт. — К.: Port-Royal, 2001. — 596 с.

Б) Теорія вільної конкуренції К. Маркса і Ф. Енгельса.

Свої погляди на конкуренцію найвизначніші теоретики комунізму виклали в «Маніфесті комуністичної партії» в 1848 році. Також як і класики, марксистки розглядали конкуренцію як елемент, властивий виключно ринку. Риси конкуренції, виділені в марксистській концепції багато в чому схожі з виділеними до них класиками: економічна свобода індивіда, свобода переміщення з однієї сфери в іншу, досягнення економічної рівноваги⁵. Однак вони не вважали конкуренцію, так само як і ринок, благом для суспільства, вважаючи, що вона неминуче призведе до монополії і перевиробництва. Щоб уникнути цього марксистки вважали за необхідне створення такої форми організації суспільства, «при якій керівництво промисловим виробництвом здійснюється не окремими конкуруючими між собою фабрикантами, а всім суспільством по твердому плану і відповідно до потреб всіх членів суспільства».

Даний підхід, як і вчення А. Сміта належить до фундаментальних, однак, в даний час ми маємо можливість підтвердити або спростувати висновки класиків, використовуючи інструментарій економічної історії. Дійсно, передбачені К.Марксом ще в середині XIX століття економічні проблеми монополізації і перевиробництва мали місце на початку XX століття. Передбачення ситуації більш ніж на півстоліття в даний час є предметом футурології, проте велика кількість прогнозів знижує ступінь їх достовірності. У той же час масштабний експеримент зі створення планової економіки, що фактично проводився в СРСР, показав помилковість усунення конкуренції. Цим пояснюється більш успішний економічний розвиток капіталістичних країн і їх велика конкурентоспроможність, як в економічному, так і політичному відношенні в сучасному світі⁶. У той же час, саме в працях К.Маркса вперше висловлюється ідея про громадський управлінні конкуренцією, що є передумовою для даного дисертаційного дослідження. Однак, в даній роботі

⁵ Блауг, М. 100 великих економістів до Кейнса [Текст] / М. Блауг. — СПб.: Економікус, 2008. — 352 с.

⁶ Гончарук, Т. І. Конкуренція і конкурентоспроможність: зміст і розвиток у перехідній економіці [Текст]: монографія / Т. І. Гончарук. — Суми: ВВП Мрія-1 ЛТД, УАБС, 2003. — 60 с

передбачаються інші форми громадського втручання в ці процеси, що передбачають не стільки усунула, а формування середовища, що дає перевагу певним товаровиробникам.

В) Модель монополістичної конкуренції Е. Чемберлена. Вперше нова модель ринку, ринку недосконалої конкуренції, була описана в праці Е. Чемберлена «Теорія монополістичної конкуренції» в 1933 році. На відміну від ринку досконалої конкуренції на ринку монополістичної конкуренції присутній явище диференціації⁷. Ринок характеризується диференціацією продукту тоді, коли покупці розглядають продукти конкуруючих продавців як близькі, але не повністю взаємозамінні. При монополістичної конкуренції фірми ділять ринковий попит між собою, при цьому максимальна готовність платити за товар фірми залежить не від обсягу продажів всіх продавців (як на ринку досконалої конкуренції), а від обсягу продажів кожного з них $P_i = P(q_i, q_2, \dots, q_n)$, де P_i - залишковий попит на продукцію i -ї фірми, що залежить від попиту на товари конкурентів, а q_1, q_2, \dots, q_n - обсяги продажів конкурентів. Вплив обсягу продажів фірми-конкурента на залишковий попит i -ї фірми тим менше, чим більшою мірою різняться їхні товари в очах споживачів. Таким чином, конкуренція - це сила, що діє на ринку, що відображає наявність ринкової влади у тій чи іншій фірми, яка залежить від обсягу залишкового попиту на продукцію даної фірми. З цього визначення випливає, що основним завданням фірми є збільшення обсягу залишкового попиту за рахунок посилення диференціації продукту.

Виділяють два типи диференціації: горизонтальну і вертикальну⁸. Горизонтальна диференціація пов'язана з різницею споживчих характеристик товарів, які відповідають різні смаки, вертикальна - з різницею якості товарів, які відповідають однакові смаки. Конкурентоспроможність на ринках горизонтальної диференціації в більшій мірі залежить від відповідності

⁷ Савченко, І. А. Сучасні підходи до економічної сутності конкурентних відносин [Електронний ресурс] / І. А. Савченко // Ефективна економіка. — 2013. — № 2. — Режим доступу: \www/URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z>.

⁸ Антонюк, Л. Л. Міжнародна конкурентоспроможність країн: теорія та механізм реалізації [Текст]: монографія / Л. Л. Антонюк. — К.: КНЕУ, 2004. — С. 104–105.

перевагам клієнтів: від асортименту, від частоти оновлення товарів, від якості і ефективності реклами і т.п. ; на ринках же вертикальної диференціації - від рівня ціни товару.

Дані концепції дають лише загальне розуміння процесу конкуренції, однак, класичні концепції не враховують фактор глобалізації. Як суб'єкт конкуренції розглядаються підприємства, а в якості змісту конкуренції - переважно боротьба за споживача. Дані концепції, таким чином, не враховують значний шар економічних категорій, а також не розглядають актуальні механізми конкуренції.

Що стосується другого напрямку в розумінні конкуренції як структури ринку - галузевої теорії конкуренції, то вона розглядає способи формування, види та економічні наслідки функціонування ринкових структур. При цьому основний акцент робиться на вивчення впливу ринкової структури на діяльність господарюючих суб'єктів. Початок даному напрямку було покладено в 1890 роках, коли стали помітні процеси значної концентрації виробництва в основних промислових областях. Уже з 1930 років почала формуватися окрема дисципліна, присвячена вивченню структури галузі та поведінки фірм -Теорія організації галузі, основоположниками якої є Дж. Бейн і Е.Мейсон⁹.

Вихідною парадигмою для теорії галузевих ринків є парадигма «Структура - Поведінка - Результат». Результативність окремих галузей або ринків залежить від поведінки продавців і покупців. Поведінка в свою чергу залежить від структури відповідного ринку. На структуру ринку впливає безліч базових умов, як з боку пропозиції, так і з боку попиту. Тобто в рамках даної теорії визначальним моментом діяльності господарюючих суб'єктів є структура ринку, на якому вони здійснюють свою діяльність¹⁰.

Залежно від типу ринку характер конкуренції буде різний. Як правило, виділяють наступні типи ринків продавця, представлені в таблиці 1.

⁹ Теоретико-методологічні засади аналізу конкурентоспроможності національної економіки [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [www/URL: http://old.niss.gov.ua/book/Jalilo2005/01-Jalilo.pdf](http://old.niss.gov.ua/book/Jalilo2005/01-Jalilo.pdf)

¹⁰ Жаліло, Я. А. Конкурентоспроможність економіки України в умовах глобалізації [Текст] / Я. А. Жаліло, Я. Б. Базилук, Я. В. Белінська та ін.; за ред. Я. А. Жаліла. — К.: НІСД, 2005. — 388 с.

Таблиця 1. Типи ринків продавця.

	Кількість продавців		
	Один	Кілька	Багато, що виключає можливість впливу на ціни одним або групою продавців
Однорідні продукти	Чиста монополія	Гомогенна олігополія	Чиста конкуренція
Дифференційовані продукти	Чиста багато продуктова монополія	Олігополія з дифференціацією продукції	Монополістична конкуренція

Таким чином, конкуренція - це сила, що діє на тому чи іншому ринку, що визначається структурними особливостями даного ринку. Залежно від типу ринку певним чином складається поведінку господарюючого суб'єкта, що діє на нього. Тому конкурентоспроможність господарюючого суб'єкта буде визначатися відповідністю його поведінки особливостям структури даного ринку.

Даний підхід не пояснює природи конкуренції. Вона задається як деякий екзогенний для підприємств фактор, вплив на який знаходиться поза можливостями підприємств¹¹. Дана точка зору, на нашу думку, може бути застосована для ринків близьких за умовами до досконалої конкуренції. Однак дане визначення не відображає того факту, що підприємства у взаємодії один з одним і іншими економічними суб'єктами самі формують конкурентне середовище.

Аналіз відомих визначень конкурентоспроможності, частина з яких тут вже згадувалася, і наші уявлення про предмет дослідження дозволяють виділити цілий ряд важливих моментів:

1. Конкурентоспроможність продукції - це міра її привабливості для споживача;

¹¹ Геєць, В. М. Пріоритети національного економічного розвитку в контексті глобалізаційних викликів [Текст]: монографія / за ред. В. М. Геєця, А. А. Мазаракі. — К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2008. — 273 с

2. Привабливість продукції визначається ступенем задоволення сукупності різнопланових, іноді суперечливих вимог;

3. Склад пропонованих вимог, їх пріоритетність залежить як від виду продукції, так і типу її споживача;

4. Конкуреноспроможність як економічна категорія має релятивістську природу, так як розглядається щодо конкретного ринку і конкретного аналога;

5. Конкуреноспроможності притаманний динамічний характер - її має сенс розглядати лише стосовно до конкретного моменту часу, з урахуванням змін у часі ринкової кон'юнктури;

6. Проблема конкуреноспроможності відноситься лише до нестационарному недефіцитних ринку, який знаходиться в нерівноважному стані;

7. Конкуреноспроможність залежить від стадії життєвого циклу, на якій знаходиться розглянутий товар;

8. Має сенс говорити про конкуреноспроможність лише того товару, який вже володіє якоюсь часткою ринку, причому показник конкуреноспроможності істотно залежить від передісторії, тобто частки ринку в попередній період

Отже, підходи до вивчення конкуренції та конкуреноспроможності економічних суб'єктів дають необхідне уявлення про предмет дослідження. Серед конкуруючих суб'єктів можна виділити підприємства, галузі, регіони, країни. Форми конкуренції економічних суб'єктів різноманітні, вони формуються під впливом територіальних, галузевих, державних, ринкових чинників. При цьому під конкуреноспроможністю в широкому сенсі слід розуміти здатність суб'єкта досягати поставлених цілей. В цьому відношенні конкуреноспроможність є більш широким поняттям, ніж конкурентна перевага. Конкурентна перевага - елемент, характерний для підприємства, а конкуреноспроможність формується як самим підприємством, так і його зовнішнім оточенням.

В результаті теоретичних досліджень сутності і змісту конкуренції, категорія «конкуренція» розглядається і як структура ринку, і як процес. Форми конкуренції економічних суб'єктів різноманітні, вони формуються під впливом територіальних, галузевих, державних, ринкових чинників. Концепції конкурентоспроможності підприємств описують процес формування конкурентоспроможності підприємства як результат дії територіальних і галузевих чинників зовнішнього оточення. Під конкурентоспроможністю в широкому сенсі слід розуміти здатність суб'єкта досягати поставлених цілей в сьогоденні і майбутньому. Найчастіше конкурентоспроможність підприємства розглядається з позицій досягнення цілей вищого керівництва і власників підприємства, при цьому залишається недооціненою соціально-економічне значення конкурентоспроможності підприємств.