

ПОТЕНЦІАЛ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТА ЙОГО РОЛЬ В РИНКОВИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

POTENTIAL OF ENTERPRISE COMPETITIVENESS AND ITS ROLE IN MARKET CONDITIONS

У статті окреслено основні етапи формування наукової думки щодо сутності поняття «конкурентоспроможність». Визначено різницю між поняттями «конкурентний потенціал підприємства» та «потенціал конкурентоспроможності підприємства». Обґрунтовано роль потенціалу конкурентоспроможності підприємства та його головні завдання. Виявлено ієрархічний рівень потенціалу конкурентоспроможності підприємства порівняно зі збутовим, стратегічним, маркетинговим та ринковим потенціалом. Виокремлено структурні елементи потенціалу конкурентоспроможності підприємства, такі як фінансовий, людський, організаційний. Запропоновано розуміти під поняттям «потенціал конкурентоспроможності підприємства» сукупність наявних можливостей підприємства, що залежать від наявного рівня людського, фінансового та організаційного потенціалу, ефективне управління якими сприяє збільшенню ринкової частки суб'єкта господарювання.

Ключові слова: потенціал підприємства, потенціал конкурентоспроможності, конкурентоспроможність, конкурентний потенціал, структура потенціалу підприємства.

В статті обозначены основные этапы формирования научной мысли о сущности понятия «конкурентоспособность». Определена разница между понятиями «конкурентный потенциал предприятия» и «потенциал конкурентоспособности предприятия». Обоснованы роль потенциала конкурентоспособности предприятия и его ключевые задания. Определен иерархический уровень потенциала конкурентоспособности предприятия по сравнению со сбытовым, стратегическим, маркетинговым и рыночным потенциалом. Выделены структурные элементы потенциала конкурентоспособности предприятия, такие как финансовый, человеческий, организационный. Предложено понимать под понятием «потенциал конкурентоспособности предприятия» совокупность существующих возможностей предприятия, которые зависят от существующего уровня человеческого, финансового и организационного потенциала, эффективное управление которыми способствует увеличению рыночной доли субъекта хозяйствования.

Ключевые слова: потенциал предприятия, потенциал конкурентоспособности, конкурентоспособность, конкурентный потенциал, структура потенциала предприятия.

УДК 658:005.332.4

<https://doi.org/10.32843/bses.50-38>

Кривоберець М.М.

аспірант

Міжрегіональна Академія управління персоналом

Kryvoberets Maryna

Interregional Academy of Personnel Management

Although the concept of "enterprise competitiveness" is not new in the economic theory, the potential of enterprise competitiveness has become a subject of recent research. Identifying the obvious and hidden opportunities to strengthen the market position of the company is an important aspect of business activity in the current economic environment. The presence of numerous scientific papers on this topic indicates its relevance, but due to the lack of a unified approach to interpreting the potential of competitiveness and determining its components, there is a need for in-depth study of these issues. The purpose of the article is to substantiate theoretical provisions on the essence of the concept of "enterprise competitive potential" and its structure. The article outlines the main stages of scientific opinion formation on the essence of the concept of "competitiveness". The difference between the concepts of "competitive potential of enterprise" and "potential of enterprise competitiveness" is determined. The role of competitiveness potential of the enterprise and its main tasks are identified, namely: to provide the ability to compete in the markets with manufacturers and sellers of similar goods; to ensure the level of competence of the enterprise in relation to other enterprises-competitors; to provide a synergistic effect from the rational use of competitive advantages; ensure the production and marketing of competitive products; ensure the ability to counter competitors. It is established that the competitive potential is at the same hierarchical level with the market potential, above which there is strategic potential, and below it is marketing potential. Although the scientific literature lacks a single approach to the structure of the enterprise's competitive potential, the structural elements of the enterprise's competitiveness potential are distinguished, namely: financial, human, and organizational. It is proposed to understand by the concept of "enterprise competitive potential" the set of available enterprise capabilities, which depend on the existing level of human, financial and organizational potential, effective management of which contributes to increasing the market share of the entity.

Key words: enterprise potential, competitive potential, competitiveness, structure of enterprise potential.

Постановка проблеми. Попри те, що поняття «конкурентоспроможність підприємства» не є новим в економічній літературі, потенціал конкурентоспроможності підприємства став об'єктом дослідження досить недавно. Виявлення очевидних та прихованих можливостей посилення ринкових позицій підприємства є важливим аспектом ведення господарської діяльності в сучасних умовах господарювання. Наявність значної кількості наукових робіт з цієї тематики вказує на її актуальність, проте через відсутність єдиного підходу до трактування потенціалу конкурентоспроможності та визначення його складових частин постає необхідність поглибленого дослідження цих питань.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вітчизняними теоретиками конкурентного потенціалу є Н. Карачина, Л. Перцата [1], Я. Лісун,

А. Рудий [2], В. Матвєєв [3], В. Гросул, М. Афанасьєва, А. Янчев [4]. Також уваги заслуговують праці К. Кузнєцової [5; 6] щодо ресурсного забезпечення потенціалу конкурентоспроможності підприємства.

Постановка завдання. Метою статті є обґрунтування теоретичних положень щодо сутності поняття «потенціал конкурентоспроможності підприємства» та його структури.

Вклад основного матеріалу дослідження. В сучасних умовах ринкової економіки зростає потреба залучення всіх можливостей підприємства, які можуть бути використані в конкурентній боротьбі за споживача. Потенціал підприємства є тим поняттям, що не тільки охоплює поточну діяльність підприємства, але й визначає наявні резерви, які можуть бути активізовані як у поточному періоді, так і в довгостроковій перспективі.

Перш ніж перейти до визначення сутності потенціалу конкурентоспроможності, варто обґрунтувати етапи формування категорії «конкурентоспроможність» у науковій літературі. Цей процес розглядають у розрізі чотирьох історичних етапів [7]:

1) Етап докапіталістичної конкуренції (до останньої чверті XVIII ст.) є відправною точкою в дослідженні категорії «конкуренція» як суперечки між продавцями та покупцями за можливість продати товар за найвигіднішими умовами. Поняття «конкурентоспроможність» ще не входить до понятійного апарату, але з'являється усвідомлення можливостей підприємств у боротьбі за споживачів.

2) Етап вільної конкуренції (остання чверть XVIII ст. – остання чверть XIX ст.) є періодом формування та розвитку концепції конкуренції як явища, що не залежить від державного втручання й виникає в умовах відсутності зовнішнього контролю учасників ринку. А. Сміт розкриває причини домінування держав у міжнародній торгівлі, а Д. Рікардо присвячує праці дослідженням порівняльних переваг. Отже, закладаються основи дослідження конкурентних переваг суб'єктів ринку [8].

3) Етап монополістичної конкуренції (остання чверть XIX ст. – перша половина XX ст.) є періодом поглибленого дослідження структури ринку та боротьби між виробниками товарів, що диференціюються за якісними характеристиками. Конкурентоспроможність вивчається з позиції конкурентних переваг, які отримують підприємства на шляху до завоювання ринку та їх перетворення на монополістів.

4) Етап сучасної конкуренції (з другої половини XX ст.) є періодом формування принципово нових підходів до розуміння понять «конкуренція» та «конкурентоспроможність». У 1970-х роках М. Портер вводить поняття «конкурентоспроможність» у наукову літературу, що стає відправною точкою формування його сучасного значення [9].

Перейдемо до обґрунтування сутності поняття «потенціал конкурентоспроможності». В сучасній літературі використовуються поняття «конкурентний потенціал підприємства» та «потенціал конкурентоспроможності підприємства». Важливо визначити різницю між цими термінами.

Конкурентний потенціал, відповідно до Н. Карачіної та Л. Перцатої, є внутрішніми та зовнішніми конкурентними можливостями фірми, які дають змогу підприємству вести ефективну конкурентну боротьбу на ринку за рахунок формування конкурентних переваг на основі використання матеріальних і нематеріальних ресурсів [1]. Я. Лісун та А. Рудий дають таке визначення: потенційна можливість зберігати і збільшувати конкурентні переваги в довгостроковому періоді, що визначається сукупністю параметрів, які зумовлюють можливість і здатність організації ефективно функціонувати на ринку в перспективі, утримувати чи збільшувати

свою ринкову частку та високий рівень рентабельності [2]. В. Матвеев зазначає, що це – «сукупність показників або факторів підприємства, що характеризують його силу, джерела, можливості, засоби, запаси, здібності, ресурси і багато інших виробничих резервів, які створюють, зберігають й розвивають стійкі конкурентні переваги на ринку, сприяють досягненню поставлених стратегічних конкурентних цілей, забезпечуючи йому високий конкурентний статус» [3]. В. Гросул, М. Афанасьєва, А. Янчев відзначають, що конкурентний потенціал «полягає в його здібностях і можливостях до здійснення ефективної господарської діяльності в конкурентному середовищі цільового споживчого ринку» [4].

Попри те, що трактування є досить всеосяжними, доцільно використовувати поняття «потенціал конкурентоспроможності», адже саме конкурентоспроможність повинна забезпечувати [10] здатність конкурувати на ринках із виробниками і продавцями аналогічних товарів; рівень компетенції підприємства відносно інших підприємств-конкурентів, яка відображає ступінь переваги; здатність до отримання синергійного ефекту від раціонального використання конкурентних переваг; виробництво та збут конкурентоспроможної продукції; здатність протидіяти конкурентам.

Як зазначає К. Кузнєцова, потенціал конкурентоспроможності – це «наявні та приховані можливості щодо залучення та використання факторів виробництва для отримання оптимального результату при використанні оптимальної кількості ресурсів» [5]. Варто зазначити, що це визначення є досить розмитим і не вказує на структурні елементи потенціалу та конкретний цільовий результат процесу управління. Отже, важливо ідентифікувати складові частини потенціалу конкурентоспроможності, від управління якими залежить результат його реалізації, а також його ієрархічний рівень у системі потенціалу підприємства.

Потенціал конкурентоспроможності має схожу спрямованість зі стратегічним, ринковим, збутовим та маркетинговим потенціалами. Л. Ладонько та М. Ганжа розглядають стратегічний потенціал з позиції забезпеченості ключовими ресурсами для досягнення стратегічних цілей підприємства [11], отже, якщо цілі передбачають формування певного рівня конкурентоспроможності, то сутність стратегічного потенціалу та потенціалу конкурентоспроможності будуть збігатися. Зіставлення засвідчує, що потенціал конкурентоспроможності є більш вузьким поняттям.

Трактування ринкового потенціалу С. Алексеєва [12], І. Колокольчикової та Р. Олексенко [13] вказують на те, що він має однаковий рівень ієрархічності з потенціалом конкурентоспроможності. Втім, він відображає тільки результат реалізації потенціалу підприємства. Збутовий та маркетинговий потенціали за ієрархією розташовані нижче

вищезазначених, адже мають менш всеосяжну кінцеву ціль [14; 15; 16]. Отже, потенціал конкурентоспроможності розташований на одному ієрархічному рівні з ринковим потенціалом, вище яких розташований стратегічний потенціал, а нижче – маркетинговий та збутовий.

В науковій літературі відсутній єдиний підхід до структури потенціалу конкурентоспроможності підприємства. Так, К. Кузнецова виділяє природний, технічний, технологічний, фінансовий, трудовий, управлінський, інформаційний потенціали [6]. Н. Карачина та Л. Перцата зазначають, що до складових частин потенціалу конкурентоспроможності належать сукупність наявних природних, матеріальних, трудових, фінансових і нематеріальних ресурсів та можливостей суб'єктів господарювання [1]. Я. Лісун та А. Рудий відносять до складових частин маркетинговий, виробничий, інноваційний, екологічний, фінансовий, кадровий та управлінський потенціали [2].

Вважаємо за доцільне виокремити в структурі потенціалу конкурентоспроможності фінансовий, людський та організаційний потенціали (рис. 1). Людський потенціал є основою функціонування будь-якого підприємства, а якість його формування визначає вектор розвитку інших складових частин та підприємства загалом. Фінансовий потенціал відповідає за грошові потоки підприємства й впливає на можливість розвивати компетенції підприємства. Організаційний потенціал формується залежно від наявних інформаційних технологій підприємства, внутрішніх та зовнішніх комунікацій та наявної корпоративної культури.

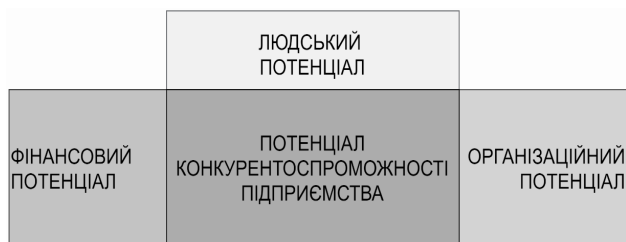


Рис. 1. Структура потенціалу конкурентоспроможності підприємства

Джерело: розроблено автором

Отже, потенціал конкурентоспроможності підприємства – це сукупність наявних можливостей підприємства, що залежать від наявного рівня людського, фінансового та організаційного потенціалу, ефективність управління якими впливає на забезпечення певної ринкової частки підприємства.

Висновки з проведеного дослідження. Потенціал конкурентоспроможності є важливим аспектом діяльності підприємства в сучасних умовах ведення бізнесу, адже охоплює не тільки поточні показники діяльності, але й приховані можливості до розвитку суб'єкта господарювання щодо покращення стану ринкового позиціонування.

В процесі дослідження дістало подальшого розвитку поняття «потенціал конкурентоспроможності підприємства», під яким, на відміну від наявних, слід розуміти людський, фінансовий та організаційний потенціали, ефективно управління якими сприяє збільшенню ринкової частки суб'єкта господарювання.

Подальшого дослідження потребують питання управління потенціалом конкурентоспроможності підприємства в сучасних умовах ведення бізнесу.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Карачина Н., Перцата Л. Конкурентний потенціал та його роль у формуванні конкурентоспроможності підприємства. *Економічний простір*. 2014. № 86. С. 164–172.
2. Лісун Я., Рудий А. Стратегічне управління конкурентним потенціалом підприємства на засадах забезпечення якості. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2015. № 2(2). С. 305–309.
3. Матвеев В. Сутність стратегічного управління конкурентним потенціалом підприємства. *Молодий вчений*. 2015. № 2(2). С. 179–184.
4. Гросул В., Афанасьєва М., Янчев А. Управління конкурентним потенціалом підприємств роздрібної торгівлі: монографія. Харків: ХДУХТ, 2016. 244 с.
5. Кузнецова К. Економічне обґрунтування оптимізації ресурсного забезпечення потенціалу конкурентоспроможності енергогенеруючих підприємств. *Бізнес-Інформ*. 2015. № 11. С. 157–161.
6. Кузнецова К. Конкурентоспроможність підприємства на основі ресурсного потенціалу. *Економічний вісник Національного технічного університету України «КПІ»*. 2013. Вип. 10. С. 219–223.
7. Вініченко І. Еволюція підходів у дослідженні конкурентоспроможності. *Агросвіт*. 2012. № 8. С. 3-6.
8. Мерзлов І. К вопросу о содержании понятия «конкурентоспособность». *Arsadministrandi*. 2012. № 3. С. 5–13.
9. Донських А. Конкурентоспроможність аграрних підприємств та фактори, що її визначають. *Ефективна економіка*. 2011. № 12. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2011_12_32 (дата звернення: 28.02.2020).
10. Пічугіна Т., Забродська Л., Забродська Г. Науково-теоретичні підходи до визначення поняття «конкурентоспроможність підприємства». *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг*. 2017. № 1. С. 132–148.
11. Ладонько Л., Ганжа М. Стратегічний потенціал підприємства: формування та оцінка. *Науковий вісник Полісся*. 2015. № 2. С. 109–114.
12. Алексеев С. Визначення ринкового потенціалу торговельного підприємства. *Вісник Вінницького політехнічного інституту*. 2014. № 4. С. 36–39.
13. Колокольчикова І., Олексенко Р. Ринковий потенціал та особливості планування маркетингової діяльності фермерських господарств на ринку плодів в Україні. *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету*. 2018. № 2(37). С. 274–280.

14. Шарко В., Поліщук І. Методи дослідження маркетингового потенціалу торговельного підприємства. *Економіка і суспільство*. 2016. Вип. 4. С. 207–215.

15. Висоцький А. Сутність та особливості збутового потенціалу як складової частини сукупного економічного потенціалу підприємств. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2014. Вип. 24.8. С. 225–233.

16. Квасницька Р., Тарасюк Р. Структуризація потенціалу підприємства. *Вісник КНТЕУ*. 2017. № 1. С. 73–82.

REFERENCES:

1. Karachyna N., Pertsata L. (2014) Konkurentnyi potentsial tayohorol u formuvannikonkurentospromozhnostipidpriemstva [Competitive potential and its role in shaping enterprise competitiveness]. *Ekonomichnyi prostrir*, no. 86, pp. 164–172.

2. Lisun Ya., Rudyi A. (2015) Stratehichne upravlinnia konkurentnym potentsialom pidpriemstva na zasakh zabezpechenniaya kosti [Strategic management of competitive potential of the enterprise on the basis of quality assurance]. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu*, no. 2(2), pp. 305–309.

3. Matvieiev V. (2015) Sutnist stratehichnoho upravlinnia konkurentnym potentsialom pidpriemstva [The essence of strategic management of the competitive potential of the enterprise]. *Molodyi vchenyi*, no. 2(2), pp. 179–184.

4. Hrosul V., Afanasieva M., Yanchev A. (2016) Upravlinnia konkurentnym potentsialom pidpriemstv rozdrubnoi torhivli [Managing the competitive potential of retailers]. Kharkiv : KhDUKhT, 244 p. (in Ukrainian)

5. Kuznietsova K. (2015) Ekonomichne obgruntuvannia optymizatsii resursnoho zabezpechennia potentsialu konkurentospromozhnosti enerhoheneruiuchykh pidpriemstv [Economic substantiation of optimization of resource supply of the potential of competitiveness of energy-generating enterprises]. *Biznes-Inform*, no. 11, pp. 157–161.

6. Kuznietsova K. (2013) Konkurentospromozhnist pidpriemstva na osnovi resursnoho potentsialu [Competitiveness of the enterprise on the basis of resource potential]. *Ekonomichnyi visnyk Natsionalnoho tekhnichnoho universytetu Ukrainy "KPI"*, vol. 10, pp. 219–223.

7. Vinichenko I. (2012) Evoliutsiia pidkhodiv u doslidzhenni konkurentospromozhnosti [The evolution

of approaches in competitiveness research]. *Ahrosvit*, no. 8, pp. 3-6.

8. Merzlov Y. (2012) K voprosu o soderzhanyyponiatiya "konkurentosposobnost" [On the content of the "competitiveness"]. *Arsadministrandi*, no. 3, pp. 5–13.

9. Donskykh A. (2011) Konkurentospromozhnist ahrarnykh pidpriemstv ta faktory, shcho yii vyznachaiut [Competitiveness of agricultural enterprises and the determining factors]. *Efektivna ekonomika (electronic journal)*, no. 12. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2011_12_32 (accessed: 28 February 2020).

10. Pichuhina T., Zabrodskaya L., Zabrodskaya H. (2017) Naukovo-teoretychni pidkhody do vyznachennia poniattia "konkurentospromozhnist pidpriemstva" [Scientific and theoretical approaches to the definition of the concept of enterprise competitiveness]. *Ekonomichna stratehiia i perspektyvy rozvytku sfery torhivli ta posluh*, no. 1, pp. 132–148.

11. Ladonko L., Hanzha M. (2015) Stratehichnyi potentsial pidpriemstva: formuvannia ta otsinka [Strategic potential of the enterprise: formation and evaluation]. *Naukovyi visnyk Polissia*, no. 2, pp. 109–114.

12. Aliksieiev S. (2014) Vyznachennia rynkovoho potentsialu torhovelnoho pidpriemstva [Determination of market potential of a trading enterprise]. *Visnyk Vinnytskoho politekhnichnoho instytutu*, no. 4, pp. 36–39.

13. Kolokolchikova I., Oleksenko R. (2018) Rynkovyi potentsial ta osoblyvosti planuvannia marketynhovoї diialnosti fermerskykh gospodarstv na rynku plodiv v Ukraini [Market potential and features of planning of marketing activities of farmers in the fruit market in Ukraine]. *Zbirnyk naukovykh prats Tavriiskoho derzhavnogo ahrotekhnichnoho universytetu*, no. 2(37), pp. 274–280.

14. Sharko V., Polishchuk I. (2016) Metody doslidzhennia marketynhovoho potentsialu torhovelnoho pidpriemstva [Research methods of marketing potential of trading enterprise]. *Ekonomika i suspilstvo*, vol. 4, pp. 207–215.

15. Vysotskyi A. (2014) Sutnist ta osoblyvosti zbutovoho potentsialu yak skladovoi chastyny suкупного ekonomichnoho potentsialu pidpriemstv [The essence and peculiarities of sales potential as an integral part of the total economic potential of enterprises]. *Naukovyivisnyk NLTU Ukrainy*, vol. 24(8), pp. 225–233.

16. Kvasnytska R., Tarasiuk R. (2017) Strukturyzatsiia potentsialu pidpriemstva [Structuring of enterprise potential]. *Visnyk KNTEU*, no. 1, pp. 73–82.