

на ґрунтуватися на адекватного інвестуванні, для чого залучення капіталу з інших галузей народногосподарського комплексу представляється, з огляду на сучасні умови, безальтернативним.

Література

1. Гайдучький А. Економічні механізми забезпечення інвестиційної конкурентоспроможності аграрного сектора економіки // Економіка України. - №2. - 2003. - С.69-71.
2. Рижук С.М. Державне регулювання аграрного сектора та перехід на ін-

новаційну модель розвитку // Економіка АПК.- 2002. - №7. - С. 14-18.

3. Могильний О. Реструктуризація колективних сільськогосподарських підприємств – шлях до багатокладної ринкової економіки // Економіка України. - №3. - 2001. - С.59-63.

4. Онищенко О. Господарства населення: підсумкові оцінки, прогнози // Економіка України. - №3. - 2003. - С.59-62.

5. Амбросов В. Трансформаційні процеси в аграрній сфері регіону // Економіка України. - №8. - 2003. - С.66-70.

Статья поступила в редакцию 05.05.2004

І.В.БУЛАХ,
Т.Б.НАДТОКА, к.е.н.,
ДонНТУ

КОНКУРЕНТОСТІЙКІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ЕКОНОМІЧНЕ ПОНЯТТЯ ТА ЙОГО ЗНАЧЕННЯ В ГАЛУЗІ ЗВ'ЯЗКУ

Для підприємств, що здійснюють свою діяльність в умовах ринків недосконалої конкуренції, особливого значення набуває вміння передбачати ситуацію і створювати та закріплювати свої конкурентні переваги.

Галузь зв'язку є однією з найважливіших наукоємних складових господарського комплексу України, яка справляє суттєвий вплив на розвиток суспільства і відбиває рівень його економічного розвитку. Зв'язок являється найважливішим суспільним фактором, що робить істотний вплив на спосіб життя людей, виконуючи соціальне і виробниче навантаження, сприяючи розвитку бізнесу, освіти, науки і культури. Як відмічається в [1], серед особливо значущих завдань держави - сприяння (за допомогою всіх наявних інструментів, фінансових та організаційних ресурсів) максимальній реалізації конкурентних переваг української економіки, зміцненню та розвитку передусім наукоємних галузей, які вже сьогодні демонструють високий тех-

нологічний рівень та конкурентоспроможність, а отже, і готовність стати "локомотивами" високотехнологічного зростання. Пріоритетними завданнями державної політики у сфері інформаційної та телекомунікаційної інфраструктури є забезпечення випереджаючих темпів розвитку інфраструктури зв'язку, підвищення інвестиційної привабливості галузей інформатизації, істотне вдосконалення національної мережі телекомунікацій, поштової служби зв'язку, насамперед на базі новітніх вітчизняних технологій, їх інтегрування в глобальні інформаційні структури, у т. ч. в мережу Інтернет, створення сприятливих умов для доступу широких верств населення до світових інформаційних ресурсів. За останнє десятиріччя виконано значну роботу з подолання недоліків, що мала вітчизняна галузь зв'язку. Здійснено технічні, організаційно-економічні та правові заходи, які спрямовані на технічне переоснащен-

ня, зміну структури та вдосконалення управління підприємствами, а також створення конкурентного середовища в галузі, однак існуючі темпи розвитку не задовольняють попиту споживачів на послуги зв'язку, галузь значно відстає від рівня розвинутих країн.

Останнім часом у галузі зв'язку відбуваються значні зміни: галузь динамічно розвивається, з'являються усе більше підприємств, що конкурують між собою. Конкуренція відбувається не тільки серед найбільш перспективної підгалузі мобільного зв'язку, але і серед підприємств, що надають послуги стаціонарного зв'язку - місцевого, міжміського телефонного зв'язку. Обумовлений розвитком технологій розширюється спектр послуг зв'язку й область їхнього застосування.

У науковій літературі вже накопичено достатній досвід у дослідженні конкурентоспроможності товарів, послуг, підприємств, країни. Зокрема значний внесок зроблено такими авторами, як Портер М., Фатхутдінов Р.А., Акімова І.М., Воронкова А.Е., Оберемчук В.Ф. та ін. Але й досі не має однозначного визначення фахівцями поняття "конкурентоспроможність", не кажучи про "конкурентостійкість". Різні автори висловлюють своє тлумачення цих понять, іноді ототожнюючи його з конкурентними перевагами. Проведемо аналіз поняття "конкурентоспроможність підприємства".

Конкурентоспроможність - складна комплексна категорія. Розглянемо основні підходи різних фахівців, що розкривають сутність поняття "конкурентоспроможність":

а) з точки зору продуктивності підприємства [2]. Автори К.МакКі і С.Сесіон-Робінсон вважали, що компанія, галузь або нація з вищим рівнем продуктивності може розглядатися як більш конкурентоспроможна. М.Портер розглядав конкурентоспроможність на рівні організації як зростання її продуктивності, що виявляється в зниженні витрат або диференціації.

б) Як синонім "конкурентоспроможність товару". Європейський форум по

проблемах управління визначив конкурентоспроможність підприємства як реальну і потенційну спроможність фірм в наявних для них умовах проектувати, виготовляти і збувати товари, які за ціновими і неціновими характеристиками привабливіші для споживача, ніж товари конкурентів.

в) у взаємозв'язку конкурентоспроможності з результатами діяльності одиниці бізнесу. Б.Скотт вважав [2], що конкурентоспроможність здатна підвищувати доходи організації так само швидко, як конкуренти, і забезпечувати необхідний рівень інвестицій для підтримки цієї тенденції в майбутньому.

г) у взаємозв'язку конкурентоспроможності з задоволенням потреб споживачів. На думку авторів Х.Джонсона, М.Хаммера і Дж.Чампи [2], компанії повинні зменшувати виробничий цикл і витрати, покращувати якість продуктів і послуг, зміцнювати відносини з постачальниками і споживачами, створювати свої організаційні системи, щоб реакція на зміни споживачьких смаків і переваг була як можна швидшою.

д) з точки зору вміння адаптуватися до змін навколишнього середовища. Як стверджує автор [2], конкурентоспроможність – здатність організації продовжувати працювати у вибраній сфері бізнесу, коли макросередовище швидко змінюється, адаптуватися до змін навколишнього середовища, створювати свої конкурентні переваги і на цій основі досягати кращих результатів діяльності, ніж конкуренти.

е) по визначенням американських економістів, конкурентоспроможність розглядається як "конкурентна раціональність, тобто вміння думати і діяти швидше, влучніше, найетичніше" [3].

Аналіз вищеназваних визначень та точка зору авторів дозволяють зробити наступні висновки.

1. Конкурентоспроможність підприємства – це порівняльна характеристика підприємства на певному ринку, яка є фактором його ринкового успіху.

2. Сутність поняття "конкурентоспроможність підприємства" неможливо од-

нозначно висловити, а тільки сукупністю якісних позначень, комплексно.

3. Поняття “конкурентоспроможність” повинно бути пов’язане з певним терміном часу, так як конкурентне середовище постійно змінюється під впливом НТП, політичної ситуації в країні та інших факторів. На зв’язок з часом вказують і роботи з питань конкурентних переваг, які будуть розглянуті нижче. Даний зв’язок дозволить знайти і співвідношення понять “конкурентоспроможність” і “конкурентостійкість”.

4. Поняття конкурентоспроможності необхідно розглядати окремо для різних об’єктів: країни, підприємства, товару, послуги.

Метою дослідження є: уточнення поняття конкурентоспроможність і конкурентостійкість підприємства і визначення їх взаємозв’язку; обґрунтування актуальності задачі забезпечення конкурентостійкої роботи підприємства. Предметом дослідження є конкурентостійкість підприємства. Об’єктом дослідження обрано підприємство електровз’язку.

Конкурентна перевага - це узагальнюючий, підсумковий показник його стійкої роботи, що містить в собі результати дій і зусиль різних виробничих, обслуговуючих і управлінських підрозділів, підсистем і ресурсів, які використовувалися.[4]. Конкурентна перевага організації (фірми) – це перевага, висока компетентність фірми в якій-небудь області діяльності або у випуску товару в порівнянні з конкуруючими фірмами. Конкурентна перевага системи - яка-небудь ексклюзивна цінність, якою володіє система і яка дає їй перевагу перед конкурентами [5]. Фактор конкурентної переваги – це конкретний компонент зовнішнього або внутрішнього середовища фірми, по якому вона перевершує конкуруючі фірми. Існують тактичні та стратегічні фактори. Тактичні фактори мають термін дії не більше року. Стратегічний фактор - це фактор, за яким фірма може перевершити конкуруючі фірми після виконання в перспективі конкретних умов, що визначають перевагу аналізованого компоне-

нту фірми в порівнянні з конкуруючими. Термін дії стратегічних факторів не менше 2-х років.

Таким чином, аналіз, систематизація й узагальнення публікацій стосовно “конкурентоспроможності” показує, що в теперішній час щодо більшості з досліджуваних питань з конкурентоспроможності не існує загальноприйнятих підходів. Вище названі роботи не містять чітко розробленої методики виявлення факторів конкурентоспроможності, її забезпечення. Багато авторів, як закордонних, так і вітчизняних, торкаються питань конкурентоспроможності різних об’єктів. У той же час у роботах деяких авторів присутні положення, що розкривають сутність поняття “конкурентостійкість”. Це роботи Р.А.Фатхутдинова, Ж.Ж.Ламбена, Д.Аакера, Г.Хамела, К.К.Прахалада, Д.Джорджа. Особливістю багатьох робіт закордонних авторів є застосування поняття “стійка конкурентна перевага”. Наприклад, Г.Хамел і К.К.Прахалад у своїй роботі [6] вважають, що формулювання конкурентоспроможності, що засноване на принципі «країна проти країни», є неточним, а формулювання, засноване на принципі «позиція і перевага», - неповним. Автори говорять про те, що майбутнє формується сьогодні, і що вже сьогодні необхідно будувати свої конкурентні переваги, які будуть працювати на перспективу. Д.Аакер у роботі [7] говорить про необхідність створення індикаторів результатів діяльності компанії, що адекватно відбивають довгострокові перспективи, і на яких ґрунтуються поточна і майбутні стратегії підприємства і стійкі конкурентні переваги. Ж.Ж.Ламбен відзначає, що у довгостроковій перспективі виживання і розвиток фірми залежить від її уміння передбачати зміни на ринку і вміти керувати ними [8]. Д.Джордж говорить про те, що жодна конкурентна перевага в довгостроковому плані не є досить захищеною - причому саме поняття “довго строковості” скорочується під тиском тих же сил, що працюють на зміни, і вказує на причини необхідності підтримки своїх переваг [9].

Вище названі роботи не містять чітко розробленої методики виявлення факторів конкурентостійкості, її забезпечення.

Поняття “конкурентостійкість” також, як і “конкурентоспроможність”, не має чіткого визначення. Перша частина цього слова вказує на те, що поняття розглядається в сфері конкурентних відносин. Окремо розглянемо другу частину слова – стійкість. Стійкість – є первинною якістю будь-якої системи і об'єднує такі властивості, як міцність, стійкість до дії зовнішніх чинників, захищеність, стабільність, надійність, живучість тощо.[10] У широкому значенні стійкість – здатність системи прагнути з різних початкових станів до деякого рівноважного (стаціонарному) стану. Поняття стійкості широко використовується при описі і дослідженні технічних систем в технічній кібернетиці. Наприклад, під стійкістю енергосистеми розуміється здатність енергосистеми відновлювати вихідний (або близьке до нього) стан після якого-небудь збурення, що виявляється у відхиленні параметрів системи від номінального значення [11].

Стійкість системи є фундаментальним поняттям, яке використовується не тільки в кібернетиці, але і в низці інших наук. Поняття стійкості застосовуються для опису постійності якої-небудь межі поведінки системи. Це може бути постійність стану системи в часі або постійність деякої послідовності станів. В [12] наведено визначення економічної стійкості підприємства, під якою розуміється рівноважний збалансований стан економічних ресурсів, який забезпечує стабільну прибутковість і нормальні умови для розширеного відтворення стійкого економічного зростання, в тривалій перспективі, з урахуванням найважливіших зовнішніх чинників. Під станом стійкості розуміється здатність економічної системи, що піддалася несприятливому відхиленню за межі її допустимого значення, повернутися в стан рівноваги за рахунок власних ресурсів, позикових, перепрофілювання виробництва та ін. Враховуючи вищесказане, застосування терміну “стійкість” до економічної системи є правомірним і аналіз поняття конкурентостій-

кості може бути предметом наукових досліджень.

Поняття конкурентостійкості розглядається в роботі [13]. Автор трактує конкурентостійкість як спроможність протистояти дестабілізуючому впливу факторів зовнішнього середовища в порівнянні з конкурентами. Дане визначення враховує вплив тільки зовнішнього середовища і не враховує внутрішні фактори. Проте здатність створювати стійкі конкурентні переваги значною мірою залежить від подій та процесів, котрі відбуваються і у внутрішньому середовищі. Тому можна запропонувати таке визначення конкурентостійкості підприємства - здатність підприємства забезпечувати заданий рівень конкурентоспроможності на тривалому проміжку часу функціонування підприємства.

Враховуючи вищесказане, можна зробити наступні висновки.

1. Термін “стійкість” використовується при описі поведінки системи. Системі притаманна поведінка, якщо вона може переходити з одного стану в інший. Якщо підприємство конкурентоспроможне в даний момент часу і зможе забезпечити свою конкурентоспроможність в перспективі, то можна говорити про те, що підприємство конкурентостійке.

2. Існує зв'язок між поняттями “конкурентоспроможність” і “конкурентостійкість”. Конкурентоспроможність підприємства – статична характеристика, що відбиває спроможність підприємства витримувати конкуренцію, займаючи певну конкурентну позицію на певному ринку в даний період часу. Конкурентостійкість підприємства – динамічна характеристика, що відбиває спроможність підприємства на тривалому інтервалі свого функціонування підтримувати необхідний рівень конкурентоспроможності.

З часом відбуваються різні зміни, як у зовнішньому, так і у внутрішньому середовищі підприємства. Зміни, що відбуваються, можуть як позитивно, так і негативно впливати на конкурентоспроможність і конкурентостійкість підприємства. Конкретний компонент зовнішнього або внут-

рішнього середовища підприємства, що впливає на конкурентоспроможність підприємства, називається фактором конкурентоспроможності. Дія деяких змін (факторів конкурентоспроможності) виявляється відразу і впливає на конкурентоспроможність підприємства, змінюючи його конкурентну позицію. Результат дії інших змін (факторів конкурентостійкості) виявляється з часом. Дія факторів на підприємство відбувається безперервно. Джерелами таких змін є процеси виникнення нових тенденцій в розвитку економіки і суспільства, прискорення науково-технічного прогресу, процес переходу України до ринкових умов господарювання і ін. Технологічні зміни можуть відбуватися як еволюційно, шляхом переходу на досконаліший рівень технології, так і в результаті повної зміни колишньої технології новою. Технологічні зміни трансформують ринкові вимоги (споживацькі очікування, структура попиту, і ін.), призводять до зниження структурної привабливості ринку і руйнують існуючі конкурентні переваги. Там, де є висока турбулентність середовища, що обумовлена дерегуляцією і проведенням нової політики державою, а також споживацькими і технологічними змінами, що відбуваються, «правила» конкуренції змінюються.

Підприємство, що працює в активному зовнішньому середовищі, відчуває на собі вплив факторів прямої дії, що роблять безпосередній і негайний вплив на діяльність підприємства і його конкурентоспроможність зокрема, а також вплив факторів непрямої дії – факторів, що можуть не робити прямої негайної дії на підприємство, але з часом позначаються на його конкурентоспроможності. Такі фактори можуть погіршувати конкурентостійкість підприємства, що приведе до зниження його конкурентоспроможності в певний момент в майбутньому.

Таким чином, сили, що впливають на підприємство, можуть впливати на сприятливі зміни, з одного боку, і з іншого, можуть створювати руйнуючу дію на стійкість досягнутого стану, стабільність. Підприємство буде конкурентостійким, якщо фактори внутрішнього і зовнішнього сере-

довища, що впливають на нього, не знизять рівень його конкурентоспроможності на тривалому терміні його функціонування. Конкурентостійке підприємство є конкурентоспроможним як в даний момент часу, так і в майбутньому.

Фактор часу виконує вирішальну роль в створенні стійких конкурентних переваг. Усвідомлення даного факту відкриває перед фірмами великі можливості, дозволяючи управляти подіями, а не підстроюватися під дії конкурентів.

Значення конкурентостійкості для підприємства електрозв'язку пояснюється наступними особливостями галузі зв'язку:

1) швидкий ріст НТП значно впливає на технології, що використовуються підприємствами зв'язку, змінює потреби споживачів;

2) електрозв'язок є наукомістким і капіталомістким виробництвом;

3) посилення конкуренції на ринку зв'язку;

4) головним і визначальним принципом функціонування операторів є соціально-економічна спрямованість, що задовольняє соціальну необхідність для суспільства, що розвивається, і яка визначається розвитком і становленням в Україні ринкової економіки. Останнім часом спостерігається посилення соціальної спрямованості розвитку економіки, що змінює фактори, які стимулюють економічний розвиток підприємства.

В цих умовах дослідження проблем конкурентостійкості підприємства електрозв'язку є своєчасними і актуальними.

Можливі споживачі результатів дослідження: керівники підприємства електрозв'язку, потенційні інвестори, банківські структури, державні органи управління. Результати даного дослідження можуть бути використані як підприємствами, що ставлять перед собою ціль довгострокового успіху, так і державою, для виявлення і підтримки таких підприємств, що сприяють підвищенню конкурентоспроможності країни.

Підприємствам, що працюють в умовах нестабільного, швидко мінливого ринку і стану виробництва, до яких відно-

сяться підприємства електров'язку, потрібно посилення перспективних підходів у забезпеченні конкурентоздатності підприємства електров'язку. Тому визначення факторів, що забезпечують конкурентоспроможність підприємства електров'язку в майбутньому, розробки методів їх оцінки, є актуальною і практично важливою задачею.

Отримані в даній статті результати дозволяють перейти до наступного етапу дослідження – визначення факторів конкурентостійкості підприємства електров'язку і методики їх оцінки.

Література

1. Послання Президента України до Верховної Ради України. Європейський вибір. Концептуальні засади стратегії економічного та соціального розвитку України на 2002-2011 роки. <http://www.president.gov.ua/officdocuments/officmessage/s/88757481.html>
2. Акімова І.М. Промисловий маркетинг.-2-е изд., стер.-К.: О-во «Знання», КОО, 2001.-294 с.
3. Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. Современный экономический словарь. — 2-е изд., испр. М.: ИНФРА-М, 1999. -479 с.
4. Воронкова, Алла Еженівна. Стратегічне управління конкурентоспроможним потенціалом промислових підприємств : Автореф. дис. на здоб. наук. ступ. д-ра екон. наук (08.06.01) / НАН України. - Донецьк, 2001. - 32 с.
5. Оберемчук, Валентина Феодосіївна. Забезпечення конкурентоспроможності підприємства: стратегічні аспекти : Автореф. дис. на здоб. наук. ступ. канд. екон. наук (08.06.01) / Київ. нац. екон. ун-т. - К., 1999. - 20 с.
6. Хамел Г., Прахалад К.К. Конкурируя за будущее. Создание рынков завтрашнего дня/ Пер. с англ.-М.:ЗАО «Олимп-Бизнес», 2002.-288 с.: ил.
7. Д.Аакер. Стратегическое рыночное управление /Пер. с англ. Под ред. Ю.Н.Каптуревского.-СПб.:Питер, 2002.-544 с.: ил.- (Серия «Теория и практика менеджмента»)
8. Ж.Ж.Ламбен. Стратегический маркетинг. - Европ.перспектива, Пер.с фр. - СПб. : Наука, 1996 . - 589с., ил.
9. Дэй Джордж. Стратегический маркетинг. - М.: Изд-во ЭКСМО-Пресс, 2002.-640 с.
10. Надежность и эффективность в технике. Справочник: В 10 т./ Ред.совет: В.С.Авдудевский и др.- М.:Машиностроение, 1986.- Т.1.-224 с.
11. Советский энциклопедический словарь
12. Кульбака Н.А. Оценки экономической устойчивости предприятия. Автореферат магистерской выпускной работы / ДонНТУ.-Донецьк, 2002, 14 с.
13. Тридід, О. М. Стратегія розвитку підприємства в умовах кризи : Автореф. дис. на здоб. наук. ступ. д-ра екон. наук (08.06.01) / Донец. нац. ун-т. - Донецьк, 2002. - 32 с.

Статья поступила в редакцию 05.05.2004