

6.Офіційний сайт Державної іпотечної установи [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.ipoteka.gov.ua>.

7.Офіційний сайт Національного банку України [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.bank.gov.ua>.

8.Офіційний сайт Української національної іпотечної асоціації. Огляд українського ринку іпотечного кредитування. [Електронний ресурс]. Режим доступу: [www.unia.com.ua](http://www.unia.com.ua).

*Рецензент докт. экон. наук, профессор И.С. Гуцал*

339.138:334.7

*Куценко С.В., аспирант,  
ТНУ имени В.И. Вернадского*

## КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ КАК КАТЕГОРИЯ РЫНОЧНОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ

Вступление на мировой рынок многих развивающихся стран и рост открытости национальных экономик привели к значительному усилению конкуренции между предприятиями, отраслями, регионами и странами. В связи с этим назрела острая необходимость формирования и развития конкурентоспособной национальной экономики. Поэтому вопрос исследования конкурентоспособности важен и актуален для экономики страны на современном этапе рыночных трансформаций. Обобщение теоретических концепций и научно-практических разработок позволяет утверждать, что теоретические аспекты конкурентоспособности и обоснования направлений ее обеспечения в полной мере не изучены.

Изучению сущности и развития конкурентоспособности, а также процесса анализа конкурентоспособности посвящены работы многих ученых. В частности, М. Портер проанализировал детерминанты конкурентного преимущества страны; одним из первых сформулировал концепцию конкурентных преимуществ, выделил наиболее типичные причины их возникновения, а также факторы их удержания [1, с. 64; 68; 93]. В. Дж. Стивенсон выделил ключевые способы, при помощи которых предприятия конкурируют друг с другом [2, с. 66]. В свою очередь, Л.В. Балабанова рассмотрела вопросы конкурентоспособности в рыночной экономике и определила основные характеристики данного понятия: сравнительный характер, динамичность, сложность, стратегический характер и ориентацию на концепцию маркетинга [3, с. 21-22].

Каждая из концепций достижения конкурентоспособности имеет своих сторонников. Однако механизмы обеспечения конкурентоспособности являются индивидуальными для каждой отрасли, региона, сектора экономики, а также для государства в целом. В связи с этим необходимо углубить исследования конкурентоспособности, уделив при этом особое внимание развитию отдельных отраслей и секторов экономики.

Целью статьи является обобщение теоретических основ относительно определения категории «конкурентоспособность» и углубление понимания ее экономической сущности в современных условиях.

Разнообразие авторских взглядов к определению понятия конкурентоспособности основано на различных подходах к классификации данной категории: территориально-географическом, структурном, комплексном и т.д.

При идентификации понятия «конкурентоспособность» принципиальным является выделение объекта, применительно к которому оно рассматривается. Очевидно, что невозможно одинаково подходить к определению конкурентоспособности товара, отрасли, кластера, региона, национальной экономики, страны или группы стран. В зависимости от выбора объекта исследования определяется набор показателей, характеризующих уровень его конкурентоспособности, факторы, на неё влияющие, и меры, направленные на её обеспечение. Поэтому большинство исследователей осуществляет вертикальное структурирование данной категории с выделением нескольких уровней объектов конкурентоспособности.

В большинстве научных работ конкурентоспособность рассматривается на микро- и макроуровнях, то есть на уровне предприятия и национального хозяйства отдельной страны. При этом микроуровень отождествляется не только с предприятием, но и с товаром, продукцией, услугами.

Некоторые авторы в понимании категории «конкурентоспособность» базируются на теории конкурентного преимущества, разработанной М. Портером. Сущность ее заключается в том, что конкурентоспособность фирмы как относительная категория может быть обнаружена только путем сравнения с другими фирмами, которые относятся к одной отрасли, как в масштабе страны, так и в масштабах мирового рынка. По мнению М. Портера, фирмы достигают конкурентных преимуществ и обеспечивают свою конкурентоспособность, используя инновации [1, с. 201].

Понимание сущности «конкурентоспособности организации» Р. А. Фатхутдиновым приводит данную категорию к выпуску конкурентоспособной продукции, фактически приравнивая эти два понятия [4, с. 65]. Те же недостатки имеет определение, данное В. Е. Хруцким, И. В. Корнеевой [5, с. 112], но в отличие от Фатхутдинова они конкретизируют то, что конкурентоспособность достигается на конкретных рынках в данный период времени. Г.Л. Азоев [6, с. 78], по сути, указывает критерии оценки конкурентоспособности предприятия.

Существуют подходы, которые носят весьма односторонний характер, базируясь на концепции конкурентоспособности товара, и не отражают эффективность производственно-хозяйственной деятельности производителя. Так, А.Ю. Юданов обращает внимание на то, что конкурентоспособность связана не с отличиями характеристик товара, а с его привлекательностью для покупателей [7, с. 22]. Похожие определения дают В. Дж. Стивенсон, Б.А. Райзберг, Г.М. Скударь и др. Однако такие подходы учитывают конкурентоспособность товаров лишь как составную часть конкурентоспособности предприятия, а конкурентоспособность отрасли в нём вообще отсутствует, в то время как «проблему конкурентоспособности страны нужно рассматривать с точки зрения её отраслей или подотраслей экономики, поскольку ни одна страна не может быть конкурентоспособной во всех отраслях промышленности или сферы услуг» [8, с. 33].

Исследование проблем конкурентоспособности национальной экономики находит отражение в трудах М. Портера, П. Рапкина и Дж. Странда, Я. Жалило, Я. Базилукаи т.д. Конкурентоспособность экономики характеризуется как преимущества системы государственного и общественного устройства страны [9, с. 104], способность государства обеспечить устойчивое, динамическое развитие национальной экономики и материальное благосостояние членов общества, которое не уступает мировым стандартам.

Существует также подход к структурированию объектов конкурентоспособности, находящий отражение в работах М. Гельвановского, в соответствии с которым выделяют следующие уровни формирования конкурентоспособности [10, с. 405]: микро-, мезо-, макро- и мегауровень. И. Фаминский в качестве основных объектов конкурентоспособности выделяет товар, предприятие, отрасль (отраслевой комплекс) и национальную экономику в целом [11, с. 292]. Такое выделение объектов представляется наиболее приемлемым, поскольку даёт возможность точнее идентифицировать конкурентоспособности каждого из них, выявить специфические показатели для анализа уровня их конкурентоспособности, установить взаимосвязь и взаимозависимость объектов различных уровней и выявить механизмы государственного влияния на тот или иной объект конкурентоспособности. В данном подходе чётко прослеживается зависимость показателя конкурентоспособности национальной экономики от конкурентоспособности объектов более низкого уровня, а также обратная связь – влияние государства на достижение конкурентоспособности отраслями, предприятиями и товарами.

Конкурентоспособности отрасли в научных работах не всегда уделяется должное внимание, по крайней мере, данная категория не так детально изучена. Чаще всего конкурентоспособность отрасли интерпретируется как нечто промежуточное между конкурентоспособностями предприятия и экономики, из-за чего не уделяется внимания тому обстоятельству, что механизмы обеспечения конкурентоспособности являются индивидуальными для каждой отрасли. Многие авторы, начиная с М. Портера, считают, что отрасль является лишь совокупностью предприятий, и если большинство из них конкурентоспособно, то автоматически достигается конкурентоспособность всей отрасли [1, с. 217]. Однако факторы конкурентоспособности предприятий и степень влияния на них государственной экономической политики не тождественны отраслевым, т. к. отрасли являются целостными экономическими объектами, имеющими системный характер и обладающими единственными конкурентными преимуществами [12, с. 74].

Традиционно конкурентоспособность мезоуровня понимают как степень возможности отрасли в условиях свободного рынка создавать блага, которые отвечают требованиям внутреннего и внешних рынков, при одновременном обеспечении стабильного роста и развития соответствующего сектора экономической деятельности [12, с. 75]. Более или менее комплексное определение конкурентоспособности отрасли предложил М. Гельвановский, под которой он понимает

эффективность её работы, которая оценивается по традиционным критериям и по показателям, характерным для данной отрасли и описывающим степень её живучести и динамичности в различных условиях развития национальной и мировой экономик [10, с. 69]. Следует отметить, что конкурентоспособность отрасли в целом зависит от политики государства, посредством которой оно оказывает влияние на структуру национальной экономики и поддерживает отрасли в международной конкуренции.

О.Ю. Гохберг привносит новый элемент в теорию конкурентоспособности отрасли, введя дефиницию «конкурентоспособность бизнеса», которая характеризует виды экономической деятельности, на основе которых сформирована отрасль экономики [12, с. 75]. Данный подход позволяет исследовать конкурентоспособность дифференцированных отраслей, например отрасль транспорта. Кроме того, эту категорию можно применять к сектору частного предпринимательства в пределах национальной экономики, т. к. во многих отраслях есть элементы, принадлежащие государственному сектору.

И.В. Пилипенко, например, выступает сторонником географического подхода и считает, что для достижения конкурентоспособности необходимо рационально использовать природно-географические ресурсы, превращать недостатки своего экономико-географического положения в конкурентные преимущества [8, с. 34]. Географическая составляющая для определения конкурентоспособности отрасли весьма важна, поскольку связана со спецификой видов экономической деятельности, которые зависят от наличия природных ресурсов и климатических условий конкретной территории.

Конкурентоспособность отрасли предусматривает наличие конкурентных преимуществ перед аналогичными отраслями за рубежом, которые могут выражаться в наличии рациональной отраслевой структуры и развитой инфраструктуры, гибкой системы научно-технического, производственного и коммерческого сотрудничества, как внутри отрасли, так и с другими отраслями в стране и за ее пределами. Конкурентоспособность отрасли достигается за счет конкурентных преимуществ ее компаний и системы их взаимодействия. Таким образом, отрасль должна рассматриваться как самостоятельная система, которая создает предпосылки для повышения конкурентоспособности.

Итак, на основе проведенного обзора научных исследований установлено, что конкурентоспособность является сложным многоуровневым понятием, основными признаками которого являются относительный (сравнительный), релевантный и динамический характеры. Необходимо четко ставить требования к субъектам конкуренции на каждом из таких уровней.

Очевидно, что стержневым из рассмотренных в работе уровней обеспечения конкурентоспособности выступает макроэкономический, на котором идентифицируются основные условия функционирования всей экономической системы. Следующим по значимости представляется мезоуровень, на котором образуются перспективы развития отрасли и формируются основные предпосылки для эффективной работы предприятий. На микроуровне конкурентоспособность окончательно формируется в виде соотношения цены и качества товара или услуги в зависимости от условий, сформировавшихся на предыдущих двух уровнях, и потенциала предприятия, его способности использовать национальные и отраслевые преимущества. Все перечисленные уровни конкурентоспособности взаимосвязаны и взаимозависимы, неотрывны друг от друга и постоянно взаимодействуют в процессе хозяйственной деятельности.

Таким образом, конкурентоспособность можно определить как экономическую категорию, которая характеризует способность государства обеспечить условия стабильного динамического развития национальной экономики, устойчивого функционирования отраслевого и регионального уровней, а также производственно-экономического развития субъектов ведения хозяйства на основе раскрытия конкурентных преимуществ и возможности адаптации к изменениям внутреннего спроса и мировой конъюнктуры. Дальнейшие исследования будут направлены на идентификацию условий, факторов конкурентоспособности и конкурентных преимуществ портового хозяйства как отдельного сектора национальной экономики.

#### Литература

1. Портер Майкл Е. Конкурентное преимущество: Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость / Майкл Е. Портер; [пер. с англ. Е. Калинина]. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. – 715 с.
2. Вильям Дж. Стивенсон. Управление производством / Вильям Дж. Стивенсон; [пер. с англ.] – М.: ООО «Издательство «Лаборатория Базовых Знаний», ЗАО «Издательство БИНОМ», 1998. – 928 с.: ил.
3. Балабанова Л.В. Управление конкурентоспособностью предприятий на основе маркетинга: [монография] / Л.В. Балабанова, А. В. Кривенко. – Донецк: ДонДУЕТ, 2004. – 147 с.

4. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление / Фатхутдинов Р.А. – М.: ИНФРА-М, 2000. – 312 с.
5. Хруцкий В.Е. Современный маркетинг: настольная книга по исследованию рынка / В.Е. Хруцкий, И.В. Корнеева. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 528 с.
6. Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика / Г.Л. Азоев. – М.: Центр экономики и маркетинга, 1996. – 256 с.
7. Юданов А.Ю. Конкуренция: теория и практика: [учеб.-практич. пос.] / А.Ю. Юданов. – М.: Издательство Гном Д, 2001. – 304 с.
8. Пилипенко И.В. Конкурентоспособность стран и регионов в мировом хозяйстве: теория, опыт малых стран Западной и Северной Европы / И.В. Пилипенко. – М.: Ойкумена, 2005. – 494 с.
9. Жаліло Я.А. Конкурентоспроможність економіки України в умовах глобалізації / Я. А. Жаліло [та ін.]; за ред. Я.А. Жаліло. – К.: НІСД, 2005. – 388 с.
10. Гельвановский М. Конкурентоспособность в микро-, мезо- и макроуровневом измерениях / М. Гельвановский, В. Жуковская, И. Трофимова // Российский экономический журнал. – 1998. – № 3. – С. 67 - 77.
11. Фаминский И.П. Факторы конкурентоспособности и пути её повышения / И.П. Фаминский // Конкурентоспособность и модернизация экономики: В 2-х кн. / Отв. ред. Е.Г. Ясин. Кн 2. – М.: Издательский дом ГУ ВШЭ, 2004. – С. 291-306.
12. Гохберг Ю. Формирование стратегии достижения высокой конкурентоспособности предприятия / Ю. Гохберг, О. Чернега // Экономист. – 2001. – № 12 – С. 74-76.

*Рецензент докт. экон. наук, профессор И.Ю. Швец*

334.78

*Лебединська Я.В., асистент,  
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

### **ВІРТУАЛЬНІ ПІДПРИЄМСТВА ТА CALS-СИСТЕМИ ЯК НОВІТНІ ЗАСОБИ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ: НЕДОЛІКИ, ПРОБЛЕМИ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ВПРОВАДЖЕННЯ**

Віртуальні підприємства є однією з нових організаційних форм підприємств. На розвиток цих форм організації та управління підприємством в більшій мірі вплинули такі тенденції розвитку сучасних ринків, як глобалізація ринків, зростаюче значення якості товару, його ціни і ступеня задоволення споживачів, підвищення важливості стійких відносин зі споживачами (індивідуальними замовниками), а також зростаюче значення ступеня застосування нових інформаційних та комунікаційних технологій [1]. Впровадження віртуальних підприємств, безумовно, є позитивним явищем в сучасній економіці, але поряд з численними перевагами має ряд недоліків, які по-різному розглядаються різними науковцями.

Перш за все, виділяють наступні слабкі місця: надмірна економічна залежність від партнерів, що пов'язано з вузькою спеціалізацією членів мережі; практична відсутність соціальної і матеріальної підтримки своїх партнерів внаслідок відмови від класичних довгострокових договірних форм і звичайних трудових відносин; небезпека надмірного ускладнення, що впливає, зокрема, з різномірності членів підприємства, неясності стосовно членства в ній, відкритості мереж, динаміки самоорганізації, невизначеності в плануванні для членів віртуального підприємства.

При створенні віртуальної організації може виникнути низка проблем, що полягають у необхідності:

- детального вивчення партнерської компанії, особливо її базової компетенції;
- визначення організаційної придатності партнерської компанії як у технологічному, так і в соціальному плані;
- створення високого рівня довіри між компаніями-партнерами;
- формування коопераційного менеджменту з метою координації діяльності територіально розподілених партнерських компаній і встановлення взаємозв'язків, що заслуговують довіри, між компаніями-партнерами [2].

Не слід забувати і про проблеми впровадження CALS-системи на віртуальних підприємствах.

Впровадження принципово нової функціональної організаційної структури на сучасному підприємстві — вкрай важкий процес. Особливо коли йдеться про таке складне поняття, як CALS. Забезпечити життєздатність cals-системи — найважливіше завдання керівництва віртуального