

Федірко Г. А.
аспірант
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»
м. Київ, Україна;
Овчарова С. К.
д-р екон. наук, доц.
Варненський Свободний Університет (ВСУ),
м. Варна, Болгарія

КОНКУРЕНТНА АКТИВНІСТЬ ЯК СКЛADOVA КОНКУРЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА

Аналіз основних категорій і понять надає можливість стверджувати, що конкуренція – це змагання підприємств на ринку, а конкурентоспроможність – це здатність підприємства змагатися з іншими виробниками за частку ринку. Тож центральним пунктом предмету сучасної економічної теорії виступають ринково-конкурентні відносини, і саме конкурентна стратегія визначає активність підприємства. Саме тому, на наш погляд, є потреба проаналізувати категорію «конкурентна активність» та суміжних категорій.

Так, активність – досить об'ємне поняття, і сучасна наукова думка не дає єдиного змістовного визначення даного терміну. В тлумачних словниках присвоюються такі характеристики, як: динамічна діяльність, діяльна участь у чому-небудь, здатність до взаємодії з чим-небудь тощо. У цьому зв'язку мова йде про підприємницьку активність, що є узагальнюючим поняттям і виступає комплексом дій, що відображає прагнення та можливості підприємця, які спрямовані на просування підприємством продукції на ринки та розширення діяльності підприємства; впровадження не тільки нововведень, але і нових для підприємства, хоча вже існуючих на ринку продуктів, що сприяє підвищенню результативності діяльності та зміцненню ринкових позицій. Погоджуємось із твердженням деяких науковців про те, що активність підприємства безпосередньо пов'язана з його діяльністю, проявляється в ній і взагалі не може існувати поза нею.

Тож за своєю сутністю активність є формою прояву діяльності підприємства. Тобто первинним поняттям є «діяльність», а похідним (вторинним) від нього – активність.

Іншими словами, під активністю підприємства розуміємо динамічний прояв з певним ступенем інтенсивності формування, реалізації та зміни діяльності підприємства, що полягає у здатності ефективно використовувати потенціал задля забезпечення стійкого економічного розвитку у довгостроковій перспективі в умовах змінного середовища. Іншими словами така діяльність проявляється у виготовленні та реалізації продукції, виконанні робіт чи наданні послуг; участі у задоволенні суспільних та особистих потреб; здатності до взаємодії та впливі на інших суб'єктів господарювання; діяльності у сфері суспільного виробництва; забезпеченні стійкого розвитку і відтворення.

Досліджуючи активність із точки зору функціонування підприємства як виробничо-господарського механізму, деякі сучасні дослідники ототожнюють його з комерційною активністю та ринковою активністю. Так, визначення різних авторів демонструє, що ринкова активність підприємства характеризує підприємство на ринку та його імідж для споживачів та конкурентів. Іншими словами ринкова активність підприємства визначається через зміну його діяльності на різних ринках, на яких воно функціонує, та проявляється у взаємодії підприємства із зовнішнім середовищем, зокрема, споживачами та конкурентами.

Аналіз основних визначень свідчить про те, що різні автори трактують достатньо неоднозначно терміни «ринкова активність» і «комерційна активність», оскільки використовують для характеристики такі ознаки та показники, що відображають безпосередньо позицію підприємства на ринку, його товарообмінні операції тощо. Таке змішування понять за їх сутністю і показниками суттєво ускладнює об'єктивність економічної оцінки підприємств, не дозволяє робити чіткі акценти з досліджуваних категорій, а отже, робити правильні управлінські рішення. У той час, коли вищезазначені категорії характеризують підприємство виходячи із його позиції на ринку, ділова активність підприємства, на наш погляд, більш пов'язана з внутрішніми аспектами економічної діяльності підприємства. Тому вважаємо, що потрібно дати чітке розмежування категорій «ділова активність», «ринкова активність» і «комерційна активність» підприємства.

Варто зазначити, що поняття «ділова активність» достатньо широке та охоплює практично всі аспекти роботи підприємства. Дослідження розробок науковців щодо трактування цього терміну свідчить про їхнє розмаїття й неузгодженість.

Наукові розвідки деяких авторів зводяться до визначення ділової активності підприємства лише з точки зору декількох аспектів. Наприклад, акцентується увага на належності даного показника до ринково-орієнтованих категорій. Про що свідчать ті його ознаки, що характеризують саме ринкову

позицію підприємства, а саме: рівень товарообміну, імідж підприємства, конкурентоспроможність, тощо (І. К. Біляєвський, О. А. Гринькевич, В. О. Мец та ін.). Проте, на нашу думку, ділову активність підприємств не слід обмежувати лише макроекономічними параметрами, оскільки вона більшою мірою характеризує внутрішні аспекти господарської діяльності підприємств.

Окремі автори відокремлюють лише фінансові характеристики даного показника. Такими є забезпеченість підприємства оборотними засобами та швидкість їх обігу, величина авансованого капіталу тощо (Н. В. Нестеренко, Б. Річард та ін.). При цьому сучасний стан розвитку економіки вимагає від підприємств принципово нових підходів до встановлення показників, що характеризують різні напрями їх діяльності. Саме тому використання тільки фінансової складової для визначення сутності ділової активності не є достатньо виправданим. Потребують уваги також управлінські фактори, інформаційна забезпеченість, потенціал підприємства за сферами його діяльності, організаційні фактори та ін., урахування яких дає більш повне уявлення про характер ділової активності підприємства [2].

Тож аналіз існуючих поглядів до трактування поняття «ділової активності» демонструє, що різні автори неоднозначно визначають даний термін. Деякі з них зосереджуються на ринковій його спрямованості, характеризуючи в такому разі «ринкову активність». У той же час дослідження інших науковців спрямоване на вивчення внутрішніх фінансових факторів, що впливають на рівень ділової активності. Таке міксування поглядів та думок щодо визначення ділової активності значно ускладнює здійснення об'єктивної оцінки підприємств, не дозволяє правильно розмежовувати категорії «ринкова активність», «комерційна активність» та «ділова активність», тим самим унеможлиблюючи розробку та прийняття якісних управлінських рішень у сфері ділової активності.

Також у наукових джерелах можна зустріти ще таке поняття як «економічна активність», що у класичному розумінні пов'язане із використанням ресурсів праці. Тобто господарська активність у міру виконання підприємством своїх економічних функцій формує його економічну активність.

О.О. Вавилов [1] зазначає, що економічна активність – цілеспрямована діяльність людини в економічних процесах, яка спрямовується на отримання чистих вигід. Проявляється вона у двох видах: цілеспрямована діяльність в якості найманого працівника і в якості підприємця. Окрім цього, науковець визначає підприємницьку активність як прояв економічної активності суб'єктів господарювання, т.б. як міра економічної діяльності і спрямована на реалізацію внутрішнього та зовнішнього потенціалу людини задля досягнення економічних результатів і задоволення суспільних та власних потреб.

Категорію «економічна активність» можна розглядати з позицій теорії економіки праці, яка оперує такими поняттями, як «економічно активне» та «економічне неактивне населення». Адже згідно рекомендацій Міжнародної організації праці, поняття «економічна активність» можна застосовувати до населення, групи чи особи, які протягом певного періоду забезпечують пропозицію своєї робочої сили для виробництва товарів, надання послуг чи виконання робіт.

Тож ми погоджуємось з думкою Д.О. Мардар [3, с. 254], що «економічна активність підприємства» – це такий стан діяльності підприємства, при якому забезпечуються стійкі економічно обумовлені темпи його розвитку і відтворення.

Отже, успіх підприємства в конкурентній боротьбі залежить від трьох базових груп факторів – етапу життєвого циклу підприємства, його ринкової активності й потенційних можливостей розвитку. При цьому невід'ємною складовою конкурентної активності підприємства, на нашу думку, виступає процес стратегічних альтернатив за конкурентною позицією, а отже, їх конкурентною активністю.

Саме тому під конкурентною активністю підприємства ми розуміємо макро- та мікроекономічні параметри діяльності підприємства з урахуванням фактору часу, т.б. цей показник відображає не ситуаційні, а довготривалі стосунки й тому належить до стратегічних характеристик. Проявляється безпосередньо через зміну її рівня (інтенсивності) в часі, є наслідком дії сукупності суб'єктивно-об'єктивних чинників та оцінюється з позиції внутрішньо-зовнішнього середовища підприємства на ринку.

Література:

1. Вавилов О.О. Предпринимательство как объект социально-экономического исследования: автореф. дисс. на соискание наук, степени канд. соц. наук: спец. 22.00.03 – экономическая социология и демография. М., 2008. 23 с.
2. Годящев М.О. Ключові властивості ділової активності підприємства. Причорноморські економічні студії. 2017. Вип. 13 (2). С. 66-70.
3. Мардар Д.О. Важливість підвищення економічної активності підприємства. *Управління економічними процесами на макро- і мікрорівні: проблеми та перспективи вирішення: матеріали Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції молодих вчених*, 11–12 квітня 2014. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2014. С. 253-255.