

Висновки. Таким чином, використання в якості узагальнюючого критеріального показника зниження питомих витрат в системі управління витратами як елемента вартісно-орієнтованого управління забезпечує підвищення ефективності діяльності підприємства з точки зору всіх зацікавлених сторін. Слід зазначити, що це узагальнюючий показник, зміст якого зрозумілий і який може бути розрахований на будь-якому рівні управління, для будь-якого структурного підрозділу. В той же час, прийняття у якості критерію показника витрат на одиницю продукції в перспективі працює і на зростання вартості.

Для забезпечення ефективного управління витратами з метою нарощування вартості підприємства необхідна реалізація як оперативного управління поточними витратами в короткостроковій перспективі), так і концепції стратегічного управління витратами, яка з'явилася порівняно недавно та є результатом поєднання трьох напрямів стратегічного менеджменту: аналіз ланцюжка цінностей; стратегічне позиціонування; аналіз і управління чинниками, які визначають витрати. Саме концепція стратегічного управління витратами потребує подальшої розробки та вивчення для використання в процесах вартісноорієнтованого управління.

Список літератури: 1. Мендрул О.Г. Управління вартістю підприємств: теоретичні та практичні аспекти: Автореф. дис... д-ра екон. наук : 08.06.01 / О.Г. Мендрул. – К.: КНЕУ, 2003. – 32 с. 2. Статистичний щорічник України за 2010 рік / [За ред..О.Г. Осауленка]. - К.: ТОВ «Август Трейд», 2011. – 560 с. 3. Управління затратами підприємства: Монографія / [Козаченко Г.В., Погорелов Ю.С., Хлап'юнов Л.Ю., Макухін Г.А.] – К.: Лібра, 2007. – 320 с.

Надійшла до редакції 08.04.2012р.

УДК 658.821

С.С. ТКАЧОВА, канд. екон. наук, Харківський державний університет харчування та торгівлі

МОДЕЛЬ КОНКУРЕНТНИХ СИЛ ГАЛУЗІ ЯК ДЖЕРЕЛО КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА

Систематизовано наукові підходи щодо змісту та структури моделі конкурентних сил галузі. Визначено сутність поняття «конкурентна сила підприємства». Встановлено зв'язок конкурентних сил галузі з конкурентними перевагами підприємства.

Систематизированы научные подходы относительно содержания и структуры модели конкурентных сил отрасли. Определена сущность понятия «конкурентная сила предприятия». Установлена связь конкурентных сил отрасли с конкурентными преимуществами предприятия.

The scientific approaches to content and structure model of competitive forces of industry are systematized. The essence of the concept of "competitive force of enterprise" is defined. The connection of competitive forces in the field of competitive advantage of enterprise is established.

Ключові слова: конкурентні сили галузі, конкурентні сили підприємства, конкурентні переваги підприємства

Вступ. У переважній більшості наукових робіт, присвячених вивченню проблем конкуренції, конкурентоспроможності, конкурентних переваг, обов'язково приділяється увага аналізу конкурентних сил галузі. Найвідомішою є модель конкурентних сил М. Портера, яка підтримується практично всіма закордонними та вітчизняними вченими. Незважаючи на детальний аналіз елементів моделі та конкурентних сил у науковій літературі, існує необхідність подальшого дослідження моделі як джерела конкурентних переваг підприємства.

Постановка завдання. Можливості ефективного використання моделі конкурентних сил галузі у своїх наукових працях вивчають Ж.-Ж. Ламбен, Л. Балабанова, В. Холод, Г. П'ятницька, Н. П'ятницька, М. Мартиненко, І. Ігнат'єва, Ю. Іванов, З. Шершньова, О. Тищенко, С. Клименко та багато інших.

Метою наукової роботи є встановлення зв'язку між конкурентними силами галузі та конкурентними перевагами підприємства, що успішно працює в ній. Досягненню мети сприятиме систематизація наукових підходів щодо трактування моделі конкурентних сил галузі; визначення сутності поняття «конкурентна сила підприємства».

Методологія. Для досягнення поставлених в роботі мети та завдання використано компаративний аналіз наукових підходів щодо змісту та структури моделі конкурентних сил галузі. Елементи моделі систематизовано за поведінковим, структурним та функціональним підходами до конкуренції.

Результати дослідження. Вивчення моделі конкурентних сил за науковими підходами вищезазначених науковців, дозволило зробити висновок про те, що є певні відмінності у назвах моделі, складі її елементів, формулюванні конкурентних сил тощо (табл.). Так, за існуючими назвами моделі можна прослідкувати розширення діапазону її використання. Від розширеної концепції суперництва [1, с. 279; 2, с. 14], концепції конкуренції [3], моделі конкурентних сил [2, с.15; 4, с. 44; 5; 6], моделі галузевої конкуренції [7, с. 80], моделі аналізу конкуренції [8, с. 82] до моделі конкурентних переваг [9].

Популярність моделі пояснюється її багатофункціональністю, адаптивністю до зміни умов зовнішнього середовища, одночасній відповідності різним підходам до конкуренції тощо. Дослідження наукових підходів щодо структури моделі показало, що константою в кожному її варіанті є п'ять елементів. Поділяючи позицію автора моделі конкурентних сил – М. Портера, практично всі науковці визначають: діючих у галузі конкурентів, постачальників, покупців, потенційних конкурентів, товари-замінники.

Зазначене удосконалення елемента «товари-замінники», на наш погляд, підвищило його значущість серед інших елементів моделі.

Проведене дослідження показало, що саме у науковців пострадянського простору, включаючи вітчизняних, виникли пропозиції включити до переліку конкурентних сил: державну політику у сфері регулювання конкуренції [4, с. 51]; організації-регулятори та партнерів [7, с. 93]; всі зацікавлені групи, до складу яких відносять уряд, законодавчі та регулюючі органи, будь-які комерційні та некомерційні організації (які не увійшли до складу попередніх елементів моделі) [5]. Пропозиції науковців свідчать про поки ще сильну позицію держави як елемента

моделі, спроможного створювати конкурентні відносини на ринку, удосконалювати правила конкуренції, її інституційне забезпечення.

Таблиця – Систематизація наукових підходів щодо трактування моделі конкурентних сил М. Портера

Автор [посилання]	Назва моделі	Елементи; конкурентні сили
1	2	3
Портер М. [10, с. 30]	Модель конкурентних сил, що визначають прибутковість галузі	Елементи: діючі у галузі конкуренти; постачальники; покупці; потенційні конкуренти; продукти-замінники. Рушійні конкурентні сили: суперництво між діючими на ринку конкурентами; ринкова влада постачальників; ринкова влада покупців; загроза виходу на ринок нових конкурентів; загроза з боку субститутів.
Балабанова Л., Холод В. [2, с. 15]	Модель п'яти конкурентних сил бізнесу за М. Портером	Елементи: конкуруючі продавці; постачальники; споживачі; потенційні конкуренти; підприємства із інших галузей, які пропонують товари-замінники. Конкурентні сили: загроза інтенсивного суперництва; загроза зростання ринкової влади постачальників; загроза посилення ринкової влади споживачів; загроза появи нових конкурентів; загроза товарів-замінників.
Мартиненко М., Ігнат'єва І. [8, с. 82]	Модель аналізу конкуренції М. Портера	Елементи: структура і масштаби конкуренції в галузі; постачальники; споживачі; потенційні учасники галузевої конкуренції; товари-замінники.
Шершньова З. [7, с. 80]	Модель галузевої конкуренції,	Елементи: організація; галузеві конкуренти; постачальники; споживачі, підприємства, що потенційно можуть ввійти у галузь; товари-замінники; партнери; організації-регулятори.
Клименко С. та ін. [4, с. 44]	Модель п'яти сил конкуренції	Елементи: продавці однієї галузі; постачальники ключових ресурсів; покупці; потенційно нові на ринку фірми; фірми з інших галузей, які пропонують товари-замінники; державна політика у сфері регулювання конкуренції. Конкурентні сили: суперництво між конкуруючими продавцями однієї галузі; економічні можливості та торговельні спроможності постачальників; економічні можливості та купівельні спроможності покупців; загроза входу в галузь нових конкурентів; конкуренція з боку товарів, що виробляються фірмами інших галузей і є гідними замінниками, а також конкурентоспроможні за ціною; створення конкурентних відносин на ринку.
Гольдштейн Г. [6]	Модель п'яти сил Портера:	Конкурентні сили: суперництво існуючих фірм; можливості постачальників торгуватися; можливості споживачів (покупців) торгуватися; ризик входу потенційних конкурентів; загрози продуктів-замінників.

Продовження табл.

1	2	3
Фатхутдінов Р., Осовська Г. [11, с. 181]	Чинники, що визначають конкуренцію в галузі	Чинники: конкурентоздатність країни; конкурентоздатність галузі; конкурентоздатність суміжних галузей; конкурентоздатність даного ринку; конкурентоздатність виробника і його конкурентів; конкурентоздатність постачальників; конкурентоздатність товарів на ринку; конкурентоздатність товарів-замінників; форма ринку, кількість виробників і покупців; розмір ринку; середньогалузева норма прибутку; стадія життєвого циклу ринку; доступ на ринок; якість правового забезпечення; сила конкуренції на ринках продавців і покупців; політика ціноутворення; якість сервісу; якість підготовки фахівців у галузі; якість управління; якість державного регулювання ринкових відносин та ін.
[5]	Модель конкурентних сил Портера	Елементи: виробники; постачальники; покупці, споживачі; нові учасники ринку; продукти-замінники, технології; зацікавлені групи. Конкурентні сили: протистояння існуючих виробників; сила постачальників; сила споживачів; загрози нових учасників ринку; загрози аналогічної продукції; сила інших зацікавлених груп.
[12]	Модель М. Портера	Конкурентні сили: конкуренція у галузі; залежність від постачальників; залежність від споживачів; загроза приходу нових конкурентів; загроза заміни товару або послуги
[3]	Концепція конкуренції	Елементи: конкуренти у галузі; постачальники; клієнти; потенційні конкуренти; замінники. Конкурентні сили: конкуренція серед виробників у самій галузі; сила позиції постачальників; сила позиції клієнтів; загроза появи нових конкурентів; загроза заміни даного продукту новими продуктами.
Ланкін В. [9]	Модель конкурентних переваг Портера	Елементи: внутрішньогалузеві конкуренти; постачальники матеріалів, сировини, комплектуючих; покупці кінцевого продукту; нові потенційні конкуренти; товари-замінники. Конкурентні сили: конкуренція у галузі; активна позиція постачальників; посилення позиції покупців; загроза з боку нових конкурентів; загроза з боку товарів-замінників.
П'ятницька Г., П'ятницька Н. [13, с. 380]	Чинники галузевої конкуренції	Елементи: конкуренти у галузі; постачальники; покупці; потенційні конкуренти; замінники. Конкурентні сили: суперництво існуючих підприємств; вплив постачальників; вплив покупців; загроза входу потенційних конкурентів; загроза виробництва замінників – товарів або послуг.

Детальний аналіз формулювання конкурентних сил за всіма науковими підходами, що аналізуються у роботі, дозволив зробити наступні висновки. По-перше, конкурентні сили, що характеризують елемент внутрішньогалузевої або галузевої конкуренції, визначаються як суперництво [4; 6; 10; 13], інтенсивне

суперництво [2], протистояння [5], конкуренція [3; 9; 12]. По-друге, конкурентні сили, пов'язані зі станом елементів «потенційні конкуренти» та «товари-замінники», у всіх підходах без виключення, трактуються як загрози для підприємств галузі. По-третє, найбільш різноманітними за проявом та силою впливу, у порівнянні з попередніми, є конкурентні сили, що характеризують стан елементів «постачальники» та «споживачі» (покупці або клієнти). На наш погляд, за вказаними у різних підходах конкурентними силами можна визначити різні стадії життєвого циклу галузі, ринкові ситуації: залежність від постачальників, споживачів [12]; вплив постачальників, споживачів [13]; економічні можливості та торговельні спроможності постачальників; економічні можливості та купівельні спроможності споживачів [4]; активна позиція постачальників; посилення позиції споживачів [9]; сила позиції (сила) постачальників, споживачів [3; 5]; ринкова влада постачальників, споживачів [10]; загроза зростання ринкової влади постачальників; споживачів [2].

Всебічний аналіз змісту та структури моделі конкурентних сил дозволяє констатувати, що його складові елементи та конкурентні сили пов'язані з поведінковим, структурним, функціональним підходами до конкуренції. На наш погляд, поведінковий підхід, сутність якого полягає в оволодінні ресурсами споживачів через максимальне задоволення їхніх потреб, характеризують такі елементи моделі, як постачальники та споживачі, багатоваріантність конкурентних сил яких проаналізовано вище. Структурний підхід до конкуренції характеризують галузева конкуренція, елементи «потенційні конкуренти» та «держава» (за умов включення до моделі). Функціональний підхід до конкуренції, сутність якого полягає у впровадженні інновацій, боротьбі нового зі старим, відображає елемент моделі конкурентних сил – товари-замінники або підприємства з інших галузей, які пропонують товари-замінники. На наш погляд, можливим є розгляд моделі конкурентних сил галузі з позиції комплексного підходу, до складу якого входять вищезазначені підходи.

Зв'язок конкурентних сил галузі з конкурентними перевагами підприємства пропонується встановити за допомогою визначення конкурентних сил підприємства. За нашим підходом, конкурентна сила підприємства – це спроможність успішно протидіяти впливу конкурентної сили галузі. Підприємство може переважати як одну, декілька, так і всі конкурентні сили галузі. Величина конкурентної переваги підприємства визначає її характер.

$$\text{КС підприємства} - \text{КС галузі} = \text{КП підприємства} \quad (1)$$

де КС – конкурентна сила; КП – конкурентна перевага.

Мінімальна перевага підприємства свідчить про наявність конкурентної переваги низького порядку; максимальна – про конкурентну перевагу високого порядку, що має спроможність до стійкості.

Модель конкурентних сил галузі має тісний зв'язок з визначенням конкурентних переваг підприємства. Ю. Іванов поклав модель п'яти сил конкуренції М. Портера в основу класифікації конкурентних переваг підприємства [14, с. 35]. Науковець вперше запропонував в якості критерію класифікації – сили конкуренції, визначивши як види конкурентних переваг підприємства: взаємодію з постачальниками; взаємодію зі споживачами; захист від товарів-субститутів; протидію новим конкурентам; конкуренцію на «центральному рингу». Такий

науковий підхід базується на тому, що конкурентна перевага може бути розглянута як відносна перевага суб'єкту господарювання (у порівнянні з конкурентами) у протидії силам конкуренції. Так, конкурентними перевагами успішного підприємства є налагоджені зв'язки з постачальниками, гнучка система знижок від постачальників; популярність торгової марки, висока якість товарів і послуг; застосування у виробництві унікальних технологій; створення вхідних бар'єрів у галузь; стійкі конкурентні переваги високого порядку [14, с. 35].

Висновки. Таким чином, у науковій роботі систематизовано наукові підходи щодо змісту та структури моделі конкурентних сил галузі. Встановлено зв'язок елементів моделі з підходами до конкуренції: поведінковим, структурним, функціональним. Запропоновано введення поняття «конкурентної сили підприємства», за допомогою якого можливе встановлення зв'язку моделі конкурентних сил галузі з конкурентними перевагами підприємства.

Результати наукової роботи будуть використані під час формування системи конкурентних переваг суб'єктів ресторанного бізнесу.

Список літератури: 1. Ламбен, Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок [Текст] : пер. с англ. / Ж.-Ж. Ламбен под ред. В. Б. Колчанова. – СПб. : Питер, 2004. – 800 с. 2. Балабанова, Л. В. Стратегічне маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємств [Текст] : навчальний посібник / Л. В. Балабанова, В. В. Холод. – К. : ВД «Професіонал», 2006. – 448 с. 3. Изучение конкурентов и завоевание преимуществ в конкурентной борьбе [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <<http://www.jobyou.ru/arhiv.html>>. 4. Клименко, С. М. Управління конкурентоспроможністю підприємства [Текст] : навч. посіб. / С. М. Клименко, Т. В. Омеляненко, Д. О. Барабась, О. С. Дубцова, А. В. Вакуленко. – К.: КНЕУ, 2008. – 520 с. 5. Модель конкурентных сил М. Портера [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <<http://marketolog.biz>>. 6. Гольдштейн, Г. Я. Стратегический менеджмент [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://planovik.ru/management/20/5_4.htm>. 7. Шершньова, З. Є. Стратегічне управління [Текст] : підруч. / З. Є. Шершньова. – К.: КНЕУ, 2004. – 699 с. 8. Мартиненко, М. М. Стратегічний менеджмент [Текст] : підручник / М. М. Мартиненко, І. А. Ігнат'єва. – К.: Каравела, 2006. – 320 с. 9. Ланкин, В. Е. Маркетинг [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.aup.ru/books/m99/6_6.htm>. 10. Портер М. Конкурентное преимущество: Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость [Текст] : пер. с англ. / М. Портер. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2008. – 715 с. 11. Фатхутдінов, Р. А. Управління конкурентоздатністю організації [Текст] : підручник / Р. А. Фатхутдінов, Г. В. Осовська. – К. : Кондор, 2009. – 470 с. 12. Конкурентоспособность фирмы, анализ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <<http://bizkiev.com/content/view/467/205/>>. 13. П'ятницька, Г. Т. Менеджмент громадського харчування [Текст] : підручник для вузів / Г. Т. П'ятницька, Н. О. П'ятницька. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2001. – 655 с. 14. Теоретичні основи конкурентної стратегії підприємства [Текст] : монографія / за заг. ред. Ю. Б. Іванова, О.М. Тищенко. – Х. : ІНЖЕК, 2006. – 384 с.

Надійшла до редакції 07.04.2012р.