

к.е.н. Мізіна О.В., магістрант 2 курсу Марченко А.Д.

Донецький національний технічний університет

ТРАНСФОРМАЦІЯ ПІДХОДІВ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Актуальність теми дослідження. Сучасна господарська діяльність ґрунтується на ринкових відносинах. Центральним поняттям, що виражає сутність ринкових відносин є конкуренція. В Україні дослідженнями проблеми конкурентоспроможності не займалися до 90-х років ХХ століття через відсутність необхідності, а зараз, в умовах діючої економічної системи та жорсткої конкурентної боротьби, це питання стає дуже актуальним. Конкурентоспроможність є основною характеристикою підприємства в умовах його виживання та розвитку на ринку, тому розгляд сутності конкурентоспроможності підприємства, трансформації підходів до її визначення є важливим як для економіки країни в цілому, так і для окремих виробників. Зростання конкурентоспроможності є запорукою отримання високого та стабільного прибутку, а також забезпечення життєдіяльності підприємства, його економічної безпеки та стабільного розвитку.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Сутність поняття конкурентоспроможності підприємства досліджувалось багатьма вітчизняними і закордонними науковцями. Розгляду цієї проблеми присвятили свої праці такі вчені-економісти, як Ансофф І. [1], Портер М. [2], Савчук О. [3], Должанський І.З [4] та багато інших [5-10]. Але, незважаючи на велику кількість робіт і досліджень, присвячених цьому питанню, й до цього часу не має чіткого загальноприйнятого визначення конкурентоспроможності підприємства.

Метою статті є аналіз трансформації та узагальнення підходів до визначення сутності поняття конкурентоспроможності підприємства.

Виклад основного матеріалу. Конкуренція є основним інструментом регулювання ринкової економіки і важливою частиною ринкового середовища

діяльності промислового підприємства. Конкуренція (від лат. *conscutere* – зіштовхуюсь) – економічний процес взаємодії, взаємозв'язку і боротьби між підприємствами, що виступають на ринку з метою забезпечення кращих можливостей збуту своєї продукції, задоволення різноманітних потреб покупців і одержання найбільшого прибутку [1, с. 24].

Здатність підприємства вести суперництво у базовій галузі, на міжгалузевому та світових ринках отримала втілення в категорії «конкурентоспроможність». Зрозуміло, що конкурентоспроможність проявляється тільки в умовах конкуренції і через конкуренцію. Необхідно відмітити, що єдиного підходу до визначення даної категорії у вітчизняній та зарубіжній науці не існує. Аналіз економічної літератури щодо логічного встановлення змісту цього поняття свідчить про наявність багатоаспектного трактування терміну «конкурентоспроможність». Узагальнюючи сутність категорійного апарату в цій галузі дослідження, доцільно звернути увагу на найбільш вдалі визначення, які характеризують відмінності конкретних категорій, що наведені в табл.1.

Таблиця 1

Визначення терміну «конкурентоспроможність підприємства» різними
вченими-економістами

Автор	Конкурентоспроможність підприємства – це
1	2
М.Портер [2, с. 385]	властивість товару, послуги, суб'єкта ринкових відносин виступати на ринку на рівні з аналогічними товарами, послугами або конкуруючими суб'єктами ринкових відносин, що присутні на ринку;
Савчук О. [3, с. 58]	здатність у процесі суперництва досягати кращих результатів в деякій діяльності, сфері функціонування. Вона повинна визначатися конкурентоспроможністю окремих видів продукції, яку воно випускає;
Должанський І.З. [4, с. 28]	можливість ефективно розпоряджатися власними й позиковими ресурсами в умовах конкурентного ринку;

Продовження табл.1

1	2
Василенко В.О. [5, с. 23,85]	здатність організації домагатися своїх цілей в умовах ринку, на якому з аналогічними цілями діють інші підприємства; можливість його ефективної господарської діяльності й її практичної реалізації в умовах конкурентного ринку;
Фатхутдинов Р.А. [6, с. 23]	властивість об'єкта, що характеризується ступенем реального або потенційного задоволення ним конкретної потреби, у порівнянні з аналогічними об'єктами, що є на даному ринку;
Покропивний С.Ф. [7, с. 350]	його здатність до ефективної господарської діяльності та забезпечення прибутковості за умов конкурентного ринку. Тобто, конкурентоспроможність підприємства – це здатність забезпечувати випуск і реалізацію конкурентоспроможної продукції;
Кобиляцький Л.С. [8. с. 81]	показники, які характеризують ефективність виробничої діяльності, фінансового стану підприємства, ефективності організації збуту і просування товару порівняно з підприємствами-конкурентами;
Нємцов В.Д. [9, с. 220]	може бути визначена як комплексна порівняльна характеристика підприємства, яка відображає ступінь переваги сукупності оціночних показників його діяльності, що визначають успіх підприємства на певному ринку за певний проміжок часу, по відношенню до сукупності показників конкурентів;
Воронін Г. [10, с. 18]	багатогранне поняття, яке включає в себе не тільки якісні та цінові параметри промислової продукції, але й залежить від рівня менеджменту, управління фінансовими потоками, інвестиційної та інноваційної складової в діяльності підприємства;
Гринько Т.В. [11, с. 50]	здатність підприємства господарювати ефективніше, ніж інші підприємства-конкуренти у визначеному сегменті ринку;
Карпенко Є.М. [12, с. 257]	відносна характеристика, яка проявляється в умовах конкуренції як здібність задіяти необхідні ресурси і зробити з них конкурентоспроможний товар, визначається продуктивністю використання виробничих ресурсів, обумовлює його положення на ринку і залежить від аналогічної властивості його галузі та країни;

Продовження табл.1

1	2
Шершньова З.Є., Оборська С.В. [13, с. 67]	рівень його компетенції відносно інших підприємств-конкурентів у нагромадженні та використанні виробничого потенціалу певної спрямованості, а також його окремих складових: технології, ресурсів, менеджменту, навичок і знань персоналу тощо, що знаходить вираження в таких результуючих показниках, як якість продукції, прибутковість, продуктивність тощо;
Енциклопедія бізнесмена, менеджера, економіста [14, с. 297]	рівень його компетентності порівняно з іншими підприємствами-конкурентами за такими параметрами, як технологія, практичні навички і професійні знання персоналу, рівень стратегічного і поточного планування, політика збуту, рівень управління, комунікації тощо;
Дикань В.Л. [15, с. 30]	особливе поєднання характеристик об'єкта, які визначають його місце в ієрархічній системі оцінок об'єктів, що до нього подібні.

Вочевидь, що визначення сутності поняття конкурентоспроможності підприємства базуються на різних підходах. Ці підходи деякою мірою відображують зміну маркетингових концепцій, щодо взаємовідносин між виробниками та споживачами, від концепції удосконалення виробництва до концепції маркетингу, яка ґрунтується на ствердженні, що запорукою досягнення цілей підприємства є визначення потреб споживачів і задоволення цих потреб ефективнішими, ніж у конкурентів, методами. Наприклад, Т.М. Плотіціна згрупувала визначення конкурентоспроможності підприємства, які були надані російськими вченими, у три групи: до першої групи віднесено визначення, які базуються на внутрішній та зовнішній діяльності підприємства; до другої групи визначення, які базуються на товарній складовій, тобто поняття конкурентоспроможності підприємства визначається через конкурентоспроможність його продукції; в третю групу віднесені визначення, що поєднують в собі як товарну, так і виробничу складову діяльності підприємства [16, с. 205].

Ю.Б. Іванов, П.А. Орлов, О.Ю. Іванова виділяють чотири підходи до визначення конкурентоспроможності підприємства: компаративний, ресурсний, сполучення компаративного та ресурсного підходів та системний (див. рис. 1) [17, с. 23].



Рисунок 1. Підходи до визначення конкурентоспроможності підприємства

В.М. Горбатов виокремлює наступні підходи до визначення конкурентоспроможності суб'єктів господарювання: визначення, в яких конкурентоспроможність підприємства ототожнюють з конкурентоспроможністю продукції; визначення, в яких конкурентоспроможність підприємства розглядають через конкурентні переваги підприємств; визначення, в яких конкурентоспроможність підприємства розглядають як здатність вести конкурентну боротьбу; визначення, в яких конкурентоспроможність підприємства розглядають як потенціал підприємства; визначення, в яких конкурентоспроможність підприємства ототожнюють з ефективністю виробничо-господарської

діяльності; визначення, в яких конкурентоспроможність підприємства розглядають з точок зору різних підходів одночасно (рис. 2) [18, с. 284].

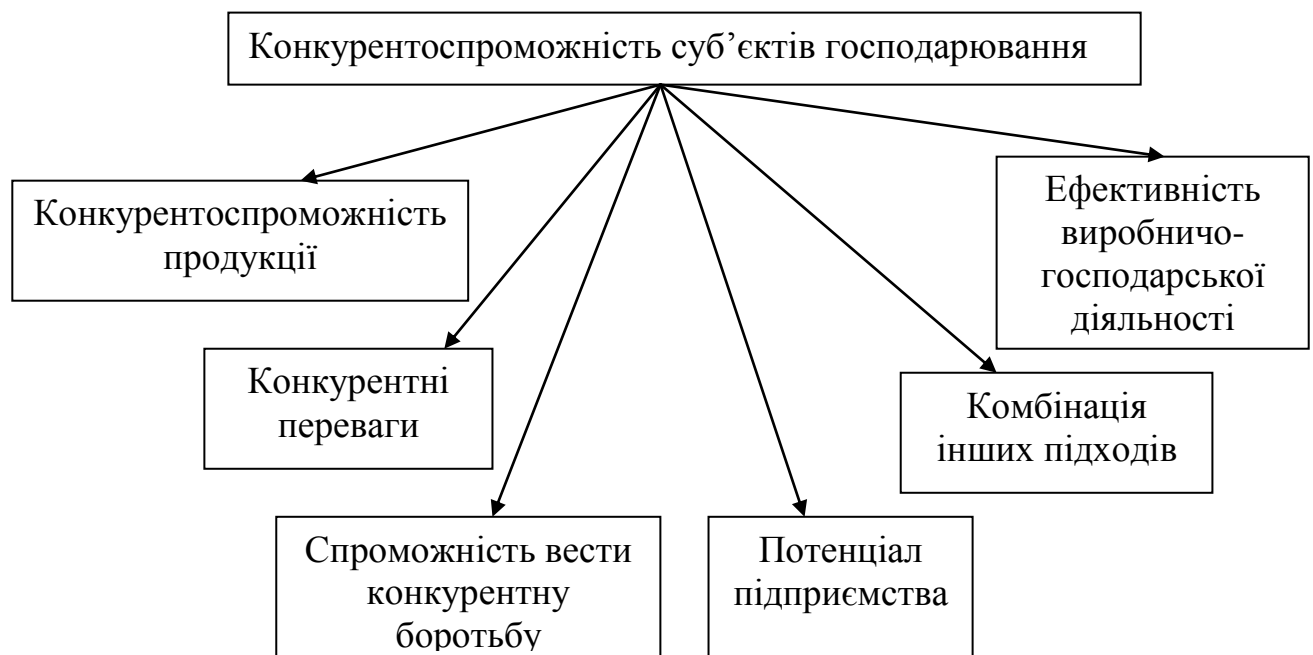


Рисунок 2. Схема основних підходів до визначення поняття «конкурентоспроможності» суб'єктів господарювання

Аналізуючи погляди на визначення поняття «конкурентоспроможність підприємства», окремі точки зору можна згрупувати наступним чином.

По-перше, більшість авторів вважають, що конкурентоспроможність підприємств – це поняття, яке визначається і залежить від конкурентоспроможності товарів.

По-друге, автори вважають конкурентоспроможність підприємств результатом ефективної господарської діяльності за умов конкурентного ринку.

По-третє, автори розглядають конкурентоспроможність підприємства як його комплексну порівняльну характеристику, яка відображає ступінь конкурентних переваг його діяльності над іншими підприємствами-конкурентами.

По-четверте, окремі економісти стверджують, що конкурентоспроможність підприємств – це система економічних категорій,

елементами якої є конкурентоспроможність продукції і фінансова конкурентоспроможність.

По-п'яте, автори визначають, що конкурентоспроможність підприємств – є результатом підвищення продуктивності використання його ресурсів.

По-шосте, автори розглядають конкурентоспроможність підприємств з позиції маркетингової складової: наявність ефективного маркетингового комплексу, торгової марки, іміджу тощо.

По-сьоме, автори визначають конкурентоспроможність підприємства як завойовування частки міжнародного конкурентного ринку шляхом зосередження уваги на удосконаленні зовнішньоекономічної діяльності.

По-восьме, науковці розглядають конкурентоспроможність підприємства як результат ефективного використання людського капіталу. Саме людський капітал, а не заводи, обладнання і виробничі запаси, є наріжним каменем конкурентоспроможності підприємства, економічного зростання та ефективності.

По-дев'яте, зарубіжні економісти, розглядають конкурентоспроможність підприємства як постійне збільшення його вартості (капіталу).

Висновки. Аналіз вище розглянутих досліджень свідчить, що тлумачення сутності конкурентоспроможності підприємства залежить від обраного підходу - маркетингового, ресурсного, виробничого, комплексного й т.і., що є відображенням багатоаспектності діяльності підприємства та середовища цієї діяльності. Але є основні моменти, які, на нашу думку, необхідно виділити при визначенні сутності цього поняття:

- 1) Здатність підприємства мати перевагу порівняно з іншими суб'єктами ринку в межах галузі, всередині країни та за її межами.
- 2) Здатність підприємства випускати конкурентоспроможну продукцію.
- 3) Властивість суб'єкта конкурувати із іншими суб'єктами ринку.
- 4) Здатність підприємства отримувати прибуток за вкладений капітал.
- 5) Рівень ефективності використання економічних ресурсів.

На цій основі пропонується наступне трактування: конкурентоспроможність підприємства – це багатоаспектна характеристика об'єкта, яка відображає його здатність застосовувати свої сильні сторони та направляти свої зусилля в тій сфері виробництва товарів та послуг, де воно зможе зайняти лідируючі позиції на внутрішньому та зовнішньому ринках, а також задовольняти конкретні потреби краще, ніж аналогічні об'єкти, та забезпечувати стабільне функціонування у динамічних ринкових умовах.

Список літератури:

1. Ансофф И. Планирование будущего корпорации / И. Ансофф. – М.: Прогресс, 1985. – 560 с.
2. Портер М. Конкуренция / М. Портер. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2001. – 495 с.
3. Савчук О. Системний підхід до аналізу конкурентоспроможності промислового виробництва / О. Савчук // Економіст. – 2001. – №12. – С. 58-61.
4. Должанський І.З. Конкурентоспроможність підприємства / І.З. Должанський, Т.О. Загорна. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 384 с.
5. Василенко В.О. Стратегічне управління / В.О. Василенко. – К.: ЦУЛ, 2003. – 396 с.
6. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление / Р.А. Фатхутдинов. – М.: ИНФРА-М, 2000. – 312 с.
7. Економіка підприємства: підручник / За заг. ред. С.Ф. Покропивного. – К.: КНЕУ, 2001. – 526 с.
8. Кобиляцький Л.С. Управління конкурентоспроможністю / Л.С. Кобиляцький. – К.: Зовнішня торгівля, 2003. – 302 с.
9. Нємцов В.Д. Стратегічний менеджмент: підр. [для студ. вищ. навч. закл.] / В.Д. Нємцов, Л.Є. Довгань. – К.: ТОВ «УВПК ЕксОб», 2004. – 559 с.
10. Воронин Г. О конкурентоспособности промышленных предприятий / Г. Воронин // Экономист. – 2004. – № 6. – С. 18.
11. Гринько Т. Фактори конкурентоспроможності підприємств / Т. Гринько // Держава та регіони. – 2004. – №2. – С. 50-53.
12. Карпенко Е. М. Методологические подходы к оценке уровня конкурентоспособности предприятий / Е.М. Карпенко, Н.П. Драгун // Региональные перспективы. – 2000. – № 2-3 (9-10). – С. 256-258.
13. Шершньова З.Є. Стратегічне управління / З.Є. Шершньова, С.В. Оборська. – К.: КНЕУ, 1999. – 384 с.
14. Енциклопедія бізнесмена, менеджера, економіста / Під ред. Р. Дяківа. – К.: Міжнародна економічна фундація, 2000. – 706 с.
15. Дикань В.Л. Обеспечение конкурентоустойчивости предприятия / В.Л. Дикань. – Х.: Основа, 1995. – 158 с.

16. Плотичина Т.М. Определение конкурентоспособности предприятия / Т.М. Плотичина // Вестник ТГТУ. – 2010. – № 1. – Том 16. – С. 205-211.

17. Іванов Ю.Б. Конкурентні переваги підприємства: оцінка, формування та розвиток / Ю.Б. Іванов, П.А. Орлов, О.Ю. Іванова. – Х.: ІНЖЕК, 2008.– 352 с.

18. Горбатов В.М. Конкурентоспособность и циклы развития интегрированных структур бизнеса: монография / В.М. Горбатов. – Х.: ИД «ИНЖЭК», 2006. – 592 с.