

УДК 658

А. О. ЛЕВИЦЬКА

Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ

ДОСЛІДЖЕННЯ ЕВОЛЮЦІЇ ВИЗНАЧЕННЯ ТА ТРАКТУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

В даній статті автором розкрито актуальність конкурентоспроможності підприємства в ринкових умовах, досліджено та проаналізовано зміст трактувань «конкурентоспроможність» та «конкурентоспроможність підприємства», а також запропоновано власне визначення конкурентоспроможності підприємства, враховуючи фактори впливу зовнішнього та внутрішнього середовища.

In the given article the author opens an urgency of competitiveness of the enterprise in market conditions, the maintenance of interpretations "competitiveness" and "competitiveness of the enterprise" is investigated and analysed, and also own definition of competitiveness of the enterprise is offered, taking into account factors of influence of the external and internal environment.

Ключові слова: конкурентоспроможність, конкурентоспроможність підприємства, ринкові умови.

Однією з важливих характеристик підприємства в умовах глобалізації визначається показник рівня конкурентоспроможності підприємства, підтримання конкурентних переваг на ринку. Для сучасного стану ринкового середовища, в якому функціонують підприємства, характерними є нестабільність макроекономічних та мікроекономічних чинників розвитку, у зв'язку з чим особливої ваги набуває формування конкурентних переваг діяльності одних підприємств порівняно з іншими. Одним із головних завдань на шляху розбудови в Україні ефективного функціонуючої ринкової економічної системи є вирішення складних питань забезпечення вітчизняного ринку високоякісними і конкурентоспроможними товарами, а, і вихід з ними на міжнародний ринок.

В сучасних умовах високий рівень конкурентоспроможності підприємства залежить насамперед від високого рівня конкурентоспроможності продукції. Насамперед, конкурентоспроможність – одна з головних складових успіху будь-якого підприємства. Термін «конкурентоспроможність» може бути застосований до продукції чи товару, підприємства (виробника), галузі (національної економіки). Кожна з цих категорій має суттєві відмінності та характерні риси, які підтверджують правомірність такої їх диференціації. Конкурентоспроможність підприємства досягається за рахунок створення конкурентних переваг у порівнянні з іншими підприємствами конкурентами, тобто за рахунок тих самих методів, що й конкурентоспроможність продукції, зважаючи на те що ці поняття схожі та не розривні між собою. Узагальнюючими для цих категорій є те, що вони відображають здатність об'єкту дослідження ефективно виконувати свої функції в умовах формування конкурентного середовища.

Аналіз наукових праць і публікацій свідчить, що науковці більше висвітлюють проблему підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства, ніж її забезпечення. З цих питань у світі щороку видаються десятки наукових праць, журналів, їх розробляють сотні наукових підрозділів, постійно проводяться міжнародні та національні конференції, симпозиуми. І хоча механізм забезпечення конкурентоспроможності розроблений ще недостатньо повно, його теоретична, методологічна й практична значимість уже широко визнана, оскільки наука і практика відчувають потребу в нових ідеях.

Теоретичні проблеми забезпечення конкурентоспроможності завжди посідали чільне місце у системі наукових досліджень практично усіх економічних шкіл і течій. Слід урахувати й те, що в економічній науці, на нашу думку, ще чітко не сформувалася методологія управління конкурентоспроможністю підприємства. У процесі зародження знаходяться проблеми конкурентоспроможності, які визначаються окремими течіями та напрямками, що розвиваються на власних методологічних засадах чи конкурують між собою.

Сьогодні виникають нові відносини між виробниками та споживачами продукції, коли виробник має постійно піклуватися про пошук тих переваг, які забезпечують йому належний рівень конкурентоспроможності відносно конкурентів. Однак, неефективна робота українських підприємств в умовах конкуренції, невизначеність концептуальних підходів до трактування поняття «конкурентоспроможність», та практичних питань управління конкурентоспроможністю підприємства потребує проведення серйозних досліджень в цій сфері. Для формування системи управління конкурентоспроможністю необхідно зробити ретельний аналіз існуючих точок зору, критичне осмислення існуючих у світі підходів до поняття конкурентоспроможності.

Багато авторів у своєму розумінні цієї категорії базуються на теорії конкурентної переваги М. Портера, у відповідності до якої конкурентоспроможність підприємства, як відносна категорія, може бути оцінена у межах груп підприємств, які належать до однієї галузі [1].

Одне з найпоширеніших визначень, що дає М. Єрмолов: «Конкурентоспроможність виробника являє собою відносну характеристику, яка відображає відповідності процесу розвитку даного виробника від виробників-конкурентів яка за ступенем задоволення своїми товарами чи послугами конкретної суспільної потреби, так і за ефективністю виробничої діяльності» [2]. Тобто підприємству потрібно знайти та реалізувати такі конкурентні переваги, використання яких дозволить йому досягти високого рівня конкурентоспроможності та підтримування його протягом тривалого періоду часу.

Деякі автори, трактуючи конкурентоспроможність підприємства, простежують зв'язок з такою ознакою конкуренції, як суперництво, боротьба за досягнення найкращого результату. Так, М. Гельвановський вважає, що конкурентоспроможність це володіння властивостями, які створюють конкурентні переваги для підприємства [3]. При цьому підприємство має піклуватися про те, щоб постійно покращувати свої властивості, щоб завжди бути попереду конкурентів, тому що кожна властивість, яка дає перевагу, рано чи пізно буде перейнята конкурентами.

Під конкурентоспроможністю розуміють також «можливості підприємств запропонувати товар, який відповідає певним вимогам покупця, тобто визначеної якості, у необхідній кількості, у необхідні терміни та за більш сприятливих умов постачання, ніж конкуренти» [4].

З цим підходом можна погодитись, тому що однією із складових, що забезпечує рівень конкурентоспроможності підприємства, є конкурентоспроможність продукції, яка користується попитом на неї з боку споживачів. Але це визначення більшою мірою підходить для товару, а не для підприємства, тому що воно пов'язує отримання переваг підприємства тільки за рахунок виробництва конкурентоспроможного товару, а конкурентоспроможність підприємства передбачає досягнення переваг над конкурентами у ефективності використанні ресурсів, що знаходить відображення у таких показниках, як якість продукції, прибутковість та продуктивність.

У відповідності до іншого підходу конкурентоспроможність підприємства трактується як «рівень його компетентності відповідно до інших підприємств-конкурентів за такими параметрами, як технологія, практичні навички, знання персоналу, рівень стратегічного і поточного планування, якість системи управління та виробництва, якість продукції, комунікації» [6]. Це трактування містить більш конкретний характер, визначаючий критерії оцінки, однак за своєю суттю обидва підходи є близькими та базуються на позиції зіставлення підприємств, що конкурують чи за відмінностями процесу розвитку, чи за рівнем компетентності.

А. Градов та інші визначають конкурентоспроможність підприємства як її порівняльну перевагу по відношенню до інших підприємств даної галузі у державі чи за її кордонами» [7]. Позитивним у такому підході є те, що він передбачає використання переваги виробника не тільки на внутрішньому ринку, а й на зовнішньому. Негативною стороною визначення є незрозумілість того, в яких сферах підприємство досягає переваг.

Переважає більшість вчених трактують конкурентоспроможність як комплексну характеристику діяльності підприємств, яка базується на аналізі різних аспектів виробничо-господарської діяльності, що дозволяє визначити сильні сторони підприємства у конкурентній боротьбі.

Всі вищезгадані підходи не відображають у повній мірі всієї глибини категорії конкурентоспроможності та мають ряд недоліків, а саме: при оцінці конкурентоспроможності підприємства має бути врахований такий важливий момент, як ступінь адаптації підприємства до змін, що відбуваються у зовнішньому середовищі, це має дозволити підприємству реально визначити свої сильні та слабкі сторони; для оцінки конкурентоспроможності важливо не тільки спрогнозувати місце, яке буде займати підприємство у галузі серед конкурентів на основі аналізу, а й визначити загальний стан галузі та рівень її прибутковості, щоб знати, на які результати може розраховувати підприємство при розгортанні власного виробництва та виходу на ринок продукції; диференціація продукції та диверсифікація виробництва підприємствами галузі ускладнює порівняльну оцінку рівня їхньої конкурентоспроможності.

Інший підхід у дослідженні та оцінці конкурентоспроможності підприємства базується на глибокому вивченні процесів, що протікають у внутрішньому середовищі підприємства, та тих, які відображають його взаємовідносини із зовнішнім середовищем.

Конкурентоспроможність підприємства – система, яка складається з безперервно взаємодіючих факторів та характеризує ступінь реалізації потенційних можливостей підприємства щодо придбання та підтримки протягом тривалого періоду часу конкурентної переваги [8].

При такому підході основний акцент робиться на здатності підприємства привести своє внутрішнє середовище у відповідність до зовнішніх умов, забезпечуючи підтримку та розвиток наявних, а також створення нових конкурентних переваг. Конкурентоспроможність при цьому виступає не тільки як результат, але і як процес, який представляє собою системну категорію, що потребує детального дослідження.

Узагальнюючи сутність категорійного апарату, в цій галузі дослідження, вважаємо за доцільне звернути увагу на найбільш вдалі, на нашу думку, термін, які характеризують відмінності конкретних категорій, а саме конкурентоспроможність та конкурентоспроможність підприємства [9], табл. 1.

Складність конкретизації поняття «конкуентоспроможність» та «конкурентоспроможність

підприємства» виходить із його особливостей, які були виділені в сучасній економічній літературі різними вченими:

- конкурентоспроможність підприємства – це відносне поняття і має різний рівень по відношенню до різних конкурентів;
- автори визначають трактування цих понять як завоювання частки міжнародного конкурентного ринку шляхом зосередження уваги для удосконалення зовнішньоекономічної діяльності;
- автори визначають що конкурентоспроможність підприємств як результат ефективної господарської діяльності за умов конкурентного ринку;
- розглядається як комплексна порівняльна характеристика підприємства, яка відображає сутність конкурентних переваг його діяльності над іншими підприємствами конкурентами;
- представники російської економічної школи, вважають що конкурентоспроможність підприємства – це система економічних категорій, елементами якої є конкурентоспроможність продукції та фінансова конкурентоспроможність;
- підвищення продуктивності використання усіх наявних ресурсів;
- з позиції маркетингової складової, як наявність ефективного маркетингового комплексу, іміджу, торгової марки;
- науковці розглядають конкурентоспроможність підприємства як результат людського капіталу.

Таблиця 1

Трактування різними вченими-економістами термінів «конкурентоспроможність» та «конкурентоспроможність підприємства»

Автор	Визначення та трактування
М. Портер [9]	Конкурентоспроможність – це обумовлений економічний, соціальний та політичний стан країни або окремого товаровиробника на внутрішньому та зовнішньому ринках.
	Конкурентоспроможність – 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.
Енциклопедія бізнесмена, менеджера, економіста [5]	Конкурентоспроможність підприємства - 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, якість систем управління виробництва.
В. О. Василенко [10]	Конкурентоспроможність – здатність організації домагатися своїх цілей в умовах ринку, на якому з аналогічними цілями діють інші підприємства.
	Конкурентоспроможність – здатність комерційної організації робити і продавати конкурентоспроможний продукт, перевага даної конкретної організації стосовно інших організацій конкурентів у даній галузі бізнесу.
	Конкурентоспроможність підприємства - можливість його ефективної господарської діяльності й її практичної реалізації в умовах конкурентного ринку.
Р. А. Фатхутдинов [7]	Конкурентоспроможність – властивість об'єкта, що характеризується ступенем реального або потенційного задоволення ним конкретної проблеми, у порівнянні з аналогічними об'єктами, що є на даному ринку.
З. Є. Шершеньова, С. В. Оборська [11]	Конкурентоспроможність підприємства – це 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, що знаходить вираження в таких результуючих показниках, як якість продукції, прибутковність, продуктивність.

Автор	Визначення та трактування
І. З. Должанський [12]	Конкурентоспроможність підприємства – це можливість ефективно розпоряджатися власними і позиковими ресурсами в умовах конкурентного ринку.
Т. В. Гринько [13]	Конкурентоспроможність – здатність підприємства господарювати ефективніше, ніж інші підприємства-конкуренти.
Л. С. Кобиляцький [6]	Конкурентоспроможність підприємства визначають показники, які характеризують ефективність виробничої діяльності, фінансового стану підприємства, ефективності організації збуту і просування товару порівняно з підприємствами конкурентами, а також показники конкурентоспроможності товарів.
С. П. Ярошенко [14]	Конкурентоспроможність – здатність підприємства діяти в умовах ринкових відносин, отримуючи прибуток, достатній для науково-технічного вдосконалення виробництва, стимулювання працівників і підтримки якості продукції на високому рівні. Мається на увазі, що конкурентоспроможність виробництва в основному зводиться до конкурентоспроможності продукції.
О. Б. Чернега [15]	Конкурентоспроможність – це суб'єктивна і відносна категорія, яка фіксує результати порівнювання, тобто оцінює здатність задовольнити потреби на підставі встановлення ринкової привабливості продукції.
	Конкурентоспроможність підприємства – це сукупність характеристик діяльності, завдяки яким є ринок збуту і задовольняються потреби певних груп покупців.
В. Л. Дикань [16]	Конкурентоспроможність – це особливе поєднання характеристик об'єкта, які визначають його місце в ієрархії системи оцінок об'єктів що до нього подібні.
С. Б. Алексеев [17]	Це економічна категорія, яка дозволяє в умовах конкуренції представити на внутрішній і зовнішній ринок продукції, яка з точки зору конкурентних переваг сприймається споживачем як краща за аналогічну продукцію конкурентів та дозволяє підприємству отримувати плановий дохід, реалізовувати стратегії конкурентної боротьби й забезпечувати виживання і бажане положення на ринку у довгостроковій перспективі.
С. Ф. Покропивний [18]	Конкурентоспроможність підприємства – здатність до ефективної господарської діяльності та забезпечення прибутковості за умов конкурентного ринку. Тобто, це здатність забезпечувати випуск і реалізацію конкурентоспроможної продукції.
Є. М. Карпенко [19]	Конкурентоспроможність підприємства – це 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.
О. Савчук [20]	Конкурентоспроможність – здатність процесів суперництва досягати кращих результатів в деякій діяльності, сфері функціонування. Конкурентоспроможність підприємства повинна визначатися конкурентоспроможністю окремих видів продукції, яку воно випускає.
Г. Воронін [21]	Конкурентоспроможність – 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.
В. Д. Немцов [22]	Конкурентоспроможність підприємства – 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.
Л. Н. Качалина [23]	Конкурентоспроможність – властивість об'єкта, яка характеризує ступінь відповідності техніко-функціональних, економічних, організаційних та інших характеристик об'єкта вимог споживачів, визначає частку ринку, яка належить даному об'єкту, і перешкоджає перерозподілу цього ринку на користь інших об'єктів.

Розглянувши та узагальнивши зміст різних трактувань поняття «конкурентоспроможність» та «конкурентоспроможність підприємства», пропонуємо таке визначення: конкурентоспроможність підприємства – це здатність підприємства до реалізації конкурентних переваг, які дозволяють йому ефективно розвиватися порівняно з іншими підприємствами на внутрішньому та зовнішньому ринках.

Відмітимо, що конкурентоспроможність підприємства нерозривно пов'язана із процесом змін, тобто із процесом реконструкції. Але здійснення змін також має свої особливості. Підприємство повинно постійно підтримувати безперервні удосконалення, може забезпечуватися різними методологічними підходами і характеризуватися різноманітними способами досягнення, використовувати весь набір видів діяльності, які взаємодіють в процесі створення, виробництва і реалізації продукції. Отже, для будь-якої економічної системи конкурентоспроможність є важливою складовою розвитку суспільства, виступає об'єктом пильної уваги науковців, кожному із етапів розвитку продуктивних сил відповідає своє бачення економічної природи конкурентоспроможності.

Література

1. Пригожин А. Организационная диагностика / Пригожин А. – Маркетинг. – 1997. – № 4. – С. 98–105
2. Ермолов М. О. Чем отличается конкурентоспособность фирмы от конкурентоспособности товара / М. О. Ермолов // Как продать ваш товар на внешнем рынке. – М. : Мисль, 2001. – С. 228–241
3. Гельвановский М. Конкурентоспособность на микро-, мезо-, макроуровневом измерении / М. Гельвановский, В. Жуковская // РЭЖ – 2005. – № 3. – С. 67–70.
4. Ліщишин О. І. Довідник економіста підприємця (терміни ринкової економіки) / О. І. Ліщишин, С. В. Мятолич. – Львів : Б. в., 2002. – 176 с.
5. Енциклопедичний словник бізнесмена: менеджмент, маркетинг, інформатика / [під заг. ред. М. І. Молдованова]. – К. : Техніка, 2006. – 856 с.
6. Кобиляцький Л.С. Управління конкурентоспроможністю : [навч. посібник] / Кобиляцький Л.С. – К. : Зовнішня торгівля, 2003. – 304 с.
7. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление / Фатхутдинов Р.А. – М. : ИНФРА – М. – 2000. – 312 с. – (Серия «Высшее образование»).
8. Миронов И.Г. Ваша конкурентоспособность / Миронов И.Г. – М. : Издательство «Альфа-Пресс», 2004. – 160 с.
9. Портер М. Конкуренция / Портер М. – М. : Издательский дом «Вильямс», 2001. – 495 с.
10. Василенко В. О. Стратегічне управління / Василенко В. О. – К. : ЦУЛ, 2003. – 396 с.
11. Шершньова З. Є. Стратегічне управління : [навч. посіб.] / З. Є. Шершньова, С. В. Оборська. – К. : КНЕУ, 1999. – С. 66–84.
12. Должанський І. З. Конкурентоспроможність підприємства : [навч. посіб.] / І. З. Должанський, Т. О. Загорна. – К. : Центр начальної літератури, 2006. – 384 с.
13. Гринько Т. В. Фактори конкурентоспроможності підприємств / Т. В. Гринько // Держава та регіони. – 2004. – № 2. – С. 50–53.
14. Ярошенко С. П. Резерви підвищення конкурентоспроможності підприємства / Ярошенко С. П. – Суми : Козацький вал, 1998. – 249 с.
15. Чернега О. Б. Управление конкурентоспособностью в условиях трансформации экономических отношений / Чернега О. Б. / НАН Украины. Ин-т экономики пром-сти. – Донецк, 1999. – 447 с.
16. Дикань В. Л. Обеспечения конкурентоустойчивости предприятий : монография / Дикань В. Л. – Х. : Основа, 1995. – 160 с.
17. Алексеев С. Б. Теоретические аспекты конкурентоспособности предприятий / С. Б. Алексеев // Економіка: проблеми теорії та практики. – Дніпропетровськ : ДНУ, 2004. – Вип. 191 : в 4 т. Т. II. – С. 614–619.
18. Результати та ефективність // Економіка підприємства : [підручник / за заг. ред. С. Ф. Покропівного]. – К. : КНЕУ, 2001. – 526 с.
19. Карпенко Є. М. Методологические подходы к оценке уровня конкурентоспособности предприятий / Є. М. Карпенко // Регіональні перспективи. – 2000. – № 2–3. – С. 256–259.
20. Савчук О. Системний підхід до аналізу конкурентоспроможності промислового виробництва / О. Савчук // Економіст. – М., 2001. – № 12. – С. 58–61.
21. Воронін Г. О. Конкурентоспроможність промислових підприємств / Г. О. Воронін // Економіст. – М., 2004. – № 6. – С. 18.
22. Немцов В. Д. Стратегічний менеджмент : [навч. посіб. для студ. вищ. навч. закладів] / В. Д. Немцов, Л. Є. Довгань. – К. : ТОВ «УВПК»УксОб», 2004. – 559 с.
23. Качалина Л. М. Конкурентоспособный менеджмент / Качалина Л. М. – М. : Издательство Эксмо, 2006. – 464 с.

Надійшла 16.04.2011