

УДК 334.716.009.12

Конащук В.Л., к.е.н., доцент
доцент кафедри економіки підприємства
Галіздра Є.
Запорізька державна інженерна академія
galizdra.evgenia@gmail.com

ДОСЛІДЖЕННЯ СУТНОСТІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ЕКОНОМІЧНОЇ КАТЕГОРІЇ

Конащук В.Л., Галіздра Є. Дослідження сутності конкурентоспроможності підприємства як економічної категорії. Авторами досліджено сутність та еволюцію поняття «конкуренція», яке є основою визначення сутності понять «конкурентоспроможність» та «конкурентоспроможність підприємства». Розглянуті різні підходи до визначення поняття «конкурентоспроможність» будь-якого об'єкта та виділені важливі її характеристики, запропоновано власне визначення цього поняття.

Конащук В.Л., Галіздра Є. Исследование сущности конкурентоспособности предприятия как экономической категории. Авторами исследована сущность и эволюция понятия «конкуренция», которое является основой определения сущности понятий «конкурентоспособность» и «конкурентоспособность предприятия». Рассмотрены различные подходы к определению понятия «конкурентоспособность» любого объекта и выделены важные ее характеристики, предложено собственное определение этого понятия.

Konaschuk V., Galizdra E. Study the essence of the company's competitiveness as an economic category. The authors investigated the nature and evolution of the concept of "competition", which is the basis for determining the nature of the concepts of "competitiveness" and "competitiveness." The different approaches to the definition of "competitiveness" of any object and highlighted its important characteristics, the authors proposed their own definition.

Постановка проблеми. Дослідження різних аспектів конкурентоспроможності підприємств є важливими й актуальними, оскільки в сучасних ринкових умовах «високий рівень конкурентоспроможності – це основна умова розвитку і життєдіяльності підприємства» [1, с. 4]. Розуміння цього вимагає від вітчизняних підприємств постійних зусиль з підвищення власної конкурентоспроможності через найбільш повне задоволення потреб споживачів, оптимізацію співвідношення якості та ціни продукції, впровадження нових технологічних процесів і модернізацію обладнання, що дозволить забезпечити отримання максимального прибутку з одночасним збільшенням обсягів і розширенням ринків збуту продукції. Особливо актуальним всебічне дослідження питань, пов'язаних з дослідженням аспектів конкурентоспроможності підприємства та напрямів її підвищення, стає в

сучасних умовах посилення процесу глобалізації та євроінтеграції економіки України.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню проблем конкурентоспроможності підприємств у ринкових умовах господарювання присвячені праці таких закордонних та вітчизняних вчених: М. Портера, І. Ансоффа, Ж.-Ж. Ламбена, Ф. Котлера, Р.А. Фатхутдінова, С.І. Савчука, Г.Л. Азоева, А.Ю. Юданова та ін. Однак, незважаючи на ґрунтовні дослідження даної категорії з 60-х років ХХ століття, до цього часу немає загальноприйнятого термінологічного тлумачення цього поняття, пов'язане з тим, що кожен дослідник вкладає в нього певний зміст та бачення з огляду на контекст застосування.

Метою статті є дослідження сутності конкурентоспроможності підприємств як економічної категорії в сучасних економічних умовах.

Виклад основного матеріалу дослідження. Виникнення і розвиток суспільства супроводжується формуванням явища конкуренції (від латинського *conspicere* – стикатися, змагатися), яка є одним із постійно діючих чинників його прогресивного руху вперед. Конкуренція змушує суб'єктів підприємницької діяльності не зупинятися на досягнутому, а постійно самовдосконалюватися, зменшувати витрати на виробництво, покращувати якість продукції (послуг), що пропонуються на ринку, підвищувати свою конкурентоспроможність [1, с. 6]. Тобто, саме конкуренція та її посилення в умовах інтернаціоналізації та глобалізації світової економіки стали тією рушійною силою, що призвела до появи власне терміна «конкурентоспроможність підприємства» та, відповідно, інтересу науковців і практиків до його всебічного дослідження з метою виявлення впливових чинників.

У своєму розвитку конкуренція пройшла певний шлях удосконалення від простих до складніших форм. Конкуренція як явище була властива рабовласницькій, феодальній і навіть первіснообщинній епосі, її зародження й виникнення історично відносять до простого товарного виробництва [2]. Конкуренція, як і будь-яке явище, має свої позитивні риси і недоліки. Серед позитивних рис слід виділити такі: конкуренція виступає механізмом регулювання пропорцій виробництва, рушійною силою розширення асортименту товарів, підвищення їх якості, впровадження новітньої техніки, технології, організації праці й управління, зростання продуктивності, економії ресурсів з метою отримання більшого прибутку. Вона сприяє раціональному перерозподілу ресурсів, охороняє споживача від диктату виробника.

Недоліками конкуренції є:

1. Відволікання значних коштів на невиробничі потреби – зокрема, видатки сучасних фірм на рекламу дуже високі, і це дає підстави вважати їх нераціональними, адже конкуренти також використовують рекламу та рекламні оголошення конкуруючих фірм і таким чином нейтралізують одне одного.

2. Конкурентна система не гарантує того, що першочергово будуть задоволені потреби тих споживачів, які є найменш захищеними в соціальному плані, а вже потім потреби більш забезпечених верств населення. В умовах

конкуренції розподіл доходів відбувається автоматично, не враховуючи етичні аспекти цього питання.

3. У конкурентному середовищі не враховуються потенційно негативні наслідки рішень, які приймаються, якщо це не буде безпосередньо стосуватися діяльності даного підприємства в майбутньому [3].

Але, на підставі проведеного дослідження, можна стверджувати, що її еволюція як економічної категорії не закінчилася і сьогодні. Так, за класифікацією Ф. Шерера і Д. Росса, трактування критеріїв конкуренції можуть бути поділені на типи: поведінкова, структурна, функціональна. Поведінкова – це розуміння конкуренції як боротьби за гроші споживачів шляхом задоволення їх потреб. Структурна – аналіз структури для визначення ступеня свободи продавця і покупця на ринку, а також способу виходу на нього. Згідно з функціональним трактуванням – це суперництво старого з новим [4; 5]. За всіма трьома критеріями поняття конкуренції та її розуміння до сьогодні продовжує вдосконалюватися з огляду на зміни в зовнішньому середовищі функціонування підприємств, вдосконалення методів і способів ведення конкурентної боротьби. Крім того, український вчений С.А. Єрохін пропонує таке поняття, як «гіперконкуренція – ситуація, коли підприємства дедалі більшою мірою зазнають сукупного впливу раніше ізольованих один від одного конкурентних факторів, що веде до виникнення багатоаспектності, динамічності та агресивної конкуренції» [4].

Таким чином, складність і багатоаспектність феномена конкуренції на пряму впливає на неоднозначність трактування вченими-економістами поняття «конкурентоспроможність» взагалі та «конкурентоспроможність підприємства» зокрема. Так, Бондаренко М.В. та Ігнатенко Л.О. в своєму дослідженні наголошують [6, с.12], що велика кількість підходів до визначення поняття «конкурентоспроможність» будь-якого об'єкта дозволяє виділити таку низку її важливих характеристик:

1. Конкурентоспроможність має три рівні визначення:
 - конкурентоспроможність товару – мірило його привабливості для споживача; відповідність товару вимогам ринку; можливість збуту товару на конкретному ринку;
 - конкурентоспроможність підприємства – здатність підприємства конкурувати з іншими підприємствами;
 - конкурентоспроможність країни – здатність економіки однієї держави конкурувати з економікою інших держав за рівне ефективне використання національних ресурсів, підвищення продуктивності народного господарства й забезпечення на цій основі високого та постійно зростаючого рівня життя населення.

2. Конкурентоспроможність має динамічний характер.

3. Конкурентоспроможність як економічна категорія має релятивістську природу, адже існує в порівнянні.

4. Конкурентоспроможність є залежною від стадії економічного циклу: для конкурентоспроможності товару – від стадії життєвого циклу товару; для конкурентоспроможності підприємства – від стадії життєвого циклу

підприємства; для конкурентоспроможності країни – від стадії загального економічного циклу.

5. Проблема конкурентоспроможності постає у випадку нестационарного недефіцитного ринку, що далекий від стану рівноваги.

6. Конкурентоспроможність має сенс лише у випадку вже існуючого товару або підприємства, що має певну частку ринку.

7. Незважаючи на залежність від багатьох факторів, конкурентоспроможність набуває індивідуального характеру.

Таке розмаїття вплинуло, відповідно, на велику кількість авторських підходів до визначення сутності «конкурентоспроможності підприємства». Крім того, на думку Журіло Р.М. [2], це також пов'язано:

- з ототожненням конкурентоспроможності підприємств і продукції;
- з масштабами розглянутої конкурентоспроможності: на регіональному, національному або світовому ринках (підприємство, галузь, країна);
- з підміною одного поняття іншим (конкурентний статус, конкурентний рівень);
- з характеристикою якої-небудь однієї складової конкурентоспроможності підприємства: виробничого, трудового потенціалу й ін.

Розглянемо особливості підходів різних авторів до визначення сутності поняття «конкурентоспроможність підприємства» й систематизуємо в таблиці 1. Основні підходи можна виділити за таким принципом:

- 1) визначення конкурентоспроможності підприємства як здатності розпоряджатися ресурсами, виробляти, конкурувати, протидіяти на ринку іншим виробникам, оперувати на конкретному ринку;
- 2) визначення конкурентоспроможності підприємства як порівняльної переваги підприємства;
- 3) визначення конкурентоспроможності підприємства як системи, що складається з безперервно взаємодіючих факторів або економічних категорій, або як стану системи економічного розвитку підприємства;

Таблиця 1 – Систематизація підходів до визначення сутності поняття «конкурентоспроможність підприємства» (складено автором)

Автор	Визначення поняття
Конкурентоспроможність підприємства як здатність	
Азоев Г.Л.	Здатність ефективно розпоряджатися власними і позиковими ресурсами в умовах конкурентного ринку. Виробництво і реалізація конкурентоздатних товарів – обов'язкова умова конкурентоспроможності фірми. Це результат її конкурентних переваг за всім спектром проблем управління компанією.
Зав'ялов П.С., Лозовський Л.Ш., Поршнев А.Г., Райзберг Б.А.	Здатність фірми, компанії конкурувати на ринках з виробниками й продавцями аналогічних товарів за допомогою забезпечення більш високої якості, доступних цін, створення зручних умов для покупців, споживачів.

Продовження таблиці 1

Кіперман Г.Я.	Здатність протидіяти на ринку іншим виробникам і постачальникам аналогічної продукції (конкурентам) як за рівнем задоволення своїми товарами або послугами конкретної суспільної потреби, так за ефективністю виробничої діяльності.
Фатхутдінов Р.А.	Здатність фірми випускати конкурентоздатну продукцію, її перевага стосовно інших підприємств даної галузі усередині країни й за її межами.
«European management forum»	Реальна потенційна здатність проектувати, виробляти та збувати за існуючих умов товари, які за ціновими і неціновими характеристиками є привабливішими для споживачів, ніж товари їх конкурентів.
Хруцьким В.Є., Корнєєва І.В.	Здатність успішно оперувати на конкретному ринку (регіоні збуту) у даний період часу шляхом випуску й реалізації конкурентоздатних виробів і послуг.
Конкурентоспроможність підприємства як конкурентна перевага	
Градов А.П.	Порівняльна перевага підприємства по відношенню до інших фірм даної галузі всередині країни та за її межами.
Конкурентоспроможність підприємства як система	
Іванов Ю.Б.	Система, що складається з безперервно взаємодіючих факторів і характеризує ступінь реалізації потенційних можливостей підприємства з надбання та утримання впродовж тривалого періоду часу конкурентної переваги.
Круглов М.І.	Система економічних категорій, елементами якої є конкурентоспроможність продукції і фінансова конкурентоспроможність.
Конкурентоспроможність підприємства як стан системи	
Бондаренко А.Л.	Такий стан системи економічного розвитку підприємства, за якого забезпечуються його домінуючі переваги перед конкурентами на даному ринку протягом певного періоду часу та в довгостроковій перспективі
Конкурентоспроможність підприємства як можливість	
Азоев Г.Л., Челенков А.П.	Можливість фірми ефективно розпоряджатись власними й залученими ресурсами в умовах конкурентного ринку. Виробництво та реалізація конкурентоспроможних товарів — обов'язкова умова конкурентоспроможності фірми.
Конкурентоспроможність підприємства як відносна характеристика	
Скударь Г.М.	Відносна характеристика, що віддзеркалює відмінності процесу розвитку даного виробника від виробника-конкурента як за ступенем задоволення своїми товарами чи послугами конкретної суспільної потреби, так і за ефективністю виробничої діяльності.

4) визначення конкурентоспроможності підприємства як можливості ефективно розпоряджатись ресурсами;

5) визначення конкурентоспроможності підприємства як відносної характеристики, що відображає відмінності процесу розвитку.

Крім того, з вищенаведеного можна зробити такі висновки [7, с. 277]:

- конкурентоспроможність підприємства є відносним поняттям і, відповідно, може мати різний рівень по відношенню до різних конкурентів;
- конкурентоспроможність підприємства тим вища, чим кращі його результати на міжнародних (глобальних) ринках;

- конкурентоспроможність підприємства є результатом ефективної господарської діяльності підприємства за умов конкурентного ринку;
- конкурентоспроможність підприємства розглядається як комплексна порівняльна характеристика підприємства, що відображає сукупність переваг над конкурентами, гармонійність розвитку підприємства;
- невід’ємною складовою конкурентоспроможності підприємства на ринку є маркетингова складова, а саме: задоволеність споживачів, позитивний імідж, наявність сильної торгівельної марки тощо;
- в основу конкурентоспроможності підприємства покладена конкурентоспроможність продукції або послуг, які воно виготовляє або надає, проте ці категорії хоч і взаємозв’язані, але не є тотожними.

Визначення «конкурентоспроможності підприємства» як «здатності, можливості, відносної характеристики» [1] не відображає динамічного характеру цієї категорії. Системний підхід, на нашу думку, є більш вдалим, але саме з точки зору «стану системи». Все це дозволяє сформувати власне бачення визначення поняття «конкурентоспроможність підприємства», яке дозволить максимально повно врахувати його економічну сутність та дослідженні особливості. Конкурентоспроможність підприємства – це характеристика ступеня реалізації потенційних можливостей підприємства забезпечувати власні домінуючі переваги над конкурентами на даному ринку протягом певного періоду часу та в довгостроковій перспективі. Такий підхід відображає всі визначення в результаті проведеного дослідження та притаманні категорії «конкурентоспроможність підприємства» властивості, а саме: порівнянність, просторовість, динамічність, атрибутивність, системність, предметність та враховує вплив як внутрішніх, так і зовнішніх умов функціонування підприємства.

Такий перелік властивостей можливо неповний, але є, на нашу думку, оптимальним для розкриття сутності досліджуваного поняття. Так, порівнянність відображено в тому, що конкурентоспроможність підприємства визначається та досліджується порівняно з реальними конкурентами. Просторовість знаходить своє відображення у визначенні її в межах певного конкретного ринку, оскільки за рівних умов підприємство може ідентифікуватись як конкурентоспроможне на одному ринку та неконкурентоспроможне – на іншому. Динамічність враховується обмеженням поняття конкурентоспроможності в часі, оскільки підприємство може бути конкурентоспроможним у одному періоді й утратити ці позиції в іншому, тобто конкурентоспроможність підприємства не є сталою величиною.

Предметність та атрибутивність передбачено у виокремленні переліку та сукупності параметрів (факторів), інколи – унікальних, які формують конкурентоспроможність підприємства. При цьому системність передбачено у врахуванні всієї сукупності або максимально можливої кількості параметрів та умов (факторів), що формують конкурентоспроможність промислового підприємства, а також взаємозв’язки між ними та взаємовпливи. Ними можуть бути [7, с. 279]: «якість або низькі ціни на продукцію, сучасна техніка та технологія, висока кваліфікація кадрів, позитивний імідж продукції та бренд

підприємства, розвинені маркетингові комунікації та канали просування, наявність фінансових можливостей для розвитку, наявність власних площ, будівель, споруд та інших основних фондів, наявність патентів на унікальні винаходи, використання прогресивних управлінських технологій тощо».

Урахування внутрішніх та зовнішніх умов функціонування відображено в урахуванні всієї сукупності чинників (факторів), що вплинули чи потенційно можуть вплинути на формування конкурентоспроможності підприємства.

Висновки та пропозиції.

1. У своєму розвитку конкуренція пройшла певний шлях удосконалення від простих до складніших форм. Її розуміння до сьогодні продовжує вдосконалюватися з огляду на зміни у зовнішньому середовищі функціонування підприємств, вдосконалення методів і способів ведення конкурентної боротьби.

2. Складність і багатоаспектність феномена конкуренції напряду впливає на неоднозначність трактування вченими-економістами поняття «конкурентоспроможність» взагалі та «конкурентоспроможність підприємства» зокрема.

3. Аналіз існуючих підходів до визначення поняття «конкурентоспроможність підприємства» дозволяє сформулювати власне бачення. Конкурентоспроможність підприємства – це характеристика ступеня реалізації потенційних можливостей підприємства забезпечувати власні домінуючі переваги над конкурентами на даному ринку протягом певного періоду часу та в довгостроковій перспективі.

Список літератури:

1. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення : [монографія / за аг. Ред. О.Г. Янкового]. – Одеса : Атлант, 2013. – 470 с.
2. Журіло Р.М. Конкурентоспроможність підприємства : теоретичний аспект [Електронний ресурс] / Р.М. Журіло // Економічні науки. – 2009. – Режим доступу : http://www.rusnauka.com/27_NNM_2009/Economics/52773.doc.
3. Гончарук Т.І. Конкуренція : сучасна економічна характеристика та особливості [електронний ресурс] / Т.І. Гончарук // Українська академія банківської справи. – Режим доступу : http://www.uabs.edu.ua/images/stories/docs/K_TPE/Honcharuk_3pdf.
4. Масляєва О.О. Економічна сутність категорії «конкурентоспроможність» : дефініція та систематизація [Електронний ресурс] / О.О. Масляєва // Ефективна економіка : електронне наукове фахове видання. – Дніпропетровськ : Дніпропетровський державний аграрний університет, 2011. – Режим доступу : <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=737>.
5. Бондаренко М.В. Розробка та обґрунтування системи організаційного та інформаційного забезпечення управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства [Електронний ресурс] / М.В. Бондаренко, Л.О. Ігнатенко // Коммунальное хозяйство городов : научно-

технический сборник. – № 78. – С. 11–31. – Режим доступа : <http://eprints.kname.edu.ua/545/1/>.

6. Бондаренко А.Л. Поняття конкурентоспроможності підприємства в системі економічних наук [Електронний ресурс] / А.Л. Бондаренко. – Режим доступа : http://www.rusnauka.com/9_KPSN_2011/Economics/6_84127.doc.htm.

7. Мануйлович Ю.М. Дослідження сутності та трактування поняття конкурентоспроможності підприємства [Електронний ресурс] / Ю.М. Мануйлович // Маркетинг і менеджмент інновацій. – Суми : ДВНЗ СумДУ, 2013. – № 4. – С. 274–282. – Режим доступа : http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2013_4_274_282.pdf.

Ключові слова: конкуренція, конкурентоспроможність, конкурентоспроможність підприємства, конкурентна перевага.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентоспособность, конкурентоспособность предприятия, конкурентное преимущество.

Key words: competition, competitiveness, competitiveness of the enterprise competitive advantage.

Надійшла до редакції 06.05.2014 р.

Рецензент: к.е.н., доцент Морщенок Т.С.