

Магістр 2 року навчання
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Розглянуто основні підходи до визначення поняття конкурентоспроможності підприємства, а також було запропоновано нове поняття, з урахуванням недоліків, що були виявлені у відомих поняттях.

Аннотация. Рассмотрены основные подходы к определению понятия конкурентоспособности предприятия, а также было предложено новое понятие с учетом недостатков, которые были выявлены в известных понятиях.

Annotation. The article describes the main approaches to the definition of enterprise competitiveness, as well as offered a new concept based on the shortcomings that were found in the known concepts.

Ключові слова: конкуренція, конкурентоспроможність, підприємство.

У науковій літературі вже накопичений певний досвід у дослідженні конкурентоспроможності підприємства. Зокрема значний внесок зроблено такими вченими, як: М. Портер, Ж.-Ж. Ламбен, Д. Аакер, Г. Хамел, Прахалад К. К., І. Ансофф, Фатхутдинов Р. А., Акімова І. М., Беленький П. Ю., Воронкова А. Е., Долішій М. І., Іванов Ю. Б., Кіндрацька Г. І., Книш М. І., Кузьмін О. Є., Кривенко Г. В., Піддубний І. О., Піддубна Л. І., Сумець О. М., Сомова О. Є., Пеліхов Є. Ф., Тищенко О. М., Шершньова З. Є., Шинкаренко В. Г. та ін.

В умовах ринкової економіки у підприємства виникає необхідність свідомого управління змінами на основі науково обґрунтованої процедури їх передбачення, регуляції, пристосування до умов, що змінюються. Перед підприємством постає актуальне завдання не тільки визначити свою конкурентоспроможність у даний час і своєчасно реагувати на зміни, але і визначити свою майбутню конкурентоспроможність.

Мета даної статті – узагальнити підходи до визначення конкурентоспроможності підприємства для того, щоб удосконалити його.

З розвитком конкуренції у всіх областях життєдіяльності людини зростає інтерес до питань управління конкурентоспроможністю підприємств. Щорічно у вітчизняній і в зарубіжній літературі публікується велика кількість наукових робіт у даній галузі.

Під час аналізу наукових робіт у галузі конкурентоспроможності підприємств виявляється, що кожен автор залежно від цілей і завдань дослідження, об'єктів, що вивчаються, вимог суб'єктів ринкових відносин дає своє визначення конкурентоспроможності підприємства або дотримується вже існуючого визначення. Так, у результаті вивчення значної кількості робіт даної тематики було виявлено велику кількість визначень, деякі з них наведені в таблиці.

Таблиця 1

Визначення категорії "конкурентоспроможність підприємства"

Автор визначення	Визначення конкурентноздатності підприємства
Книш М. І.	Ступінь привабливості даного продукту, для здійснюючого реальну покупку споживача [1]
Кредісов А. І.	Характеристика товару, що відображає його відмінність від аналогічного конкурентного товару як за ступенем відповідності конкретної потреби, так і за витратами на її задоволення
Фатхутдинов Р. А.	Конкурентоспроможність – це властивість об'єкта, що характеризується ступенем реального чи потенційного задоволення ним конкретної потреби у порівнянні з аналогічними об'єктами, представленими на даному ринку. Конкурентоспроможність визначає здатність витримувати конкуренцію у порівнянні з аналогічними об'єктами на даному ринку [2]
Піддубний І. О., Піддубна А. І.	Конкурентоспроможність – це потенціальна або реалізована здатність економічного суб'єкта до функціонування у релевантному зовнішньому середовищі, яка ґрунтується на конкурентних перевагах і відображає його позицію відносно конкурентів
Кураков Л. П.	Конкурентоспроможність – рівень переваги або відставання фірми, підприємства, організації відносно інших учасників-конкурентів на ринку усередині країни і за її межами, визначуваний за такими параметрами, як технологія, кваліфікація персоналу, якість, політика збуту і т.п" [3].

В. Стівенсон	Конкурентоспроможність характеризує те, наскільки ефективно компанія задовольняє потреби клієнта порівняно з іншими компаніями, що пропонують подібний товар або послугу
Хруцький В. Є., Корнєєва І. В.	Конкурентоспроможність – це стабільна можливість задовольняти певні потреби покупців краще, ніж конкуренти, та завдяки цьому вдало продавати продукцію з прийнятними фінансовими результатами для виробника [1]
М. Портер	Конкурентоспроможність – це обумовлений економічними, соціальними та політичними факторами 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 [4]

Різноманітність підходів до визначення конкурентоспроможності підприємства не дозволяє чітко встановити суть цього поняття, склад елементів, що його утворюють, які необхідні для розробки методів оцінки конкурентоспроможності підприємства і ухвалення управлінських рішень із моделювання її рівня.

Різне розуміння одного і того ж явища суб'єктами ринку при спільній їх діяльності може перешкоджати погодженню діям. У даний час відсутні загальноприйняті, такі, що задовольняють всіх суб'єктів ринку, методи оцінювання конкурентоспроможності не лише підприємств, але й інших об'єктів (товарів, послуг, галузей, регіонів і країн).

У невеликій кількості визначень міститься слово "перевага". "Під конкурентоспроможністю підприємства слід розуміти здатність створювати таку перевагу над конкурентами, яка дозволяє досягти поставлених цілей".

Конкурентія – це змагання фірм на конкретних сегментах ринку за обмежений об'єм платоспроможного попиту, отже, мають бути переможці змагання. Конкурентоспроможність порівняльна категорія, тобто повинен застосовуватися математичний апарат оцінки і ранжирування порівнюваних об'єктів. Хтось має бути кращим, хтось гірший, тобто переможець повинен перевершувати суперників.

Ні в одному відомому визначенні не вказується, хто оцінює конкурентоспроможність підприємства. Однозначно, що для зовнішнього користування вона повинна оцінюватися суб'єктами зовнішнього середовища. Для управлінських цілей фірма сама повинна оцінити рівень своєї конкурентоспроможності, але за тією ж методикою, за якою її оцінюють інші суб'єкти.

У існуючих визначеннях не вказується часовий чинник конкурентоспроможності. Конкурентія на ринку – процес безперервний, тому "переможець" у конкурентній боротьбі визначається на конкретний момент часу.

Лише у декількох визначеннях підкреслюється, що конкурентоспроможність підприємства встановлюється на певному ринку. Підприємство не може одночасно бути присутнім на всіх ринках, воно може бути конкурентоспроможним на одних, і неконкурентоспроможним на інших ринках. Навіть на одному і тому ж ринку, на різних сегментах конкурентні позиції можуть істотно відрізнятися. У визначенні повинно бути вказано, на яких ринках підприємство конкурентоспроможне, а точніше, на яких сегментах ринку.

Існуючі визначення поняття частіше орієнтовані на оцінку конкурентоспроможності підприємств на поточний момент, за фактичними даними, тоді як для управлінських цілей важливішою є орієнтація на майбутнє, урахування потенціалу зростання.

Розглянуті визначення конкурентоспроможності не орієнтовані на вирішення управлінських завдань. Менеджерів, насамперед, цікавить проблема управління рівнем конкурентоспроможності підприємства. Порівнюючи результати оцінки конкурентів за однією і тією ж методикою, можна їх ранжувати за рівнем конкурентоспроможності, простежити динаміку рівня конкурентоспроможності досліджуваних об'єктів. Вимір конкурентоспроможності підприємств створює можливість моделювати її рівень, виробити обґрунтовані управлінські рішення. Рівень конкурентоспроможності підприємства керований і здійснюється цілеспрямованим впливом на показники як товару, так і самого підприємства.

Проведений аналіз літературних джерел у досліджуваній області дозволяє зробити висновок, що загальноприйнятого визначення конкурентоспроможності підприємств, що задовольняє всіх учасників ринкових відносин і сприяє розробці методів вирішення поставлених перед ними управлінських завдань, досі не існує. Так, постає необхідність у формуванні такого підходу до розуміння терміну "конкурентоспроможність підприємства", який мав би управлінську спрямованість; встановлював взаємозв'язок цього поняття і його змістовних елементів з іншими категоріями наочної області; вказував би напрям до методу оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства; дозволяв би вести оцінку незалежно від часових меж; уможлиблював проведення подальших досліджень у даному напрямі.

Успіх на ринку товарів та послуг сьогодні не гарантує підприємству успіх у майбутньому, оскільки конкурентоспроможність – показник динамічний, тому вона повинна вивчатися до конкретного моменту часу з врахуванням змін ринкової кон'юнктури. Отже, на основі викладених положень доцільно запропонувати таке визначення поняття, а саме: конкурентоспроможність підприємства – це оцінена суб'єктами зовнішнього середовища його перевага на вибраних сегментах ринку над конкурентами у даний момент часу, визначувана конкурентоспроможністю його конкретних товарів і рівнем конкурентного потенціалу, що характеризує здатність в даний момент часу і у майбутньому розробляти, виготовляти, збувати і обслуговувати товари (послуги), що перевершують відповідні аналоги за ціною та якістю відповідні аналоги.

Дане визначення підкреслює такі аспекти конкурентоспроможності підприємства:
конкурентоспроможність для цілей суспільної думки оцінюють зовнішні суб'єкти;
оцінка ведеться на сегментах ринку, де присутнє підприємство;
конкурентоспроможність – це перевага над конкурентами, тобто порівняльна категорія;
оцінка ведеться в конкретний момент часу, і можуть використовуватися фактичні і прогнозні показники;
конкурентоспроможність інтегрує два комплексні показники: конкурентоспроможність товару і конкурентний потенціал підприємства в цілому.

Таким чином, аналіз підходів стосовно визначення поняття "конкурентоспроможність підприємства" дозволив виявити невраховані аспекти у відомих визначеннях і на основі цього запропонувати нове визначення, яке розширює горизонт подальших досліджень в області управління конкурентоспроможністю господарюючих суб'єктів.

Наук. керівн. Яковенко К. В.

Література: 1. Чайникова Л. Н. Конкурентоспособность предприятия : учебн. пособ. / Л. Н. Чайникова, В. Н. Чайников. – Тамбов : Изд. Тамб. гос. техн. ун-та, 2007. – 192 с. 2. Фатхутдинов Р. А. Управление конкурентоспособности организации : учебн. пособ./ Р. А. Фатхутдинов. – М. : Изд. "ЭКСМО", 2004. – 544 с. 3. Кураков, Л. П. Большой толковый словарь экономических и юридических терминов / Л. П. Кураков, В. Л. Кураков. – М. : Вуз и школа, 2001. – 720 с. 4. Портер М. Конкуренция : учебн. пособ. / М. Портер. – пер. с англ. – М. : Изд. дом "Вильямс", 2000. – 495 с. 5. Быков В. А. Конкуренция. Инновации. Конкурентоспособность / В. А. Быков, Т. Г. Философова. – М. : Изд. "ЭКСМО", 2008. – 296 с. 6. Иванова Е. А. Оценка конкурентоспособности предприятия : учеб. пособ. – Ростов н/Д : Феникс, 2008. – 184 с. 7. Кураков Л. П. Экономика : учебник / Л. П. Кураков, Г. Е. Яковлев. – 2011. 540 с. 8. Сумець О. М. Оцінка конкурентоспроможності сучасного промислового підприємства : навчал.-практич. посібн. / О. М. Сумець, Є. Ф. Пеліхов. – Вид. : "ПРОФЕСІОНАЛ", 2009. – 462 с.