

10. Савченко, Л. Л. О вреде и пользе генетически модифицированных продуктов [Текст] / Л. Л. Савченко, Л. Н. Кузнецова // Посібник українського хлібороба за 2009 р. : наук.-практ. зб. – 2009. – 340 с.

11. Шапоренко, О. І. Економічні та екологічні аспекти використання генетично модифікованих організмів [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <<http://www.kbuara.kharkov.ua/e-book/apdu/2010-1/doc/3/01.pdf>>.

Отримано 30.03.2011. ХДУХТ, Харків.

© Т.М. Парцирна, О.В. Жегус, О.Ф. Белікова, 2011.

УДК 65.011.3

С.С. Ткачова, канд. екон. наук

ІНТЕГРОВАНІЙ ПІДХІД ДО ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ ПОНЯТТЯ «КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА»

Досліджено систематизовані зарубіжні та вітчизняні наукові підходи щодо визначення сутності поняття «конкурентоспроможність підприємства». Виокремлено, охарактеризовано та систематизовано за підходами до конкуренції ключові елементи поняття. Запропоновано інтегрований підхід до визначення сутності поняття «конкурентоспроможність підприємства».

Исследованы систематизированные зарубежные и отечественные научные подходы к определению сущности понятия «конкурентоспособность предприятия». Выделены, охарактеризованы и систематизированы в соответствии с подходами к конкуренции ключевые элементы понятия. Предложен интегрированный подход к определению сущности понятия «конкурентоспособность предприятия».

The international and domestic approaches for defining the concept of "competitive enterprise" are researched and systematized. The key elements of the definition are emphasized, characterized and systematized according to the approaches of competition. The integrated approached for defining the concept of competitive enterprise is offered.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Конкурентоспроможність підприємства (КСП) є одним із найактуальніших термінів економіки, маркетингу та менеджменту впродовж останніх десятиріч. У перекладі з латинської мови «конкурентоспроможність» означає суперництво, боротьбу за досягнення найкращих результатів [1, с. 31]. Таке трактування терміну свідчить про його безпосередній зв'язок із терміном «конкуренція».

Необхідно зазначити, що у багатьох запропонованих закордонними та вітчизняними науковцями підходах щодо визначення сутності поняття КСП зв'язок із підходами до конкуренції – поведінковим, структурним, функціональним, комплексним, є недостатньо вираженим. У значній кількості визначень наявні лише окремі елементи одного або декількох підходів до конкуренції, що не дозволяє в повній мірі розкрити сутність поняття КСП. Вищезазначене свідчить про необхідність формування інтегрованого підходу, який повинен об'єднати ключові елементи конкурентоспроможності, визначити їх місце та роль у формуванні стійких позицій підприємства на ринку, створенні та збереженні стійких конкурентних переваг.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Сутність поняття КСП досліджують багато закордонних та вітчизняних учених, серед яких Ю. Іванов, Л. Піддубна, І. Цветкова, Р. Фатхутдінов, Н. Гарнавська, А. Расулова, І. Отенко, Є. Полтавська [2-8], особливістю наукових підходів яких є систематизації визначень інших авторів за найважливішими характеристиками та елементами, напрямками, особливостями формулювань (табл. 1). Клименко С., Балабанова Л., Галелюк М., Романішин С., Когут У. у наукових працях визначили коло найбільш змістовних визначень, що містять важливі елементи конкурентоспроможності товару, підприємства [1; 9; 11].

Мета та завдання статті. Метою статті є формування інтегрованого наукового підходу щодо визначення сутності поняття КСП. Основними завданнями роботи є аналіз вищезазначених наукових підходів із метою виокремлення та систематизації ключових елементів поняття КСП відповідно до поведінкового, структурного, функціонального, комплексного підходів до конкуренції; визначення реальних та потенційних здібностей, які отримає та зможе розвивати підприємство, реалізуючи кожен елемент.

Виклад основного матеріалу дослідження. Аналіз обраних в якості об'єкту дослідження наукових підходів дозволив констатувати, що науковці акцентують увагу на різних елементах конкурентоспроможності сучасного підприємства та їх сукупностях. Найчастіше КСП визначається через конкурентоспроможний товар, задоволення потреб споживачів, ефективність діяльності підприємства, порівняльні або конкурентні переваги тощо. Цветкова І. систематизувала декілька наукових підходів, визначивши наступні елементи поняття КСП: порівняльний характер, задоволення потреб споживача, характеристика функціонування в умовах конкуренції, акцент на створенні конкурентоспроможного товару, наявність адаптації до умов зовнішнього середовища, здатність підприємства

виконувати певні дії [4, с. 110].

З метою визначення ключових елементів поняття КСП проаналізуємо систематизовані наукові підходи (табл. 1). У наукових підходах С. Клименко [1], Ю. Іванова [2], Л. Піддубної [3], Н. Тарнавської [6], А. Расулової [7], Л. Балабанової [9] підкреслено, що ключовою складовою КСП є конкурентоспроможність продукту діяльності (товару).

Таран В. визначає конкурентоспроможність як реальну і потенційну здатність компанії проектувати, виготовляти та збувати в тих чи інших конкретних умовах товари, які користуються більш пріоритетним попитом у споживачів за комплексом цінкових та нецінових характеристик, ніж товари конкурентів [2, с. 19]. За позицією багатьох науковців, конкурентоспроможність товару досягається завдяки найкращій відповідності його якісних та вартісних характеристик вимогам ринку та споживацьким оцінкам. За підходом Г. Азоева, виробництво і реалізація конкурентоспроможних товарів – обов'язкова умова конкурентоспроможності фірми [1, с. 35].

У наукових підходах С. Клименко [1], Ю. Іванова [2], Л. Піддубної [3], Н. Тарнавської [6], А. Расулової [7], І. Отенко, Є. Полтавської [8] визначення КСП представлено через елемент ефективності використання ресурсів. КСП, за визначенням Н. Калужнової, це здатність виявляти, створювати й використовувати конкурентні ресурси раніше за інших [3, с. 42]; за підходом С. Ємельянова, КСП – це потенційна або реалізована здатність виробника забезпечувати залучення до господарського обігу (експлуатації) власних або залучених активів (цінностей), які можуть стати конкурентними перевагами [2, с. 20]; Г. Азоев, А. Челенков визначають КСП як здатність ефективно розпоряджатися власними і позиковими ресурсами в умовах конкурентного ринку [1, с. 36]. Проаналізований елемент та наведені наукові підходи свідчать про необхідність формування та ефективного використання ресурсного потенціалу конкурентоспроможними підприємствами.

У багатьох наукових підходах, зокрема: С. Клименко [1], Ю. Іванова [2], І. Цветкової [4], Р. Фатхутдінова [5], А. Расулової [7], Л. Балабанової [10] КСП визначається за допомогою елементу задоволення потреб споживачів разом із елементом ефективності діяльності підприємства. Задоволення запитів споживачів і ефективність виробничо-господарської діяльності в умовах конкурентного середовища Ю. Іванов визначив як стратегічні цілі діяльності підприємства [2, с. 22]. Як можливість (спроможність) господарських одиниць до ефективного функціонування на ринку,

**Таблиця 1 – Сучасні підходи до визначення сутності поняття
«конкурентоспроможність підприємства»**

Автор	Науковий підхід
Іванов Ю. [2]	Компаративний; ресурсний; системний; комбінований
Піддубна Л. [3]	Дескриптивний; атрибутивний; просторовий; системний
Цветкова І. [4]	Функціональний; порівняльний; пропозиційний; змістовний; адаптаційний
Фатхутдінов Р. [5]	Системний; логічний; відтворювально-еволюційний; інноваційний; комплексний; глобальний; інтеграційний; віртуальний; стандартизаційний; маркетинговий; ексклюзивний; функціональний; процесний; структурний; ситуаційний; нормативний; оптимізаційний; директивний; поведінковий; діловий
Тарнавська Н. [6]	Конкурентоспроможність продукції; система показників конкурентоспроможності та ефективності; порівняльна перевага, відмінність підприємства; властивість об'єкту управління (або суб'єкту ринкових відносин); здатність (можливість) протистояти або виробляти і збувати товари і послуги; гнучкість та адаптивність; рівень компетенції підприємства; з позицій користувачів інформації
Расулова А. [7]	Конкурентоспроможність товару; ефективність господарської діяльності; задоволення потреб та ефективність господарської діяльності; взаємозв'язок рівня КСП з рівнем його потенціалу, стратегією, зовнішнім середовищем
Отенко І., Полтавська Є. [8]	З погляду продуктивності; з погляду взаємозв'язку з результатами діяльності одиниці бізнесу; властивість об'єкту конкуренції, яка забезпечує його привабливість на ринку; позиція на ринку суб'єкта конкуренції; інтегрований підхід як властивість суб'єкту конкурентних відносин виступати на ринку

основаного на пропозиції товарів, що відповідають запитам і перевагам покупців за якістю, кількістю і асортиментом в необхідні терміни і на вигідніших, ніж у конкурентів умовах, визначається КСП у науковому підході Л. Балабанової [10, с. 244].

Вищезазначені елементи поняття КСП, а саме: конкурентоспроможність продукту діяльності; ефективність використання ресурсів; задоволення потреб споживачів та ефективність діяльності підприємства, на наш погляд, повністю відповідають поведінковому підходу до конкуренції. Результати досліджень свідчать, що елементи поведінкового підходу є необхідними, але недостатніми для забезпечення конкурентоспроможності підприємства в умовах ринкової економіки, коли важливими для підприємств є вміння функціонувати в умовах конкуренції та завойовувати стійкі позиції на ринку.

Характеристику функціонування підприємства в умовах конкуренції в наукових підходах називають спроможністю або здатністю підприємства конкурувати, вважаючи її ключовою ознакою конкурентоспроможності. Цей елемент представлено у наукових підходах С. Клименко [1], Ю. Іванова [2], І. Отенко, Є. Полтавської [8], М. Галелюка та ін. [11]. У визначеннях науковців КСП трактується наступним чином: за визначенням М. Портера, як здатність успішно оперувати на конкретному ринку в певний період шляхом випуску й реалізації конкурентоспроможних виробів і послуг [11, с. 178]; В. Горбатов визначає її як здатність успішно вести суперництво з іншими підприємствами за обмежений платоспроможний попит споживачів на доступних їм сегментах ринку [2, с. 18]; Г. Кіперман – як здатність протидіяти на ринку іншим виробникам і постачальникам аналогічної продукції як за рівнем задоволення своїми товарами або послугами конкретної суспільної потреби, так і за ефективністю виробничої діяльності [1, с. 35]. Наведені визначення є схожими, але кожне наступне доповнює попереднє, розширяючи коло та характер дій підприємства на ринку. Успішна реалізація характеристики функціонування підприємства в умовах конкуренції забезпечить йому кращу позицію на ринку.

«Позиція підприємства на ринку» як елемент КСП представлено у наукових підходах: Л. Піддубної [3], І. Цветкової [4], Н. Тарнавської [6], І. Отенко, Є. Полтавської [8], М. Галелюка [11]. Піддубний І., Піддубна Л. визначають конкурентоспроможність як потенційну або реалізовану здатність суб'єкта до функціонування у релевантному зовнішньому середовищі, яка ґрунтується на конкурентних перевагах і відображає його позицію відносно конкурентів [6, с. 89]. Акмаєв А., Коваленко Н. розглядають конкурентоспроможність як економічну

категорію, яка має інституційний характер і відображає можливості реалізації економічних інтересів інституцій (держави, регіональної влади, власників, працівників підприємств та ін.) шляхом забезпечення такої позиції підприємства на ринку, яка дає змогу реально та потенційно, поточно та перспективно успішно суперничати з виробниками товарів-аналогів [11, с. 178]. Так, позиція підприємства на ринку, на наш погляд, також є ключовим елементом поняття КСП.

Отже, охарактеризовані елементи конкурентоспроможності дозволяють підприємству отримувати здатності впевнено функціонувати та забезпечувати стійкі позиції на конкурентному ринку у відповідності до вимог структурного підходу до конкуренції.

У значній кількості наукових підходів КСП визначається як результат порівняльних або конкурентних переваг, а також як характеристика гнучкості та адаптації підприємства до змінних умов зовнішнього середовища. Визначення КСП як порівняльних або конкурентних переваг представлено у наукових підходах С. Клименко [1], Ю. Іванова [2], Л. Піддубної [3], І. Цветкової [4], Р. Фатхутдінова [5], Н. Тарнавської [6], Л. Балабанової [9]. Градов А. визначає КСП як порівняльну перевагу стосовно інших фірм даної галузі всередині країни та за її межами [1, с. 35]; як сукупність переваг і здібностей суб'єкта в порівнянні з йому подібними у боротьбі за досягнення мети, характерної для них, в умовах дії законів певного навколишнього середовища (системи) трактує КСП А. Дементьєва [9, с. 24]; як потенції, якими володіє економічний суб'єкт і які створюють йому переваги у конкурентній боротьбі, розглядає поняття, що аналізується, О. Миргородська [3, с. 43].

Характеристика гнучкості та адаптації підприємства до змінних умов зовнішнього середовища, на наш погляд, є важливою, оскільки дозволяє розглядати підприємство як динамічну модель, яка під впливом зовнішнього середовища постійно працює над утриманням наявних та формуванням нових конкурентних переваг. Визначення КСП за допомогою характеристики гнучкості та адаптації відмічено у наукових підходах Ю. Іванова [2], І. Цветкової [4], Н. Тарнавської [6], М. Галелюка та ін. [11]. Шинкаренко В., Бондаренко Г. розглядають КСП як динамічну характеристику здатності підприємства адаптуватися до змін зовнішнього середовища і забезпечувати при цьому певний рівень конкурентних переваг [11, с. 179]; Ю. Іванов визначає КСП як властивість виробничо-економічних систем (яким є підприємство) змінювати траєкторію руху або режим функціонування в процесі адаптації до зовнішнього середовища з метою збереження, розвитку існуючих або створення нових конкурентних переваг [3, с. 43].

**Таблиця 2 – Ключові елементи поняття
«конкурентоспроможність підприємства»**

Підхід до конкуренції	Ключовий елемент поняття КСП	Реальні та потенційні здатності підприємства
Поведінковий	1. Конкурентоспроможність продукту діяльності (товарів, послуг)	проекувати, виробляти і збувати продукт діяльності
	2. Ефективність використання ресурсів	виявляти, створювати, забезпечувати залучення у господарський обіг, ефективно розпоряджатися ресурсами
	3. Задоволення потреб споживачів та ефективність діяльності підприємства	пропонувати продукт, що відповідає вимогам споживачів; здатність до ефективної діяльності підприємства
Структурний	4. Характеристика функціонування підприємства в умовах конкуренції	успішно оперувати в обраній сфері бізнесу, суперничати, протидіяти конкурентам
	5. Позиція підприємства на ринку	завойовувати ринкові позиції, утримувати, укріплювати та розширювати їх
Функціональний	6. Наявність порівняльних або конкурентних переваг	досягати конкурентних переваг за певними сферами діяльності
	7. Характеристика гнучкості та адаптації підприємства до змінних умов зовнішнього середовища	постійно пристосовуватись до змін та вимог зовнішнього середовища
Комплексний	8. Сукупність взаємодіючих елементів зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства	забезпечувати стійкі конкурентні позиції, раціональне використання існуючих та новостворених конкурентних переваг в процесі реалізації конкурентної стратегії

«Наявність у підприємства порівняльних або конкурентних переваг», а також «характеристика гнучкості та адаптації підприємства до змінних умов зовнішнього середовища» визначено нами як ключові елементи КСП в межах функціонального підходу до конкуренції, значущість якого значно зросла останнім часом.

Важливим елементом КСП є «сукупність взаємодіючих елементів зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства». Визначений елемент, на наш погляд, відповідає комплексному підходу до конкуренції та системному підходу до конкурентоспроможності. Системну природу конкурентоспроможності зумовлює системний характер економічної діяльності [3, с. 49]. Системний підхід визначається у підходах Ю. Іванова [2], Л. Піддубної [3], Р. Фатхутдінова [5], А. Расулової [7]. Найбільш повно системний підхід до КСП характеризується у таких визначеннях: Г. Бондаренко вважає, що КСП – це система взаємозалежних елементів, що складається із внутрішнього середовища підприємства, його споживачів і конкурентів, об'єднаних у єдине ціле для вирішення завдань, забезпечення стійких конкурентних позицій, збереження існуючих і нарощування нових конкурентних переваг [2, с. 20]; Ю. Іванова, в якому КСП – це певна система, що складається з безперервно взаємодіючих чинників і характеризує ступінь реалізації потенційних можливостей підприємства з надбання та утримання впродовж тривалого періоду конкурентної переваги. Тому під конкурентоспроможністю слід розуміти не тільки ефективність, а й динаміку пристосування підприємства до змінних умов зовнішнього середовища [1, с. 36]; Л. Піддубної, де КСП визначається як інтегрована властивість економічної системи, яка зумовлює реалізацію мети та досягнення результатів функціонування, необхідних і достатніх для активного позиціонування системи в конкурентному ринковому просторі [3, с. 87].

Висновки. Таким чином, аналіз систематизованих наукових підходів закордонних та вітчизняних вчених дозволив зробити висновок про необхідність визначення не одного, а сукупності ключових елементів поняття КСП (табл. 2). Новизна запропонованого підходу полягає у визначенні ключових елементів відповідно до поведінкового, структурного, функціонального та комплексного підходів до конкуренції. Запропоновано об'єднати вісім ключових елементів у складі поняття КСП за умов, що кожен наступний доповнює попередні та дозволяє підприємству забезпечувати стійкі конкурентні позиції на ринку та формувати систему стійких

конкурентних переваг за всіма спектрами діяльності та підсистемами підприємства.

Отримані наукові результати планується використовувати під час розробки методик оцінки та управління конкурентоспроможністю підприємств ресторанного бізнесу.

Список літератури

1. Управління конкурентоспроможністю підприємства [Текст] : навч. посіб. / С. М. Клименко [та ін.]. – К. : КНЕУ, 2008. – 520 с.
2. Иванов, Ю. Б. Конкурентні переваги підприємства: оцінка, формування та розвиток [Текст] : монографія / Ю. Б. Иванов, П. А. Орлов, О. Ю. Иванова. – Х. : ІНЖЕК, 2008. – 352 с.
3. Піддубна, Л. І. Конкурентоспроможність економічних систем: теорія, механізм регулювання та управління [Текст] : монографія / Л. І. Піддубна. – Х. : ІНЖЕК, 2007. – 368 с.
4. Цветкова, І. І. Конкурентоспроможність підприємства: аналіз сучасних підходів та розуміння [Текст] / І. І. Цветкова // Вісник Нац. ун-ту «Львівська політехніка». – 2007. – №82. – С. 107–114.
5. Фатхутдінов, Р. А. Управління конкурентоздатністю організації [Текст] : підручник / Р. А. Фатхутдінов, Г. В. Осовська. – К. : Кондор, 2009. – 470 с.
6. Тарнавська, Н. П. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теорія, методологія, практика [Текст] : монографія / Н. П. Тарнавська. – Тернопіль : Економічна думка, 2008. – 570 с.
7. Расулова, А. М. Управління конкурентоспроможністю ресторанів [Текст] : дис. ... канд. екон. наук : 08.06.01 : захищена 17.03.2006 / Расулова А. М. – К., 2006. – 277 с.
8. Отенко, І. П. Управління конкурентними перевагами підприємства [Текст] / І. П. Отенко, С. О. Полтавська. – Х. : Вид-во ХНЕУ, 2005. – 212 с.
9. Балабанова, Л. В. Стратегічне маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємств [Текст] : навч. посібник / Л. В. Балабанова, В. В. Холод. – К. : Професіонал, 2006. – 448 с.
10. Балабанова, Л. В. Маркетинг [Текст] : підруч. / Л. В. Балабанова. – 2-ге вид., перероб. та доп. – К. : Знання-Прес, 2004. – 645 с.
11. Галелюк, М. М. Система понять, які характеризують конкурентний стан підприємства [Текст] / М. М. Галелюк, С. Б. Романішин, У. І. Когут // Науковий вісник НЛТУ України. – 2009. – Вип. 19 (1). – С. 174–181.

Отримано 30.03.2011. ХДУХТ, Харків.

© С.С. Ткачова, 2011.