

УДК 65.011.4

Є.І. Величко, аспірантка \*

Харківський національний аграрний університет ім. В.В. Докучаєва

### СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО РОЗУМІННЯ СУТНОСТІ ПОНЯТТЯ «КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА»

*У статті було проаналізовано теоретичні підходи вчених щодо розуміння понять конкуренція, конкурентоспроможність та конкурентоспроможність підприємства. Досліджено, що на сьогодні існує велика кількість тлумачень поняття «конкурентоспроможність підприємства», однак не існує єдиного трактування. На основі проведених досліджень запропоновано визначення понять «конкурентоспроможність» та «конкурентоспроможність підприємства».*

**Ключові слова:** ринок, конкуренція, конкурентоспроможність, конкурентоспроможність підприємства, конкурентна боротьба.

---

\* Науковий керівник, О.М. Супрун, д-р екон. наук, професор

**Постановка проблеми.** Не дивлячись на різноманітність економічних шкіл і течій всі вони приділяють значну увагу теоретичним проблемам визначення конкурентоспроможності. Протягом всієї історії становлення ринкових економічних відносин дослідження питання щодо сутності конкуренції та конкурентоспроможності залишається актуальним, адже саме конкуренція забезпечує розвиток ринку та економіки в цілому. Дані терміни широко використовуються в повсякденному вжитку, але на даний момент часу є до кінця не з'ясованими, що викликає потребу в дослідженні цих взаємопов'язаних понять. Більш глибоке теоретичне обґрунтування даних категорій забезпечить їх практичне коректне використання та застосування, що позитивно вплине на розвиток конкуренції та зростання конкурентоспроможності українських підприємств.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Науковими дослідженнями за даною тематикою займалися такі вітчизняні і зарубіжні вчені, як: Г.Л. Азоев [1], А. Сміт [2], І. Шумпетер [3], М. Портер [6, 7, 8], І.О. Піддубний [9], Р.А. Фатхутдінов [10], А.Ю. Юданов [15] та ін. Однак, незважаючи на важливість та актуальність даної теми, аналіз вітчизняної й зарубіжної наукової літератури показав, що єдиного загально визнаного підходу до визначення економічної сутності поняття конкурентоспроможності підприємства не існує, і це створює проблеми при розробці ефективних методів і підходів до оцінки, аналізу та коригування показників, які відображають рівень конкурентоспроможності підприємств.

**Формулювання цілей статті.** З'ясувати сутність поняття «конкурентоспроможність підприємства» в сучасних умовах господарювання.

**Виклад основного матеріалу досліджень.** Однією з найважливіших рис ринкового господарства є конкуренція. В сучасних ринкових умовах конкуренція є запорукою успішної підприємницької діяльності, що характеризує суперництво між підприємствами за найкращі умови існування. Конкуренція (від лат. *conspicere* – 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].

Адам Сміт у творі «Дослідження про природу та причини багатства народів» визначив поняття конкуренції як суперництво і ототожнив її з «невидимою рукою», яка начебто смикає за ниточки підприємців, змушуючи їх діяти відповідно до якогось ідеального плану розвитку

економіки [2]. Й.А. Шумпетер визначив конкуренцію як «суперництво застарілого з новим». На його думку, підприємства повинні працювати над вдосконаленням технологій виробництва, щоб виготовляти більш дешеву та якісну продукцію для залучення покупців, та впровадженням інновацій. Застосування нового, незвіданого завжди сприймається скептично, тому виробник повинен докласти максимум зусиль, щоб «новинка» стала популярною серед споживачів й витіснила з ринку продукти чи послуги, що вичерпали себе, для отримання прибутку [3].

Незважаючи на те, що сьогодні немає єдиного загальноприйнятого визначення поняття «конкуренція», науковці погоджуються з тим, що конкуренція є однією з найяскравіших рис бізнесу, двигуном економічного прогресу, механізмом саморегуляції ринкової економіки [4].

Беззаперечним є факт, що в ринковій економіці конкуренція – важлива рушійна сила розвитку економічної системи. Але конкуренція призводить і до певних негативних наслідків: надмірні витрати на рекламу; банкрутство багатьох дрібних, середніх і навіть частини великих товаровиробників; фінансові махінації з метою «поглинання» конкурентних фірм і значні витрати, що супроводжують ці процеси, зловживання економічною владою з боку монополій [5].

Похідним від конкуренції є поняття конкурентоспроможності яке є одним із головних вимірювачів успішної діяльності. На сьогодні в економічній літературі існують різні визначення поняття «конкурентоспроможність», незважаючи на особливу увагу до цієї категорії як за кордоном, так і в Україні. На думку професора Гарвардської бізнес-школи, визначного фахівця в галузі вивчення конкуренції М.Е. Портера, який першим ввів категорію «конкурентоспроможність» у науковий обіг, конкурентоспроможність – це здатність успішно конкурувати на конкретному ринку (регіоні збуту) в певний період шляхом випуску й реалізації конкурентоспроможних виробів і послуг [6]. У подальших своїх роботах [7; 8] М.Е. Портер розширив сутність конкурентоспроможності стверджуючи, що конкурентоспроможність, не є самоціль, яка забезпечує економічний розквіт країни. Головна мета держави – забезпечити громадянам досить високий та зростаючий рівень життя. Спроможність держави зробити це залежить не від якогось аморфного терміна «конкурентоспроможність», а від того, наскільки продуктивно використовуються національні ресурси – праця та капітал [6]. Отже, М.Е. Портер вважає, що успіх будь-якої країни залежить від умов, які сформовані в середині країни для функціонування суб'єктів господарювання, що, безперечно, є правильним.

Категорія конкурентоспроможності є чи не популярнішою за конкуренцію, тому розглянемо її більш докладно, для більш глибокого розуміння поняття та видового визначення (табл. 1).

**1. Погляди вчених-економістів на категорію  
«конкурентоспроможність»  
(систематизовано автором на основі аналізу літературних джерел)**

Автор	Зміст визначення
1	2
Піддубний І.О., Піддубна А.І. [9]	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.
Фатхутдінов Р.А. [10]	Конкурентоспроможність – здатність витримувати конкуренцію у порівнянні з аналогічними об’єктами на даному ринку.
Нестеренко С.А. [11]	Конкурентоспроможність – це категорія ефективності, але на більш високому рівні – здатність протистояти на ринку іншим конкурентам за ступенем задоволення реалізованими товарами (послугами) і потребами, за ефективністю виробничої діяльності.
Кругман П. [12]	Конкурентоспроможність – це атрибут компаній або підприємств.

Узагальнюючи дані табл. 1 можна стверджувати, що конкурентоспроможність – це здатність суб’єктів господарювання протистояти конкурентам в умовах ринку, з метою отримання певних вигод.

У табл. 2 перелічено підходи різних авторів стосовно визначення поняття «конкурентоспроможність підприємства».

Аналізуючи дані табл. 2 можна зробити висновок, що конкурентоспроможність підприємства – це здатність підприємства забезпечити високу ефективність виробництва та збуту своєї продукції для задоволення різноманітних потреб споживачів та з метою отримання максимальних прибутків в конкурентній боротьбі з іншими підприємствами.

**2. Погляди вчених-економістів на категорію  
«конкурентоспроможність підприємства»**

**(систематизовано автором на основі аналізу літературних джерел)**

Автор	Зміст визначення
Шевельова С.О. [13]	Конкурентоспроможність підприємства – здатність підприємства підтримувати стійкі позиції на ринку, функціонувати прибутково, бути привабливим для інвесторів, заслужити добрий імідж (образ) серед споживачів та різноманітних суб’єктів господарювання.
Должанський І.З. та Загорна Т.О. [14]	Конкурентоспроможність підприємства – здатність виробляти й реалізовувати продукцію швидко, в достатній кількості, при високому технологічному рівні обслуговування та як можливість ефективно розпоряджатися власними й позиковими ресурсами в умовах конкурентного ринку.
Юданов А.Ю. [15]	Конкурентоспроможність підприємства – спроможність підприємства виробляти та реалізовувати конкурентоспроможну продукцію.
Малік М.Й. та Нужна О.А. [16]	Конкурентоспроможність аграрного підприємства – це здатність суб’єктів економічної діяльності аграрної сфери пристосовуватись до нових умов господарювання, використовувати свої конкурентні переваги і перемагати в конкурентній боротьбі на ринках сільськогосподарської продукції та послуг, максимально ефективно використовувати земельні ресурси, якомога повніше задовольняти потреби покупця шляхом аналізу структури ринку і гнучко реагувати на зміну його кон’юнктури.
Минко Л.М. [17]	Конкурентоспроможність підприємства – це здатність підприємства вчасно й ефективно коригувати параметри своєї діяльності залежно від змін у зовнішньому середовищі для підтримання існуючих і створення нових конкурентних переваг з метою досягнення власних стратегічних цілей.
Олійник В.В. [18]	Конкурентоспроможність сільськогосподарських підприємств – це здатність поставляти конкурентоспроможний товар у відповідний час на відповідний ринок із урахуванням своїх конкурентних переваг, при цьому ефективно використовуючи наявні ресурси шляхом застосування інноваційних технологій виробництва з метою подальшого простого або розширеного відтворення у довгостроковій перспективі.
Тимофієва Г.С. та Крюковська О.В. [19]	Конкурентоспроможність аграрного підприємства – це реальна та потенційна можливість підприємств в існуючих для них умовах проектувати, виготовляти та збувати товари на ринку, що за ціновими та неціновими характеристиками є більш привабливими для споживачів, ніж товари їх конкурентів.

**Висновки.** Конкурентоспроможність підприємства є однією з найважливіших категорій сучасної ринкової економіки, що характеризує можливість і ефективність адаптації підприємства до умов ринкового конкурентного середовища. В поняття конкурентоспроможності підприємства вкладається її здатність випускати конкурентоспроможну на конкретному ринку продукцію, її перевагу по відношенню до інших підприємств певної галузі всередині країни або за її межами.

На основі аналізу табл. 1 та 2 можна визначити конкурентоспроможність як здатність суб'єктів господарювання протистояти конкурентам в умовах ринку, з метою отримання певних вигод. В свою чергу, конкурентоспроможність підприємства – це здатність підприємства забезпечити високу ефективність виробництва та збуту своєї продукції для задоволення різноманітних потреб споживачів та з метою отримання максимальних прибутків в конкурентній боротьбі з іншими підприємствами.

**Бібліографічний список:** 1. Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика: монография / Г.Л. Азоев. – М.: Центр экономики и маркетинга, 1996. – 208 с. 2. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов / А. Смит. – М.: Ось-89, 1997. – Кн. 1. – 255 с. 3. Шумпетер Й.А. Капитализм, социализм и демократия / Шумпетер Й.А.; пер. с англ. – К.: Основи, 1995. – 528 с. 4. Маслак О.І. Конкуренція: її сутність та особливості в умовах глобалізації / О.І. Маслак, Л.А. Квятковська, П.К. Кулінічев // Технологический аудит и резервы производства. – 2014. – № 3 (3). – С. 57–61. 5. Романенко В.А. Конкуренція і конкурентоспроможність / В.А. Романенко // Вісник Національної академії наук України. – 2007. – № 8. – С. 14–17. 6. Porth S.I. Strategic management: a Cross – Functional Approach / S.I. Porth – New Jersey: Pearson Education, 2003. – 266 p. 7. Портер М. Международная конкуренция: пер. с англ. / М. Портер; под ред. В.Д. Щетинина. – М.: Междунар. отн., 1993. – 495 с. 8. Портер М. Конкурентное преимущество. Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость / М. Портер. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. – 715 с. 9. Піддубний І.О. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства: навчальний посібник / І.О. Піддубний, А.І. Піддубна. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2004. – 264 с. 10. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент / Фатхутдинов Р.А. – М.: Издательско-книготорговый центр «Маркетинг», 2002. – 892 с.

11. Нестеренко С.А. Конкуренентоспроможність сільськогосподарських підприємств: управлінський аспект: монографія / С.А. Нестеренко. – К., 2012. – 483 с.
12. Krugman P. Makingsense of the competitiveness debate / P. Krugman // Oxford Review of Economic Policy. – 1996. – 12. – P. 17–25.
13. Шевельова С.О. Конкуренентоспроможність молочного підкомплексу: [монографія] / С.О. Шевельова. – Тернопіль: Збруч, 2001. – 408 с.
14. Должанський І.З. Конкуренентоспроможність підприємства / І.З. Должанський, Т.О. Загорна. – К.: Центр навч. л-ри, 2006. – 384 с.
15. Юданов А.Ю. Конкуренция: теория и практика: учеб. пособие, 3-е изд. / А.Ю. Юданов. – М.: Гном – Пресс, 2000. – 325 с.
16. Малік М.Й. Конкуренентоспроможність аграрних підприємств: методологія і механізми: монографія / М.Й. Малік, О.А. Нужна. – К.: Інститут аграрної економіки, 2007. – 270 с.
17. Минко Л.М. Сутність і складові поняття конкурентоспроможності підприємства / Л.М. Минко // Наукові праці НУХТ. – 2015. – Т. 21, № 1. – С. 86 – 92.
18. Олійник В.В. Економічна сутність конкурентоспроможності і рівні її визначення / В.В. Олійник // Вісник Дніпропетровського університету. Сер.: Економіка. – 2013. – Т. 21, вип. 7(3). – С. 192 – 198.
19. Тимофієва Г.С. Теоретичні засади формування конкурентоспроможності аграрних підприємств / Г.С. Тимофієва, О.В. Крюковська // Вісник Харківського національного аграрного університету ім. В. В. Докучаєва. Сер.: Економічні науки. – 2013. – № 11. – С. 212–218.

**Е.И. Величко. Современные подходы к пониманию сущности понятия «конкуренентоспособность предприятия».** В статье были проанализированы теоретические подходы ученых к пониманию понятий конкуренция, конкурентоспособность и конкурентоспособность предприятия. Доказано, что на сегодняшний день существует большое количество толкований понятия «конкуренентоспособность предприятия», однако не существует единой трактовки. На основе проведенных исследований предложено определение понятий «конкуренентоспособность» и «конкуренентоспособность предприятия».

*Ключевые слова:* рынок, конкуренция, конкурентоспособность, конкурентоспособность предприятия, конкурентная борьба.

**E.I. Velichko. Modern approaches to understanding the essence of the concept of «competitiveness of enterprise».** Despite the diversity of economic schools and trends they all pay much attention to theoretical problems of definition of competitiveness. Throughout the history of establishment of relationship of marketing and economics the study about the essence of

competition and competitiveness remains to be actual, because competition ensures the development of the market and the economy as a whole. These terms are widely used daily, but at the moment is not completely clarified what is the need to study these interdependent concepts. The competitiveness of enterprise is one of the most important categories of modern market economy that characterizes the ability and effectiveness of enterprise adaptation to conditions of competitive market environment. The concept of the competitiveness of enterprises includes its ability to output competitive products in a market, its advantage against other companies of certain sector inside the country or abroad.

The object is competitiveness of enterprise.

The subject of the study is the theoretical and practical approaches to understanding the essence of the concept of «competitiveness of enterprise»

The aim is to find out the essence of the concept of «competitiveness of enterprise» in the current economic conditions.

Methodology. During the study there were used the methods for the comparison, synthesis and analysis, Microsoft Office.

The results. In this scientific article there were analyzed and systematized various approaches to theoretical definitions of competition, competitiveness and competitiveness of enterprise for a more complete disclosure of these terms and facilitation further research on this topic and offered the own roundup definitions of the terms.

The analysis of studies has shown that there is no consensus of opinion in understanding the concepts of competition, competitiveness and competitiveness of enterprise. Despite the different approaches and visions of definition of the competitiveness of enterprises the main thing is that competitiveness is the most important element of the whole marketing ménage system.

In our opinion, competitiveness of enterprise is the ability of subject of manages to confront competitors in the market conditions to reap the certain benefits. The competitiveness of enterprise is the ability of the company to ensure high production efficiency and marketing their products for satisfaction of different needs of consumers and for the purpose to take high profit in competition with other companies.

*Key words:* market, competition, competitiveness, competitiveness of enterprise, competitive activity.