

забезпечує основу для керування членами організації. Проектуючи усе вище написане на реалії обставин у нашій країні, можна відзначити, що стратегічне планування стає усе більш актуальним для українських підприємств і організацій, що вступають у тверду конкуренцію як між собою так і з іноземними суб'єктами господарської діяльності.

Список літератури

1. Армстронг Г. Введение в маркетинг : учеб. пособ. / Г. Армстронг, Ф. Котлер ; пер. с англ. – М. : Вильямс, 2000. – 640 с.
2. Гайдаенко Т. А. Маркетинговое управление. Полный курс МБА. Принципы управленческих решений и российская практика / Т. А. Гайдаенко. – М. : Эксмо, 2005. – 480 с.
3. Міщенко А. П. Стратегічне управління : навч. посіб. / А. П. Міщенко. – К. : Центр учбової літератури, 2004. – 336 с.
4. Стратегический менеджмент / А. Н. Петров [и др.] ; под ред. А. Н. Петрова. – СПб. : Питер, 2005. – 496 с.
5. Шершньова З. Є. Стратегічне управління : навч. посіб. / З. Є. Шершньова, С. В. Оборська. – К. : КНЕУ, 1999. – 384 с.

Отримано 30.03.2012. ХДУХТ, Харків.
© В.А. Гросул, Г.С. Мамаєва, 2012.

УДК 658.821

М.В. Чорна, д-р екон. наук, проф.
А.М. Анікеєва, магістрант

СИСТЕМАТИЗАЦІЯ ПІДХОДІВ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Систематизовано основні сучасні підходи трактування сутності конкурентоспроможності та уточнено визначення поняття конкурентоспроможності підприємства.

Систематизированы основные современные подходы к трактовке сущности конкурентоспособности и уточнено определение понятия конкурентоспособности предприятия.

The basic modern approaches to the interpretation of essence of competitiveness are systematized and the determination of concept of enterprise's competitiveness is specified.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Специфіка та умови розвитку ринкових відносин в Україні, які характеризуються динамічністю та значною невизначеністю зовнішнього середовища, зниженням платоспроможності населення, загостренням конкурентної боротьби, підвищенням рівня комерційного ризику, тяжким фінансовим станом більшості господарюючих суб'єктів, потребують пошуку засобів виживання та ефективного функціонування підприємств. Це можливо лише за умови забезпечення конкурентоспроможності суб'єктів господарювання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні та практичні аспекти конкурентоспроможності підприємства висвітлено в наукових працях вітчизняних і зарубіжних науковців: Л. Балабанової, М. Єрмолова, А. Воронкової, І. Булаха, М. Гельвановського, Р. Фатхутдинова, В. Шкардуна та ін. [2–6; 9]. Проте, специфіка сучасного етапу функціонування економіки в умовах глобалізації та високої швидкості розповсюдження інформаційних потоків, подолання наслідків кризових явищ і забезпечення інтенсифікації розвитку національного господарства викликають необхідність уточнення поняття конкурентоспроможності підприємств. Актуальність вищевикладених аспектів, недостатній їхній теоретичний розгляд з урахуванням нових реалій зумовили вибір напрямку наукового дослідження.

Метою та завданням даної статті є систематизація основних підходів до визначення сутності конкурентоспроможності підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. У сучасній економічній теорії практично сформувалося загальне бачення характерних ознак та умов прояву конкурентоспроможності, серед яких притаманність суб'єктам суто ринкових відносин; виявлення лише

в процесі конкуренції; забезпечення певної конкурентної позиції тощо. Незважаючи на таку єдність у загальних питаннях щодо поняття конкурентоспроможності погляди фахівців різняться під час його конкретизації. Деякі науковці, і ми з ними погоджуємося, підкреслюють, що різноманіття авторських позицій пов'язано з наступним: ототожненням конкурентоспроможності підприємства та продукції; заміною одного поняття іншим (конкурентний статус, конкурентний рівень); характеристикою будь – якої однієї складової конкурентоспроможності підприємства тощо [1].

Російський дослідник Р. Фатхутдинов трактує конкурентоспроможність як «властивість об'єкта, що характеризується

ступенем реального чи потенційного задоволення ним конкретної потреби в порівнянні з аналогічними об'єктами, розташованими на даному ринку» [2, с. 227] та підкреслює: «Конкурентоспроможність об'єкта визначається по відношенню до конкретного ринку або до конкретної групи споживачів, яка формується за відповідними ознаками стратегічної сегментації ринку» [2, с. 228]. У наведеному підході відсутня конкретизація об'єкта конкурентоспроможності, що не дає можливості її повного визначення. Єрмолов М. розглядає конкурентоспроможність підприємства як відносну характеристику, яка відображає відмінності процесу розвитку даного виробника від виробника конкурента як за ступенем задоволення своїми товарами, так і за ефективністю діяльності [3]; а І. Булах – як його порівняльну характеристику на певному ринку та зазначає, що сутність поняття «конкурентоспроможність підприємства» неможливо однозначно визначити, а лише на основі комплексного підходу. Дану позицію узагальнено в такому визначенні: «Конкурентоспроможність підприємства – це статична характеристика, що відбиває спроможність підприємства витримувати конкуренцію, займаючи певну конкурентну позицію на певному ринку в даний період часу» [4]. Таким чином, обмеженість у часі є характерною рисою конкурентоспроможності підприємства.

Гельвановський М. та ін. визначають конкурентоспроможність із позиції властивостей, які створюють переваги для суб'єкта економічного змагання [5]. Фасх'єв Х. підкреслює необхідність забезпечення конкурентоспроможності продукції для набуття конкурентоспроможності підприємства [6].

Таким чином, поряд із прямим взаємозв'язком і взаємозалежністю конкурентоспроможності підприємства та товару, існує суттєва різниця між цими поняттями. А тому ідентифікувати їх не коректно. Тобто за економічною сутністю конкурентоспроможність підприємства є більш широкою системною категорією, яка містить у собі конкурентоспроможність товару як підсистеми [1].

Переважає більшість учених трактує конкурентоспроможність підприємства як комплексну характеристику його діяльності, яка базується на аналізі сукупності певних аспектів виробничо-господарської діяльності, та дозволяє визначити сильні сторони суб'єкта господарювання в конкурентній боротьбі й знайти засоби досягнення переваг над конкурентами [1; 2]. Балабанова Л. виділяє окремі рівні конкурентоспроможності, а саме: конкурентоспроможність товарів, конкурентна маркетингова політика, підприємство, країна, глобальна конкурентоспроможність [7, с. 26]. Підтримує таку

позицію А. Горбатов, який виділяє такі підходи до визначення конкурентоспроможності суб'єктів господарювання – конкурентоспроможність продукції, конкурентні переваги, потенціал підприємства, ефективність виробничо-господарчої діяльності, спроможність вести конкурентну боротьбу, комбінація інших підходів [8, с. 284]. Проведений аналіз інших трактувань сутності конкурентоспроможності підприємства [1–6] дозволив установити наявність чотирьох основних підходів до виділення її сутнісних ознак, а саме:

- конкурентоспроможність як певна спроможність, здатність або можливість підприємства;
- конкурентоспроможність як комплексна, відносна або порівняльна характеристика діяльності суб'єкту господарювання;
- конкурентоспроможність як наявність певних властивостей;
- конкурентоспроможність як оцінка сукупності конкурентних переваг (рис.).

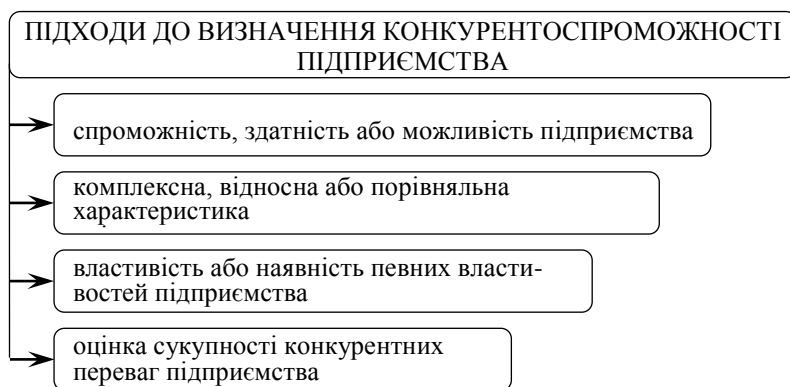


Рисунок – Систематизація основних підходів до визначення ознак конкурентоспроможності підприємства

Формування основ забезпечення конкурентоспроможності підприємства відбувається всередині суб'єкта господарювання завдяки ефективному використанню всього комплексу внутрішніх ресурсів і можливостей, що сприяє набуттю необхідних конкурентних переваг; проявляється вона лише в зовнішньому конкурентному середовищі за умови наявності порівняльної бази – конкурентів. Науковці підкреслюють, що саме внаслідок ефективного формування необхідної

сукупності конкурентних переваг забезпечується потрібний рівень конкурентоспроможності підприємства на конкурентному ринку або його сегменті [9].

Висновки. Базуючись на результатах проведеного дослідження, пропонується визначати конкурентоспроможність підприємства як комплексну відносну характеристику спроможності суб'єкта господарювання конкурувати на ринку завдяки наявності певної сукупності конкурентних переваг.

Список літератури

1. Воронкова А. Э. Стратегическое управление конкурентоспособным потенциалом предприятия: диагностика и организация : монография / А. Э. Воронкова. – 2-е изд. – Луганск : Восточноукр. нац. ун-т им. В. Даля, 2004. – 320 с.

2. Фатхутдинов Р. А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент / Р. А. Фатхутдинов. – М. : Маркетинг, 2002. – 892 с.

3. Ермолов М. О. Чем отличается конкурентоспособность фирмы от конкурентоспособности товара / М. О. Ермолов // Как продать ваш товар на рынке? : справочник. – М. : Мысль, 1990. – С. 228–241.

4. Булах І. В. Конкурентостійкість підприємства як економічне поняття та його значення у галузі зв'язку / І. В. Булах, Т. Б. Надтока // Наукові праці ДонНТУ. Сер. Економічна. – Донецьк, 2004. – Вип. 80. – С. 122–129.

5. Гельвановский М. Конкурентоспособность в микро-, мезо- и макроуровневом измерениях / М. Гельвановский, В. Жуковская, И. Трофимова // Российский экономический журнал. – 1998. – № 3. – С. 67–77.

6. Фасхиев Х. А. Как измерить конкурентоспособность предприятия? / Х. А. Фасхиев, Е. В. Попова // Маркетинг в России и за рубежом. – 2003. – № 4 – С. 53–68.

7. Балабанова Л. В. Маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємств: стратегічний підхід : монографія / Л. В. Балабанова, В. В. Холод. – Донецьк : ДонДУЕТ, 2006. – 294 с.

8. Горбатов В. М. Конкурентоспособность и циклы развития интегрированных структур бизнеса : монография / В. М. Горбатов. – Харьков : ИНЖЕК, 2006. – 592 с.

9. Чорна М. В. Управління конкурентоспроможністю підприємств роздрібної торгівлі: теоретико-методологічні засади та практичний інструментарій : монографія / М. В. Чорна. – Харків : ХДУХТ, 2010. – 426 с.

Отримано 30.03.2012. ХДУХТ, Харків.

© М.В. Чорна, А.М. Анікєєва, 2012.