

СУТНІСНА ХАРАКТЕРИСТИКА ДЕФІНІЦІЇ «КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА» В ПІДПРИЄМНИЦЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

На сьогоднішній день проблема щодо удосконалення системи конкурентоспроможності підприємства стає досить актуальною для сучасних підприємств, адже зміни у державі загострила важку ситуацію в конкурентній боротьбі суб'єктів підприємництва.

Питання дослідження конкурентоспроможності підприємницької структури є важливими й актуальними як для економіки країни в цілому, так і для окремих виробників. У ринкових умовах висока конкурентоспроможність підприємств є запорукою стабільності та прибутковості його потенціалу. Висока конкурентоспроможність – основна умова розвитку і життєдіяльності господарюючого суб'єкта. Розуміючи це, вітчизняні товаровиробники в умовах жорсткої конкурентної боротьби потребують виконання наступних завдань: задоволення потреб споживачів, досягнення максимальної прибутковості та збільшення обсягів збуту, розширення меж щодо внутрішнього і зовнішнього ринку, забезпечення необхідного рівня якості та відповідної ціни продукції, впровадження нових технологічних процесів і модернізація обладнання.

Аналіз літературних джерел з даного питання показав, що сьогодні існує безліч різноманітних трактувань й точок зору відносно положень щодо забезпечення конкурентоздатності господарюючого суб'єкта. Водночас, класиком теорії конкуренції і конкурентоспроможності по праву вважається М. Портер, вагомим внеском якого є дослідження категорії «конкурентних переваг» – ключових факторів успіху, характерних для певного підприємства (галузі) чинників, що дають йому переваги над конкурентами (іншими галузями), наприклад, у боротьбі за інвестиції за рахунок більшої прибутковості або швидкості обороту капіталу тощо. Він писав, що конкурентні переваги поділяються на два основних види: більш низькі витрати та диференціація товарів.

Відповідно до Закону України «Про захист економічної конкуренції», «економічна конкуренція (конкуренція) - змагання між суб'єктами господарювання з метою здобуття завдяки власним досягненням переваг над іншими суб'єктами господарювання, внаслідок чого споживачі, суб'єкти господарювання мають можливість вибирати між кількома продавцями, покупцями, а окремих суб'єктів господарювання не може визначати умови обороту товарів на ринку».

У своїх працях автори по-різному визначають сутність дефініції «конкурентоспроможність підприємства», тому дослідження потребує вивчення підходів до його трактування на сучасному етапі розвитку науки. Для більш детального та всебічного аналізу тлумачень поняття «Конкурентоспроможність підприємства» нами було згруповано підходи різних авторів щодо визначення даної категорії (табл. 1).

Таблиця 1

Аналіз дефініцій «конкурентоспроможність підприємства» у літературних джерелах

№ з/п	Визначення конкурентоспроможності підприємства	Група авторів	Кількість джерел	Питом а вага
1	2	3	4	5
1	Конкурентоспроможність підприємства – здатність виробляти й реалізовувати свою продукцію швидко, дешево, якісно, продавати її в достатній кількості, при високому технологічному рівні обслуговування.	Янковий О.Г., Ткачук В.І., Яценко О.М., Соколова А.О., Ходаківський Є.І., Долгожданський І.З.,	6	13
2	Конкурентоспроможність підприємства – рівень його компетенції відносно інших підприємств-конкурентів у нагромадженні та використанні виробничого потенціалу певної спрямованості, а також його окремих складових: технології, ресурсів, менеджменту, навичок і знань персоналу тощо, що знаходить вираження в таких результуючих показниках, як якість продукції, прибутковості, продуктивність тощо.	Шершньова З.Є., Оборська С.В.	2	4
3	Конкурентоспроможність підприємства – це здатність не лише перемагати у конкурентній боротьбі, але і приймати у ній участь.	Акулич О.В.	1	2
4	Конкурентоспроможність - це визначене сукупністю факторів положення товаровиробника на внутрішніх і зовнішніх ринках, віддзеркалене через сукупність показників.	Портер М.	1	2
5	Під конкурентоспроможністю розуміє зумовлене економічними, соціальними та політичними чинниками становище країни або окремого товаровиробника на внутрішньому та зовнішньому ринках	Харченко Т.Б.	1	2
6	Конкурентоспроможність підприємства є результатом перетинання факторів, породжених об'єктивним розвитком продуктивних сил, що відображають результати політики великих монополій в боротьбі за якість, ринки збуту і отримання прибутку.	Клименко С.М., Дуброва О.С., Барабась Д.О., Омельяненко Т.В., Вакуленко А.В.	5	11
7	Оцінка внутрішнього потенціалу (стану) підприємства відносно конкурентів.	Тридід О. М.	1	2

1	2	3	4	5
8	Спроможність підприємства продавати конкурентну продукцію; вміння розробляти стратегію, яка забезпечує високий рівень його конкурентоспроможності; наявність добре налагодженого організаційно-управлінського механізму, який може виконати поставлене завдання; орієнтацію діяльності підприємства на ринок і систематичну співпрацю зі споживачами; наявність конкурентної стратегії й тактики дій стосовно конкурентів; високу професійну підготовку персоналу; вміння реагувати на зміни зовнішнього середовища.	Корецький М.Х., Дегтяр А.О., Дацій О.І.	3	7
9	Конкурентоспроможність підприємства - це відносна характеристика, що віддзеркалює відмінності у розвитку даної фірми від розвитку конкурентів за такими показниками, як ступінь задоволення своїми товарами потреб споживачів та ефективність виробничої діяльності.	Павленко А. Ф., Войчак А. В., Іванов Ю.Б.	3	7
10	Узагальнююча оцінка конкурентних переваг в питаннях формування ресурсного потенціалу, якості задоволення споживчого попиту та досягнутої завдяки цьому ефективності функціонування господарчої системи, які мають місце на момент чи протягом періоду оцінювання.	Мазаракі А. А., Сідан В.А., Пономальова Ю.В.	3	7
11	Спроможність підприємства до отримання синергійного ефекту від раціонального використання конкурентних переваг, які воно має та знов створює в процесі реалізації стратегії розвитку.	Тищенко А. Н., Головко О. С.	2	4
12	Система оціночних характеристик господарської діяльності підприємства, впливаючи на результати боротьби з іншими підприємствами на споживчому ринку.	Бланк І. А., Кіт А.Ф., Покропивний С.Ф., Петрович Й.М., Семенів О.М.	5	11
13	Здатність досягнення власних цілей в умовах протидії конкурентів. Мірою конкурентоспроможності підприємства є співвідношення сил між підприємством і його основними конкурентами на ринку	Шкардун В. Д.	1	2
14	Спроможність підприємства займати визначену ринкову нішу в певний період часу.	Гетьман О. О., Шаповал В. М.	2	4
15	Порівняльна перевага підприємства по відношенню до інших підприємств даної галузі у державі чи за її кордонами.	Градова А.П. Кузіна Б. І.	2	4
16	Здатність підприємства приносити питомий прибуток на вкладений капітал не нижче заданого.	Забелін П. В. Моїсєєва Н. К.	2	4
17	Система економічних категорій, елементами якої є конкурентоспроможність продукції і фінансова конкурентоспроможність.	Круглов М. І.	1	2
18	Здатність підприємства протистояти іншим підприємствам, вести з ними успішну боротьбу за ринки збуту товарів та послуг.	Люкшинов А. Н.	1	2
19	Можливість підприємства ефективно розпоряджатись власними й залученими ресурсами в умовах конкурентного ринку.	Азоев Г. Л., Челенков А. П.	2	4
20	Можливість кращого, ніж у конкурентів, задоволення потреб покупців.	Ламбен Жан-Жак.	1	2
Всього		x	45	100

Проаналізувавши дані таблиці 1, можна стверджувати, що серед авторів не має єдиного підходу щодо визначенні дефініції «конкурентоспроможність підприємства». Дана категорія може розглядатися і як здатність виробляти й реалізовувати свою продукцію швидко, дешево, якісно, продавати її в достатній кількості, при високому технологічному рівні обслуговування (13 %). Також встановлено, що 11 % науковців стверджують – конкурентоспроможність підприємства є результатом перетинання факторів, породжених об'єктивним розвитком продуктивних сил, що відображають результати політики великих монополій в боротьбі за якість, ринки збуту і отримання прибутку. Зокрема, велика увага (11 %) приділена також трактуванню конкурентоспроможності підприємства як система оціночних характеристик господарської діяльності підприємства, впливаючи на результати боротьби з іншими підприємствами на споживчому ринку. Ряд авторів стверджують, що це: спроможність підприємства продавати конкурентну продукцію; вміння розробляти стратегію, яка забезпечує високий рівень його конкурентоспроможності; наявність добре налагодженого організаційно-управлінського механізму, який може виконати поставлене завдання; орієнтацію діяльності підприємства на ринок і систематичну співпрацю зі споживачами; наявність конкурентної стратегії й тактики дій стосовно конкурентів; високу професійну підготовку персоналу; вміння реагувати на зміни зовнішнього середовища (7 %); відносна характеристика, що віддзеркалює відмінності у розвитку даної фірми від розвитку конкурентів за такими показниками, як ступінь задоволення своїми товарами потреб споживачів та ефективність виробничої діяльності (7 %); узагальнююча оцінка конкурентних переваг в питаннях формування ресурсного потенціалу, якості задоволення споживчого попиту та досягнутої завдяки цьому ефективності функціонування господарчої системи, які мають місце на момент чи протягом періоду оцінювання (7 %).

Отже, наведений вище системний аналіз показав, що конкурентоспроможність підприємства – це економічна складова, яка виражає результат взаємодії всіх елементів системи внутрішніх (виробничих, економічних, науково-технічних та ін.) і зовнішніх (життєутворюючих, адаптивних) чинників що виникають між підприємницькими структурами з приводу можливості реалізації окремого виду продукції чи надання певних послуг на конкретному ринку чи його сегменті.