

## УТОЧНЕННЯ ПОНЯТТЯ «КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА»

Глобалізація ринків, інтеграція України у міжнародний економічний простір суттєво посилюють роль конкуренції і об'єктивно сприяють формуванню інтенсивного конкурентного середовища. Разом з тим, конкурентне середовище в Україні розвивається повільно і фрагментарно, конкурентна боротьба суб'єктів ринку невиразна. У свою чергу, нерозвиненість конкуренції серед вітчизняних підприємств не надає стимулів для зростання їхньої конкурентоспроможності і, як наслідок, вітчизняні підприємства витісняються з традиційних секторів економіки зарубіжними суб'єктами, які завойовують сьогодні основні сегменти товарного ринку України. Важливість підвищення конкурентоспроможності підприємства на сьогоднішньому етапі робить актуальним уточнення сутності поняття конкурентоспроможність підприємства.

Дослідженням конкурентоспроможності підприємства приділили увагу багато вчених, таких як: І.І. Білецька, І.П. Волощук, Ю.Б. Іванов, М.О. Кизим, Т.І. Лепейко, М. Портер та інші. Але, не заважаючи на велику кількість досліджень, не має єдиного загальноприйнятого трактування поняття «конкурентоспроможність підприємства»

Метою статті є визначення сутності поняття «конкурентоспроможність підприємства» на основі аналізу наукових праць.

Аналіз наукових підходів до визначення даної категорії наведено у табл. 1.

Визначення поняття «конкурентоспроможності підприємства» у  
працях науковців

Авторське джерело	Визначення	Ключове слово
Василенко В.О. [1, с.358]	Можливість його ефективної господарської діяльності й її практичної реалізації в умовах конкурентного ринку.	Ефективної госп. діяльності
Должанський І.З. [2,с. 28]	Можливість ефективно розпоряджатися власними й позиковими ресурсами в умовах конкурентного ринку.	Можливість розпоряджатися ресурсами
Покропивний С.Ф. [3, с.350]	Здатність до ефективної господарської діяльності та забезпечення прибутковості за умов конкурентного ринку. Тобто, конкурентоспроможність підприємства – це здатність забезпечувати випуск і реалізацію конкурентоспроможної продукції.	Здатність
Енциклопедія бізнесмена, менеджера, економіста [4, с.81]	Рівень його компетентності порівняно з іншими підприємствами конкурентами за такими параметрами, як технологія, практичні навички і професійні знання персоналу, рівень стратегічного і поточного планування, політика збуту, рівень управління, комунікації, якість продукції тощо.	Рівень компетентності
Алексєєв С.Б. [5, с.618]	Економічна категорія, яка дозволяє в умовах конкуренції представити на внутрішній і зовнішній ринок продукцію, яка з точки зору конкурентних переваг сприймається споживачем як краща за аналогічну продукцію конкурентів та дозволяє підприємству отримувати плановий дохід, реалізовувати стратегії конкурентної боротьби й забезпечувати виживання і бажане положення на ринку у довгостроковій перспективі.	Економічна категорія

«Продовження табл. 1»

Фатхутдінов Р.А. [6]	Здатність фірми випускати конкурентоспроможну продукцію, переваги фірми відносно інших фірм даної галузі всередині країни та за її межами	Здатність випускати конкурентоспроможну продукцію
Забелін П.В. [7]	Здатність підприємства приносити питомий прибуток на вкладений капітал не нижче заданого	здатність приносити питомий прибуток

Таким чином, визначення науковців можна поділити на 2 категорії.

До першої відносяться Василенко В.О. Должанський І.З, Забелін П.В., які визначають конкурентоспроможність підприємства як здатність (або можливість) підприємства вести свою діяльність й досягати намічені цілі на конкурентному ринку.

До другої категорії можна віднести таких вчених як: Алексєєв С.Б. Покропивний С.Ф. Фатхутдінов Р.А., які визначають конкурентоспроможність підприємства як порівняну характеристику підприємства відносно підприємств, які виробляють конкурентну продукцію або товари-субститути

Також, деякі вчені (наприклад О.Ю. Юданов) дають визначення конкурентоспроможності підприємства як спроможності організації випускати конкурентоспроможний товар.

Отже, узагальнюючи надані в табл. 1 визначення можна запропонувати наступне:

Конкурентоспроможність підприємства – це здатність підприємства досягати своїх цілей у конкурентному середовищі за рахунок реалізації своїх переваг перед конкурентами, шляхом виробництва та реалізації конкурентоспроможної продукції.

Це означає, що конкурентоспроможність підприємства може бути виявлена (оцінена) лише в рамках групи підприємств, які належать до однієї галузі, або підприємств, що випускають товари-субститути.

Зміни, які відбуваються на ринку, у зв'язку з прийняттям Україною курсу євроінтеграції здійснюють значний вплив на підприємство, що

викликає невідповідність внутрішнього середовища зовнішнім вимогам. Запропоноване визначення змісту поняття «конкурентоспроможність підприємства» допомагає зрозуміти сутність даної категорії, яка відіграє важливу роль у розвитку сучасної підприємницької діяльності через те, що в сучасних умовах господарювання конкуренції та вільної торгівлі, конкурентоспроможність підприємств є обов'язковою умовою і головним критерієм ефективності господарської діяльності. Подальші дослідження в даному напрямку варто спрямувати на пошук підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств в умовах євроінтеграції.

#### **Список літератури:**

1. Василенко В.О., Ткаченко Т.І. Виробничий (операційний) менеджмент: Навч. посіб. – Київ: ЦУЛ, 2003.– 532 с.
2. Должанський І.З., Загорна Т.О. Конкурентоспроможність підприємства: Навч. посіб. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. –384 с.
3. Економіка підприємства: Підручник /За заг. ред. С.Ф. Покропивного; КНЕУ.– К., 2001.–526 с.
4. Енциклопедія бізнесмена, менеджера, економіста / Під ред. Р. Дяківа. – К.: Міжнародна економічна фундація, 2000. – 706 с.
5. Алексеев С.Б. Теоретические аспекты конкурентоспособности предприятий // Экономика: проблемы теории та практики. Збірник наукових праць. Випуск 191: В 4 т. Том II.– Дніпропетровськ: ДНУ, 2004. – С.614–619.
6. Фатхутдинов Р.А. Стратегический менеджмент / Р.А. Фатхутдинов – Питер, 2006. – 352 с.
7. Забелин П.В. Конкурентоспособность в микро-, мезо- и макроуровневом измерениях / П.В. Забелин, В.М. Жуковская, И Н Трофимова// Российский экономический журнал – 1998 - №9 – С. 67-77