

УДК 339.137.2

СТРАШИНСЬКИЙ В.І.,
аспірант Національного педагогічного університету
імені М.П. Драгоманова

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТЬ “КОНКУРЕНЦІЯ” ТА “КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА”

Анотація. Статтю присвячено дослідженню понять “конкуренція” та “конкурентоспроможність підприємства”, їх походженню та тлумаченню. Проаналізовано підходи до визначення даних понять різними авторами та проведено групування за головною класифікаційною ознакою, запропоновано власне тлумачення поняття “конкурентоспроможність підприємства”.

Ключові слова: конкуренція, конкурентні переваги, конкурентоспроможність підприємства.

Страшинский В. И., аспирант Национального педагогического университета имени М.П. Драгоманова

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ПОНЯТИЙ “КОНКУРЕНЦИЯ” И “КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ”.

Аннотация. Статья посвящена исследованию понятий “конкуренция” и “конкурентоспособность предприятия”, их происхождению и толкованию. Проанализированы подходы к определению данных понятий разными авторами и проведена группировка по главному классификационному признаку, предложено собственное толкование понятия “конкурентоспособность предприятия”.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентные преимущества, конкурентоспособность предприятия.

Strashynskiy Volodymyr I., graduate student of National Pedagogical University of MP Dragomanova

THEORETICAL AND METHODOLOGICAL APPROACHES TO THE DEFINITION OF “COMPETITION” AND “COMPETITIVENESS OF AN ENTERPRISE”

Annotation. The article studies the concepts of “competition” and “competitiveness of an enterprise”, their origin and interpretation. The approaches to the definition of these concepts held by different authors were analyzed and grouping by main classification characteristic was made, own interpretation of the concept of “competitiveness of an enterprise” was proposed.

Keywords: competition, competitive advantages, competitiveness of an enterprise.

Актуальність дослідження. На сьогоднішній день існує багато підприємств, що виробляють схожі товари та надають подібні послуги, проте одні фірми досягають успіху та отримують великі прибутки, в той час як інші несуть збитки та згодом стають банкрутами. Так відбувається саме тому, що всі суб’єкти ринкових відносин функціонують в умовах конкурентного середовища, але виживають лише ті з них, хто здатен витримувати жорстку конкуренцію. Це стає можливим лише при ефективному використанні та розвитку власних конкурентних переваг та швидким і результативним відповідям на вимоги зовнішнього середовища. Тому теоретичні дослідження природи конкурентоспроможності та конкурентних переваг підприємства посідають чільне місце у працях як вітчизняних, так і зарубіжних авторів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання конкуренції та конкурентоспроможності підприємства опрацьовані в роботах таких науковців, як А. Сміт, А. Маршалл, В. Джевонс, П. Хейне, Ф. Еджуорт, А. Курно, Дж. Робінсон, Е. Чемберлін, К. МакКонел, С. Брю, Ф. Найт, Й. Шумпетер, Т. Гринько, Ю. Іванов, С. Оборська, М. Єрмолов, Л. Балабанова, А. Яновський, В. Шинкаренко тощо.

Метою дослідження є аналітична оцінка основних підходів до тлумачення понять “конкуренція” та “конкурентоспроможність підприємства” і формулювання власного визначення цього поняття.

Виклад основного матеріалу. В Україні дослідження проблематики конкуренції та її похідних понять внаслідок історичних особливостей розвитку економіки та країни загалом почалося лише після 90-х років ХХ ст. Це стає цілком зрозумілим, якщо згад

ати радянську доктрину, в якій конкуренція визначалася як «антагоністична боротьба між приватними товаровиробниками за найбільш вигідні умови виробництва й збуту товарів» [8]. До того ж конкуренції приписували важкі соціальні наслідки, анархію, тобто загалом це поняття трактувалось деструктивно. А оскільки приватної власності на засоби виробництва реально не існувало і держава навіть встановлювала виробничі плани для підприємств, то і конкуренції не існувало. Лише керівникам підприємств, чия продукція експортувалась на зовнішні ринки, були відомі основи конкурентної боротьби.

Термін “конкуренція” походить від латинського “concurrentia” та означає “зіткнення”, “змагання”. До сьогодні лишається невідомим хто і коли вперше його запровадив, проте його необхідність засвідчується багатьма працями наступних поколінь та актуальністю даного поняття і сьогодні. Перші згадки про конкурентну боротьбу з’явилися у XVIII столітті і узагальнені Адамом Смітом у праці “Дослідження про

природу й причину багатства народів”. Саме він вперше сформулював поняття “конкуренції” як суперництва та обґрунтував принцип невидимої руки ринку; визначив основні умови ефективною конкуренції, що включають наявність великої кількості продавців і покупців, мобільність використовуваних ресурсів, неможливість кожного продавця впливати на зміну ринкової ціни товару [10].

В економічній літературі можна виокремити три основні підходи до трактування поняття “конкуренція”, а саме: поведінковий, структурний та функціональний (рис. 1).



Рис. 1. Підходи до визначення поняття “конкуренція”

Поведінковий підхід визначає конкуренцію як суперництво фірм на ринку, ведення конкурентної боротьби. В його основі лежить змагання підприємств за кращі результати у будь-якій сфері. Ідеї даного погляду розвинули А. Сміт, А. Маршалл, В. Джевонс та П. Хейне. Вони розглядали конкуренцію як боротьбу за обмежену кількість економічних ресурсів і особливо – за гроші споживача, на які їх можна придбати. Так, А. Сміт під конкуренцією розумів чесне, без змови, суперництво, яке проводиться між продавцями (або покупцями) за найбільш вигідні умови продажу (купівлі) товару, а П. Хайне – прагнення якнайкраще задовольнити критерії доступу до рідких благ.

Варто зазначити, що більшість визначень конкуренції, як у вітчизняній, так і в зарубіжній літературі, наголошують саме на суперництві або змаганні підприємств, що досить логічно, особливо з точки зору етимології поняття.

Структурний підхід акцентує увагу на структурі ринку та умовах його функціонування. До прихильників цього підходу можна віднести: Ф. Еджуорта, А. Курно, Дж. Робінсона, Е. Чемберліна та інших вчених, що заклали фундамент сучасної західної теорії чотирьох основних типів ринків: досконалої конкуренції, монополістичної конкуренції, олігополії та монополії. Зокрема К.Р. Макконел і С.Л. Брю під конкуренцією розуміють наявність на ринку великого числа незалежних покупців та продавців, можливість для покупців та продавців вільно входити на ринок і залишати його. Схожим є погляд Ф. Найта, згідно якого конкуренція являє собою ситуацію, у якій конкурує велика кількість незалежно діючих виробників і покупців будь-якого конкретного товару, що дає волю кожному мати справу з тими чи іншими суб'єктами і вибирати кращі, на їх погляд, серед запропонованих умови для задоволення своїх економічних інтересів.

Ще одним підходом є функціональний, що зосереджує увагу на ролі конкуренції в економіці. Його засновником вважають Й. Шумпетера, що тлумачив 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.

Законодавство України тлумачить конкуренцію як „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 окремий суб'єкт господарювання не може визначати умови обороту товарів на ринку” [16].

Як і конкуренцію, конкурентоспроможність також до теперішнього часу визначають по-різному, проте ці підходи також можна узагальнити та систематизувати. Перш за все, варто зазначити, що тлумачення конкурентоспроможності залежить від об'єкта, що розглядається. На даному етапі розвитку економічної науки основними об'єктами можуть виступати товар, підприємства, галузь, економіка тощо.

Конкурентоспроможність підприємства найчастіше сприймається як така його властивість, що дає йому можливість ефективно протистояти конкурентам на ринку. Тому протягом різних історичних періодів розвитку ринкових відносин, під час яких часто змінювалась як поведінка споживачів, так і методи діяльності підприємств, конкурентоспроможність визначали по-різному. Проте всі трактування доцільніше систематизувати для кращого розуміння досліджуваного поняття.

Так, на основі вивчення вітчизняної та зарубіжної літератури, вдалося виокремити чотири основні підходи до розуміння поняття “конкурентоспроможності підприємства”. Варто зазначити, що деякі з визначень можуть поєднувати в собі відразу декілька підходів, проте їх групування здійснювалось на основі ключового фактора.

Згідно з першим виокремленим підходом, таким ключовим фактором можуть виступати конкурентні переваги. Саме вони в тих чи інших своїх похідних характеристиках сприяють конкурентоспроможності підприємства. Авторів – прибічників цього підходу та їх погляди на тлумачення поняття “конкурентоспроможність підприємства” наведено в таблиці 1.

Таблиця 1

**Прибічники тлумачення конкурентоспроможності підприємства
на основі конкурентних переваг та їх визначення**

Автор	Визначення поняття “конкурентоспроможність підприємства”
Гринько Т.В.	Синтез якості й можливості успішної реалізації продукції на конкурентному вітчизняному або міжнародному ринку у певний момент часу за рахунок досягнення конкурентних переваг.
Дементьєва А.Г.	Сукупність переваг і здатності суб'єкта в порівнянні з йому подібними в боротьбі за досягнення мети, характерної для них, в умовах дії законів певного навколишнього середовища (системи).
Іванов Ю.Б.	Система, що складається з безперервно взаємодіючих факторів і характеризує ступінь реалізації потенційних можливостей підприємства по надбанню та утриманню впродовж тривалого періоду часу конкурентної переваги.
Карлофф Б.	Здатність забезпечити кращу позицію в порівнянні з конкуруючим підприємством.
Портер М.	Порівняльна перевага по відношенню до інших фірм, здатність суб'єкта ринкових відносин бути на ринку на одному рівні з наявними там аналогічними конкуруючими суб'єктами.
Шершньова З.Є., Оборська С.В.	Рівень компетенції підприємства щодо інших підприємств-конкурентів у накопиченні і використанні виробничого потенціалу певної спрямованості, а також його окремих складових: технології, ресурсів, менеджменту, навичок і знань персоналу тощо, які знаходять відображення в таких результативних показниках, як якість продукції, прибутковість, продуктивність.

Джерело: складено автором на основі власних досліджень

Наступним підходом до трактування поняття “конкурентоспроможність підприємства” можна виокремити погляд з точки зору кращого задоволення потреб споживача продукцією підприємства. Представників даного підходу та їх розуміння даного поняття зображено в таблиці 2.

Таблиця 2

**Прибічники тлумачення конкурентоспроможності підприємства
на основі задоволення потреб та їх визначення**

Автор	Визначення поняття “конкурентоспроможність підприємства”
Балабанова Л. В.	Можливість (спроможність) господарських одиниць до ефективного функціонування на ринку, заснованого на пропозиції товарів за якістю, кількістю і асортиментом у необхідні терміни і на більш вигідних, порівняно з конкурентами, умовах.
Васильєва З.А.	Здатність задовольняти потреби споживачів на основі виробництва товарів і послуг, що перевершують конкурентів за необхідним набором параметрів.
Єрмолов М.О.	Відносна характеристика, що відображає відмінності в процесі розвитку певного виробника від виробника конкурента як за ступенем задоволення своїми товарами, так і за ефективністю виробничої діяльності.
Райзберг Б.А.	Реальна і потенційна можливість фірм в існуючих для них умовах проектувати, виготовляти та збувати товари, які за ціновими і неціновими характеристиками є більш привабливими для споживачів, ніж товари їх конкурентів.
Стівенсон В. Дж.	Характеризує те, наскільки ефективно компанія задовольняє потреби клієнта в порівнянні з іншими компаніями, які пропонують подібний товар або послугу.
Хруцький В. Є., Корнєєва І.В.	Стабільна можливість задовольняти певні потреби покупців краще, ніж конкуренти, і завдяки цьому вдало продавати продукцію з прийнятними фінансовими результатами для виробника.

Джерело: складено автором на основі власних досліджень

Поняття “конкурентоспроможності підприємства” також можна розглядати відносно критеріїв та способу поведінки кожного окремого підприємства на ринку. Основних науковців, що дотримуються такої точки зору, та їх підходи до тлумачення даного поняття представлено в таблиці 3.

Таблиця 3

**Прибічники тлумачення конкурентоспроможності підприємства
на основі критеріїв поведінки підприємства та їх визначення**

Автор	Визначення поняття “конкурентоспроможність підприємства”
Азоєв Г.Л.	Здатність ефективно розпоряджатися власними і позиковими ресурсами в умовах конкурентного ринку.
Беленький П.Ю.	Узагальнений показник, який відображає дієвість всього комплексу механізмів господарювання, і до дослідження проблем його забезпечення потрібно підходити комплексно з урахуванням усіх факторів і механізмів.
Забелін П.В., Моїсєєва М.К.	Здатність приносити прибуток на вкладений капітал в короткостроковому періоді не нижче заданого, або як перевищення над середньостатистичним прибутком у відповідній сфері бізнесу.
Канінський П.К.	Здатність отримувати прибутки, достатні для відтворення простого або розширеного виробництва, мотивації праці та поліпшення властивостей продукції.
Шинкаренко В.Г., Бондаренко А.С.	Динамічна характеристика здібності підприємства адаптуватися до змін зовнішнього середовища і забезпечувати при цьому визначений рівень конкурентних переваг.
Ярошенко С.П.	Можливість більш тривалий період часу відстоювати власні переваги на ринку завдяки наявності ефективнішої стратегії або здатності функціонувати в довгостроковому періоді на ринку й отримувати при цьому прибуток, після перерозподілу якого залишиться можливість для вдосконалення виробництва, підтримання якості продукції та стимулювання робітників.

Джерело: складено автором на основі власних досліджень

Ще одна група поглядів на конкурентоспроможність підприємства належить науковцям, які основну увагу приділяють функціям, що притаманні даному явищу. Представників даного підходу зображено в таблиці 4.

Таблиця 4

**Прибічники тлумачення конкурентоспроможності підприємства на основі оцінки функцій
підприємства та їх визначення**

Автор	Визначення поняття “конкурентоспроможність підприємства”
Калашникова Л.М.	Комплексне поняття, що характеризується системою і якістю управління, якістю продукції, широтою та глибиною асортименту, затребуваного суспільством або окремими його членами, стабільним фінансовим станом, здатністю до інновацій, ефективним використанням ресурсів, цілеспрямованою роботою з персоналом, рівнем системи товароруху і сервісом фірми.
Коно Т., Тацуно Ш.	Сукупність характеристик, які включають: зайняту підприємством частку ринку; спроможність підприємства до виробництва, збуту і розвитку; спроможність вищої ланки керівництва підприємства до реалізації поставленої мети.
Маренич А., Астахова І.	Комплексна характеристика діяльності підприємств, яка базується на аналізі різних аспектів виробничо-господарської діяльності (виробничий потенціал, трудові ресурси, забезпеченість матеріалами, фінансові результати діяльності та ін.) і дозволяє визначити “сильні сторони” підприємств у конкурентній боротьбі, знайти способи досягнення переваг над конкурентами.
Перцовський М.І., Спірідонов І.А., Барсукова С.В.	Можливість проведення ефективної господарської діяльності та її практичної прибуткової реалізації в умовах конкурентного ринку. Це узагальнювальний показник життєвої стійкості підприємства, його вміння ефективно використовувати свій фінансовий, виробничий, науково-технічний і трудовий потенціали.
Яновський А.М.	Багаторівнева категорія, оскільки передбачає оцінку всіх функціональних сфер діяльності підприємства (виробництва, кадрового потенціалу, фінансів, наукових розробок, маркетингу).

Джерело: складено автором на основі власних досліджень

Таким чином, зважаючи на різноманітність поглядів на тлумачення поняття “конкурентоспроможність підприємства”, вважаємо за потрібне запропонувати власне визначення, що охоплювало б усі перелічені підходи та органічно доповнювало категорійний апарат економічної науки. Конкурентоспроможність підприємства – це його можливість краще задовольняти потреби споживачів у продукції завдяки ефективному

управлінню виробничим, інноваційним, організаційним та іншим потенціалом і, як наслідок, набутими конкурентними перевагами, що призводить до підвищення прибутковості підприємства.

Висновки. Таким чином, на сьогоднішній день існує три основні підходи до трактування поняття “конкуренція”, а саме: поведінковий, структурний та функціональний. Поведінковий підхід визначає конкуренцію як суперництво фірм на ринку, ведення конкурентної боротьби. Структурний підхід акцентує увагу на структурі ринку та умовах його функціонування, функціональний зосереджує увагу на ролі конкуренції в економіці.

Конкурентоспроможність підприємства може визначатись з точки зору основних чотирьох підходів в залежності від основної характеристики. Першою характеристикою можуть виступати конкурентні переваги, другою – задоволення потреб споживача, третьою – критерії поведінки підприємства і четвертою – оцінка функцій підприємства. На основі опрацьованої літератури було сформульоване власне визначення поняття “конкурентоспроможність підприємства”.

Використані джерела:

1. *Азоев Г.Л.* Конкурентные преимущества фирмы / Г.Л. Азоев, А.П. Челенков. – М. : Новости, 2006. – 267 с.
2. *Беленький П.Ю.* Дослідження проблем конкурентоспроможності / П.Ю. Беленький // Вісник НАН України. – 2007. – № 5. – С. 9-18.
3. *Ермолов М.О.* Чем отличается конкурентоспособность фирмы от конкурентоспособности товара / М.О. Ермолов. – М. : Мысль, 1990. – 229 с.
4. *Завьялов П.С.* Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах / П.С. Завьялов. – М. : ИНФРА-М, 2001. – 496 с.
5. *Калашникова Л.М.* Конкурентоспособность предприятия и его продукции / Л.М. Калашникова // Машиностроитель. – 2003. – № 11. – С. 15-18
6. *Клименко С.М.* Управління конкурентоспроможністю підприємства / С.М. Клименко, Т.В. Омеляненко, Д.О. Барабась та ін. – К. : КНЕУ, 2008. – 520 с.
7. *Маренич А.* Управление конкурентоспособностью предприятия / А. Маренич, И. Астахова // Бизнес-Информ. – 1996. – № 5 – С. 23-27.
8. Политическая экономия. Толковый словарь. – М.: «ИНФРА-М», Издательство «Весь Мир». Дж. Блэк. Общая редакция: д.э.н. Осадчая И.М. 2000. – с. 274.
9. *Скударь Г.М.* Управление конкурентоспособностью крупного АО: проблемы и решения / Г.М. Скударь. – К. : Наук. думка, 1999. – 496 с.
10. *Смит А.* Исследование о природе и причинах богатства народов / А. Смит (пер. с англ.), отв. ред. Л.И. Абалкин. – М.: Наука, 1993. – 570 с.
11. *Фатхутдинов Р.А.* Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент / Р.А. Фатхутдинов. – М. : Маркетинг, 2002. – 892 с.
12. *Шинкаренко В.Г.* Управление конкурентоспособностью предприятия / В.Г. Шинкаренко, А.С. Бондаренко. – Харьков : Изд-во ХНАДУ, 2003. – 186 с.
13. *Яновский А.* Конкурентоспособность товара и товаропроизводителя / А. Яновский // Бизнес-Информ. – 1996. – № 5. – С. 21-23.
14. *Ярошенко С.П.* Принципи конкурентоздатності сфери матеріального виробництва / С.П. Ярошенко // Регіональні перспективи. – 1998. – № 1(2). – С. 37-39.
15. Porter M.E. Competitive Advantage of Nations / M.E. Porter. – New York : Free Press, 1990. – 426 p.
16. Закон України «Про захист економічної конкуренції» від 11.08.2013 р. № 406-18. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2210-14>