

## ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Ляшевська В.І., аспірантка

*Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна*

В статті досліджено теоретико-методологічну сутність поняття «конкурентоспроможність», виявлено її багатоваріантність, доведено необхідність її вивчення й досягнення за окремими економічними рівнями, запропоновано авторське загальне визначення конкурентоспроможності.

**Ключові слова:** конкурентоспроможність, конкурентоспроможність продукції, конкуренція, рівні економіки.

**Постановка проблеми її зв'язок з найважливішими науковими та практичними завданнями.** У процесі формування ринкових відносин в економіці України накопичилося багато проблем, необхідність невідкладного рішення яких очевидна для всіх. А саме – забезпечення стабільності роботи вітчизняних товаровиробників і підвищення їхньої конкурентоспроможності набули особливої гостроти. З переходом до нових умов господарювання достатньо швидко з'ясувалося, що продукція багатьох підприємств у своїй більшості виявилася неконкурентоспроможною на світовому ринку, що робить вельми актуальним даний напрямок дослідження.

За наявності потужних конкурентів, високих вимог до якості продукції, що поставляється на експорт, динамічної мінливості кон'юнктури зарубіжного ринку інтегруватися у світове економічне співтовариство надзвичайно складно. У зв'язку з цим потрібно сконцентрувати основну увагу на розвитку національного ринку. Проте при усій важливості і безумовній необхідності підйому внутрішнього ринку сприяти входженню України в коло розвинутих постіндустріальних країн можна лише у тому випадку, якщо продукція, що випускається вітчизняними підприємствами, буде відповідати світовим стандартам і буде конкурентоспроможною на західному ринку.

**Аналіз останніх публікацій.** Питанням визначення та сутності понять конкурентоспроможності, конкурентоспроможності продукції, конкурентоспроможності підприємства, конкурентоспроможності галузі, конкурентоспроможності економіки тощо присвячені роботи як закордонних вчених-економістів – Ф. Котлера, М. Портера, П.Р. Діксона, І. Ансоффа, Й. Шумпетера, Р.А. Фатхутдинова та ін., так і вітчизняних дослідників – В.І. Герасимчука, Л.Г. Мельник, Л.І. Шваб, О.М. Азарян, М.В. Шарко, С.М. Клименко, О.С. Пономарьової, І.З. Должанського та інших. Але за наявності безлічі трактувань даного поняття, загальноприйнятого єдиного визначення терміну конкурентоспроможності немає.

**Метою дослідження** є аналіз сучасних трактувань терміну «конкурентоспроможність» та обґрунтування необхідності розгляду конкурентоспроможності окремих об'єктів на певних рівнях економіки.

**Виклад основного матеріалу досліджень.** Аналіз безлічі наукових першоджерел показав наступне.

По-перше, слід звернути увагу на багатозначність трактувань сутності поняття «конкурентоспроможність» та «конкурентоспроможність продукції» сучасними вченими-економістами (табл. 1, табл. 2).

Таблиця 1

Погляди вчених-економістів на категорію «конкурентоспроможність» (складено автором за джерелами: [1, с. 9], [2, с. 32], [3, с. 59], [4, с. 372] та ін.)

Автор визначення	Визначення конкурентоспроможності
Портер М.	Рентабельність та продуктивність використання ресурсів
Діксон П.Р.	Зв'язок продуктивності з якістю виробів, ефективністю, швидкістю, реакцією та економією виробничих витрат
Шумпетер Й.	Це постійні радикальні нововведення, які забезпечують здатність товару займати деяку ринкову нішу.
Федулова Л.І.	Процес управління окремою сферою діяльності для завоювання довгострокових конкурентних позицій.
Фатхутдинов Р.А.	Це властивість об'єкта, що характеризується ступенем реального чи потенційного задоволення ним конкретної потреби у порівнянні з аналогічними об'єктами, представленими на даному ринку.

	Конкурентоспроможність визначає здатність витримувати конкуренцію у порівнянні з аналогічними об'єктами на даному ринку.
Черніков А.В.	Властивість об'єкта, що характеризує ступінь реального або потенційного задоволення ним конкретної потреби або потреби, що виникла у порівнянні з аналогічними об'єктами, які знаходяться на даному ринку.
Шваб Л.І.	Конкурентоспроможність характеризує властивість об'єкта задовольняти певну конкретну потребу в порівнянні з аналогічними об'єктами даного ринку.
Шевченко Л.С.	Конкурентоспроможність як економічна категорія означає здатність окремого суб'єкту випереджати свого суперника в досягненні намічених цілей на конкурентному ринку.
Мельник Л. Г.	Інтегральний показник, що визначає здатність продукції конкурувати з виробами-аналогами на конкретному ринку в певний період часу.
Васильков В.Г.	Це комплексна багатоаспектна характеристика товару, що визначає його переваги на ринку порівняно з аналогічними товарами – конкурентами як за ступенем відповідності конкретній потребі, так і за витратами на їх задоволення.
Онищенко В.О.	Це властивість об'єкта, яка характеризується ступенем задоволення визначеної ним потреби порівняно з аналогічними об'єктами, що запропоновані на даному ринку. Продукція, яка виготовляється на підприємстві, щоб бути реалізованою, повинна бути конкурентоспроможною.
Верхоглядова Н.І., Ядранський Д.М., Іваннікова Н.А.	Це характеристика товару, що відображає її відмінність від товару-конкурента як за ступенем задоволення конкретної потреби, так і за витратами на його забезпечення.
Сідун В.А., Пономарьова Ю.В.	Конкурентоспроможність – це: – здатність впливати на ринкову ситуацію у власних цілях; – здібність виробляти продукцію, що задовольняє вимоги ринку при відносно низьких витратах виробництва; – здібність виробляти нову продукцію з найменшими витратами.
Шаповал В.М., Аврамчук Р.Н.	Під конкурентоспроможністю слід розуміти спроможність товару реально або потенційно задовольняти відповідні потреби краще, ніж аналогічний товар, представлений на ринку. За своєю суттю конкурентоспроможність визначає здатність товару витримати конкуренцію на ринку.

Конкурентоспроможність є одним з основних понять, яке активно використовується в економічній теорії та практиці, виступає багатоаспектним поняттям. В перекладі з латинської мови означає суперництво, боротьбу за досягнення найкращих результатів [2, с. 31].

Конкурентоспроможність розуміється в умовах конкуренції і через конкуренцію. Конкурентоспроможність є результатом переплетіння факторів, породженим об'єктивним розвитком продуктивних сил, які відображають результати політики великих монополій в боротьбі за якість, ринки збуту і отримання прибутку.

Таблиця 2

Погляди вчених-економістів на категорію «конкурентоспроможність продукції» (складено автором за джерелами: [4, с. 372], [1, с. 9], [2, с. 34] та ін.)

Автор визначення	Визначення конкурентоспроможності продукції
Шваб Л.І.	Це сукупність споживчих властивостей виробу, що характеризують його відмінність від виробу – конкурента за ступенем відповідності конкретним суспільним потребам та з урахуванням витрат на їх задоволення, а також цінового показника і прибутковості.
Осіпов В.І.	Це сукупна відносна характеристика продукції, яка відображає її відмінність у кращий бік від продукції конкурента, по-перше, за ступенем якості та задоволення даної потреби, по-друге, за витратами на виробництво та споживання (експлуатацію), за ціною.
Блонська В.І.	Це її здатність задовольняти ринкові потреби споживачів краще порівняно з аналогічною продукцією на ринку; це наявність у продукції конкурентних переваг.
Должанський І.З.	Це не тільки висока якість та технічний рівень, але й вміння маневрувати на ринку максимально, враховуючи вимоги та можливості конкурентних груп покупців.
Клименко С.М.	Конкурентоспроможність товару відображає його здатність більш повно

	відповідати запитам покупців порівняно з аналогічними товарами, представленими на ринку. Вона визначається конкурентними перевагами: якістю товару, його технічним рівнем, споживчими властивостями, цінами, встановлюваними продавцями товарів; перевагами в гарантійному і післягарантійному сервісі, рекламі, іміджі виробника, а також ситуація на ринку, коливання попиту. Високий рівень конкурентоспроможності товару свідчить про доцільність його виробництва і можливості вигідного продажу.
Березін О.В.	Конкурентоспроможність товару – сукупність його якісних і вартісних характеристик, що забезпечує задоволення конкретної потреби покупця і вигідно для покупця відрізняє його від аналогічних товарів-конкурентів. Конкурентоспроможність продукції – сукупність властивостей продукції, що входять до складу її якості і важливих для споживача, що визначають витрати споживача з придбання, споживання й утилізації продукції.
Герасимчук В.Г.	Конкурентоспроможність продукції є складною (інтегральною) властивістю, що характеризує привабливість продукції для споживача та прибутковість для виробника.
Пеліхов Є.Ф., Іванова О.А., Сумець О.М	Конкурентоспроможність товару – це все те, що забезпечує йому перевагу на ринку, сприяє його успішному збуту в умовах конкуренції.
Ковальчук І.В.	Конкурентоспроможність продукції – це: – сукупність властивостей продукції, які відображають ступінь задоволення конкурентного попиту на неї порівняно з представленою на ринку аналогічною продукцією; – здатність продукції бути більш привабливою для споживача порівняно з іншими товарами аналогічного виду і призначення як результату того, що її якісні та вартісні характеристики більшою мірою відповідають потребам певного ринку і споживчим цінам; – порівняльна характеристика, яка відображає відмінність продукції від продукції конкурента та містить комплексну оцінку всієї сукупності її властивостей (окремі з яких можуть не мати кількісного вираження) відносно виявлених вимог ринку чи властивостей іншої продукції.

По-друге, найчастіше в дослідженнях розмежовуються поняття конкурентоспроможність продукції та конкурентоспроможність підприємства.

Як бачимо, конкурентоспроможність продукції зазвичай визначається такими чинниками: властивостями даної продукції, властивостями конкуруючої продукції, потребами споживачів, появою товарів-замінників, наявністю конкурентів та їх суперництвом між собою [10, с. 404].

Під час дослідження взаємодії суб'єктів ринку конкурентоспроможність продукції та конкурентоспроможність підприємства розглядаються як елементи промислового виробництва, а на рівні галузі, регіону та держави, як учасники цього процесу. Це дозволяє врахувати принципову розбіжність між ними, яка міститься в різних масштабах значущості взаємодії, ступеня відповідальності та вплив один на одного [1, с. 9].

По-третє, останнім часом з'являється все більше публікацій, присвячених аналізу конкурентоспроможності галузі, конкурентоспроможності економіки, конкурентоспроможності регіону, конкурентоспроможності держави та інше.

Таким чином, у категорії конкурентоспроможності поєднуються економічні, інноваційні, виробничі, управлінські, маркетингові і інші можливості не тільки окремого товару та окремого підприємства, але і регіону, галузі, економіки в цілому.

**Висновки.** Проведена систематизація категоріальних понять конкурентоспроможності має наукову і практичну спрямованість як засіб вибору і використання певних управлінських рішень суб'єктами господарювання для досягнення їхньої мети в конкретних умовах ринкового середовища з його обмеженнями та можливостями.

На нашу думку, множинність формулювань поняття конкурентоспроможності обумовлена наступними чинниками: неопрацьованістю теоретико-методологічних і методичних підходів, що приводить до різних позицій дослідників; багатоваріантністю поняття (технічних, економічних, управлінських характеристик продукції, виробництва, підприємства, галузі, регіону, держави); наявністю різних рівнів економіки (рівень товару, підприємства, галузі, національної і світової економіки); відносністю даної категорії (один і той же об'єкт може бути конкурентоспроможним за одних умов і неконкурентоспроможним за інших).

Але, при всій вищезазначеній багатоваріантності, можна стверджувати, що конкурентоспроможність – це сукупність властивостей певного об'єкту, яка підтверджує більш високу ступінь задоволення їм певної суспільної потреби в порівнянні з аналогічними об'єктами, що знаходяться в даному ринковому середовищі. Останнє акцентує увагу на двох, на нашу думку, принципових аспектах, по-перше, конкурентоспроможність – це відносна категорія: «в порівнянні з «аналогом», і, по-друге, в господарській практиці даний термін слід вживати не як «слово» – «конкурентоспроможність», а як «словосполучення», наприклад, досліджувана в даній статті «конкурентоспроможність продукції».

**Перспективи подальших досліджень.** З розвитком суспільства змінюється система господарювання та її складові. Досягнення довгострокових конкурентних переваг як конкретної організації, так і в цілому національної економіки потребує подальшого ретельного вивчення конкурентоспроможності окремих об'єктів (продукції, товару, підприємства, регіону, галузі, економіки, держави), а також виявлення ієрархічних взаємозв'язків між ними на окремих рівнях економіки.

#### Література:

1. Шарко М.В. Теоретические основы понятийно-терминологического аппарата конкурентоспособности / М.В. Шарко, Е.А. Оболенцева // Економіка, фінанси, право. – 2007. – №12. – С. 8–11.
2. Управління конкурентоспроможністю підприємства: навч. посіб./ С.М. Клименко [та ін.] . – К.: КНЕУ, 2008. – 515 с.
3. Черников А.В. Отраслевая и региональная экономика / А.В. Черников // Вестник московского университета. Серия 6 – Экономика. – 2007. – №3. – С. 57–67.
4. Шваб Л.І. Економіка підприємства: навч. посіб. для вузів. / Л.І. Шваб. – К.: Каравела, 2004. – 568 с.
5. Шевченко Л.С. Конкурентное управление: учеб. пособие: / Л.С. Шевченко. – Х.: Эспада, 2004. – 520 с.
6. Мельник Л.Г. Економіка підприємства / Л.Г. Мельник [та ін.]. – Суми: Університетська книга, 2004. – 646 с.
7. Васильков В.Г. Організація виробництва: навч. посіб. для вузів / В.Г. Васильков. Київський національний економічний університет ім. Вадима Гетьмана. – 2-ге вид. – К.: КНЕУ, 2008. – 522 с.
8. Організація виробництва: навч. посіб. для вузів. / В.О. Онищенко, О.В. Редкін [та ін.]. – К.: Лібра, 2005. – 335 с.
9. Верхоглядова Н.І. Економіка підприємства: навч. посіб. для вузів: / Н.І. Верхоглядова, Д.М. Ядранський, Н.А. Іваннікова. – К.: Професіонал, 2008. – 382 с.
11. Блонська В.І. Економіка підприємства: теорія і практикум : навчально-методичний посібник для вузів / В.І. Блонська [та ін.]. – Львів: Магнолія-2006, 2008. – 687 с.

#### Аннотация

#### ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

Ляшевская В.И., аспирантка

Харьковский национальный университет имени В.Н. Каразина

В статье исследована теоретико-методологическая сущность понятия «конкурентоспособность», выявлены множество его вариантов, доказана необходимость его достижения по отдельным экономическим уровням, предложено авторское определение конкурентоспособности.

**Ключевые слова:** конкурентоспособность, конкуренция, уровни экономики.

#### Summary

The methodological-theoretical aspect of competitiveness

Lyashevskaya V.I., post-graduate

V.N. Karazin Kharkiv National University

In the article investigational methodological-theoretical essence of concept «competitiveness», found out its multi-variant approach, the necessity of its achievement is well-proven after separate economic levels, author determination of competitiveness is offered.

**Key words:** competitiveness, competition, even economies.

Надійшла до редакції 25.06.2010 р.

Науковий керівник: Бабич С.Н., к.е.н., доцент

© Ляшевська В.І., 2010 р.