

НАУКОВО-ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ «КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА»

Т.С. Пічугіна, Л.Д. Забродська, Г.І. Забродська

Проаналізовано теоретичні підходи вчених до співставлення понять «конкуренція», «конкурентоспроможність» та «конкурентоспроможність підприємства» за рівнями суб'єктів конкурентної боротьби. Проведене дослідження дозволило узагальнити дефініції конкурентоспроможності підприємства відповідно до компаративного, ресурсного, системного та поєднувального підходів до визначення цього поняття.

Ключові слова: конкуренція, конкурентна боротьба, конкурентоспроможність, конкурентоспроможність підприємства.

НАУЧНО-ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ПОНЯТИЯ «КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ»

Т.С. Пичугина, Л.Д. Забродская, А.И. Забродская

Проанализованы понятия «конкуренция», «конкурентоспособность» и «конкурентоспособность предприятия» по уровням субъектов конкурентной борьбы. Проведенное исследование позволило обобщить дефиниции конкурентоспособности предприятия в соответствии с компаративным, ресурсным, системным подходами к определению этого понятия.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентная борьба, конкурентоспособность, конкурентоспособность предприятия.

SCIENTIFIC-THEORETICAL APPROACHES TO THE DEFINITION OF THE CONCEPT “COMPETITIVENESS OF THE ENTERPRISE”

T. Pichuhina, L. Zabrodskaia, A. Zabrodskaia

Theoretical approaches to comparing the notions of “competition”, “competitiveness”, and “the competitive capacity of an enterprise” by the levels of the subjects of competitive struggle (macrolevel – a competitiveness of goods (services), competitive capacity of enterprises), mesolevel – a competitiveness of corporate associations of enterprises, as well as subjects of market relations within

the industry; macrolevel – a competitiveness of the national economy, international economic relations) have been analyzed, that made it possible to determine the hierarchy of interaction levels of competitiveness system elements at various levels of economic activity in the interaction of the objects of the competitive environment with the assignment of a key role to the enterprise. This study has allowed to generalize the definition of the competitive capacity of an enterprise in accordance with the comparative, resource, system, and integrated connective approaches to the defining this concept. Grouping the definitions of the competitive capacity of an enterprise has been considered advisable for a number of approaches, namely, according to: a comparative approach with respect to the availability of comparative competitive advantages among competing enterprises, taking into account the degree of satisfaction of goods and services relative to competitors and a set of evaluation criteria; a resource approach to the relative competitiveness of the enterprise to the implementation of effective economic activity through the effective disposal of resources in a competitive market, ensuring counteraction to competitors, provided that production and marketing of competitive products were made; a systematic approach to the analysis of the holistic integrated properties of the object, the identification of its interrelations and structures in the system of interacting elements, the systemic complex of characteristics, features of the socio-economic system, specificities of adaptation to changes in the external environment; a connective approach, in which it has been proposed to group complicated integrated definitions with a focus on strategic and tactical goals of the enterprise in interrelation with the competitive advantages of economic entities, on a systematic assessment of the components of the resource potential of the enterprise with regard to their adaptation to external changes, on strategic and current competitive advantages in creating competencies of the components of the resource potential as the basis for achieving a high level and strategic development of the enterprise based on a combination of different competitive advantages, introducing innovations in product differentiation and lowering costs, and so on.

Keywords: *competition, competitive struggle, competitiveness, enterprise competitiveness.*

Постановка проблеми у загальному вигляді. Особливістю сучасного розвитку вітчизняних підприємств є вимушене функціонування в умовах складного політичного та економічного становища в Україні, яке наклало відбиток на діяльність більшості з них. Частково втрачена надійність і стабільність національної економіки, посилилася розбалансованість усіх виробничих, комерційних та інвестиційних процесів, відчутно зменшилися фінансові можливості як споживачів, так і вітчизняних виробників. За цих умов висока конкурентоспроможність підприємств є основною умовою розвитку і життєдіяльності підприємства. Тому в ринкових умовах забезпечення конкурентоспроможності підприємств є запорукою отримання високого і стабільного прибутку. Ураховуючи

високу частоту використання в теорії та на практиці категорії «конкурентоспроможність підприємства», існування доволі великої різноманітності її визначень та неоднозначність розуміння, виникає необхідність визначення характерних особливостей та уточнення суті цього поняття, оскільки різне розуміння одного і того самого поняття суб'єктами ринку при спільній їх діяльності може перешкоджати погодженим діям.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомий науковий внесок у вивчення проблем конкуренції, конкурентоспроможності та конкурентоспроможності підприємства знайшли відображення в наукових працях іноземних та вітчизняних учених, зокрема Г.Л. Азоева, Л.В. Балабанової, Ю.Т. Бубнова, В.А. Бикова, О.А. Гавриш, В.В. Дергачової, Л.С. Довгань, М.Г. Долинської, Л.В. Донцової, О.В. Зозульової, П.С. Зав'ялова, І.О. Піддубного, А.З. Селезньова, І.В. Сергєєва, І.О. Соловійова, Д.М. Стеченко, А. Стрікланда, А. Томпсона, С.А. Уварова, Р.А. Фатхутдінова, Є.Б. Фігурного, Т.Г. Філософовой, В.В. Хмурової, М.В. Чорної, З.Є. Шершньової, А.Ю. Юданова, Г.К. Ялового та ін. Кожен із цих дослідників започаткував свій підхід або надав своє визначення конкурентоспроможності підприємства, що викликало багатоваріантність її розуміння. Різноманітність підходів до визначення конкурентоспроможності підприємства не дозволяє чітко встановити суть цього поняття, склад елементів, що його утворюють. Тому виникає нагальна необхідність у дослідженні змісту визначень і їх групуванні.

Метою статті є дослідження основних науково-теоретичних підходів до визначення суті поняття «конкурентоспроможність підприємства» та їх узагальнення.

Виклад основного матеріалу дослідження. Основним терміном, що виражає суть ринкових відносин є поняття конкуренції. Конкуренція – це найважливіша ланка всієї системи ринкового господарства. Однією з рушійних сил бізнесу є конкуренція серед фірм, що займаються виробництвом і реалізацією подібної продукції. Конкуренція відбувається постійно і виявляється в прагненні підприємств покращити свою ринкову позицію з метою здобути перевагу над конкурентами або перемогти одного з них, а також відстояти захоплені позиції.

Конкуренція спричиняє розвиток конкурентного середовища. Конкурентне середовище представлене значною кількістю самостійних (незалежних) організацій, які прагнуть зміцнити своє економічне становище, залучаючи покупців унаслідок пропонування кращих умов продажу порівняно з конкурентами. Аналіз наукових

праць показав, що існує багато поглядів щодо суті конкуренції і це поняття змінювалося залежно від змін у ринкових відносинах. Раніше в основу суті терміна конкуренція було покладено поняття «суперництва», яке в сучасному сприйнятті розглядається лише як ознака поведінки якогось об'єкта, а конкуренція характеризує модель ринку, за допомогою якої виникає можливість передбачати поведінку цього об'єкту на конкретному ринку. Тобто відбулася кардинальна зміна щодо визначення суті конкуренції: від суперництва, яке визначало вид конкуренції, до конкуренції, яка визначає вид суперництва. Такі зміни в поглядах на конкуренцію призвели до активізації досліджень конкурентоспроможності підприємства [1]. Конкурентоспроможність у широкому розумінні – це здатність певного об'єкта перемагати в конкурентній боротьбі [2].

Визначають три рівні суб'єктів конкурентної боротьби: мікрорівень (певні види продукції підприємства); мезорівень (галузі, корпоративні об'єднання підприємств та організації конгломеративного рівня); макрорівень (народногосподарські комплекси). Отже, систему конкурентних відносин, що виникають у сфері економічних процесів, доцільно розділити на три організаційно-управлінські рівні: мікрорівень (конкурентоспроможність товарів (послуг), підприємств); мезорівень (конкурентоспроможність корпоративних об'єднань підприємств, галузі); макрорівень (конкурентоспроможність національної економіки, міжнародних економічних відносин).

Відповідно до зазначених рівнів конкуренції можна виділити окремі суб'єкти конкурентного рівня, що формують конкурентне ринкове середовище. Цей підхід відображає маркетингову сегментацію конкурентних взаємозв'язків. Зокрема, на мікрорівні можна розглядати конкурентну структуру споживання. На цьому рівні характерною є внутрішньовиробнича конкуренція, що тривалий час мала характер соціального змагання окремих структурних підрозділів підприємства та членів трудового колективу. Ця конкуренція може відобразитися в системі менеджменту персоналу та структурі управління підприємством. Система конкурентних відносин на мезорівні характеризується внутрішньогалузевою конкуренцією підприємств та організацій, що може деталізуватися для певного територіального рівня, зокрема внутрішньорегіонального ринку. Зазначений рівень конкуренції можна розглядати для окремих організаційних об'єднань підприємств. Внутрішньогалузева конкуренція відображається параметрами нагромадження капіталу, територіального розміщення, залежності від впливу чинників макрорівневої конкуренції. Макрорівень конкуренції узагальнює системні взаємозв'язки конкуренції суб'єктів конкурентного поля, що організаційно

відображає процес доведення товарів (послуг) від виробників до кінцевих споживачів. Цей рівень конкуренції характеризує розвиток національного конкурентного середовища та його подальшу глобалізацію. Відзначимо, що конкурентна боротьба на мікро- і мезорівні може здійснюватися не лише в межах внутрішньо-регіонального чи національного ринку, а й у системі міжнародних економічних відносин.

Конкурентоспроможність з урахуванням рівнів суб'єктів конкурентної боротьби й відповідного рівня функціонування об'єкта дослідження складається з конкурентоспроможності:

- товару (послуги), що є його здатністю завдяки певним властивостям, які є перевагами порівняно з аналогічними властивостями інших товарів (послуг), перемагати в ринковій боротьбі;

- підприємства, що є потенційною можливістю досягати конкурентних переваг підприємством у суперництві з іншими суб'єктами господарювання;

- галузі, що є здатністю підприємств входити до складу галузі, швидко реагуючи на зміну в її структурі, брати до уваги тенденції до зміни, відновлювати свої соціально-економічні системи і зберігати досягнутий рівень конкурентоспроможності виробництва [3];

- регіону, що відображає здатність регіону виробляти товари й послуги, які відповідають вимогам внутрішніх і світових ринків, створювати умови нарощування регіональних ресурсів для забезпечення зростання потенціалу конкурентоспроможності суб'єктів господарювання зі швидкістю, яка забезпечить стійкі темпи зростання ВВП та якості життя населення регіону на рівні світових значень [4];

- країни, що відображає наявність кращих умов стабільного економічного зростання країни порівняно з іншими державами.

На рис. 1 відображено систему перетворення конкурентоспроможності на різних рівнях економічної діяльності, що характеризує взаємодію об'єктів конкурентного середовища.

Багаторівнева система взаємодії конкурентоспроможності містить систему окремих елементів, їх рівнів, відображає умови впливу на конкурентоспроможність економічної системи в цілому. Ураховуючи, що межі макро- і мікросередовища не є організаційно визначеними, взаємодія рівнів конкурентоспроможності дає можливість пояснити тенденції до розширення сфери впливу та території контролю кожного конкурентного поля. Принцип системності забезпечується перетворенням кожного конкурентного поля в елементу складову розвитку наступного організаційно-

економічного рівня. Отже, конкурентоспроможність необхідно розглядати в єдиному ланцюгу на таких рівнях: «ПРОДУКЦІЯ – ПІДПРИЄМСТВО – ГАЛУЗЬ – РЕГІОН – ДЕРЖАВА».

Таким чином, види конкурентоспроможності визначається залежно від рівня та об'єкта аналізу: на макрорівні – конкурентоспроможність держави та її економіки; на мезорівні – конкурентоспроможність галузей національного господарства та регіонів; на мікрорівні – конкурентоспроможність підприємства (фірми) та її продукції. Забезпечити конкурентоспроможність на макро- та мезорівні можна тільки за умови забезпечення достатнього рівня конкурентоспроможності на мікрорівні – рівні підприємств та продукції, що ними виробляється, тобто виробництво і реалізація конкурентоспроможних товарів – обов'язкова умова конкурентоспроможності фірми, а конкурентоспроможність підприємства є результатом наявності в неї конкурентних переваг щодо всього спектра проблем управління компанією [3]. При цьому конкурентоспроможність підприємств забезпечує конкурентоспроможність об'єктів більш високого рівня управління. З погляду на це особливої уваги потребує вирішення проблеми забезпечення конкурентоспроможності підприємств.

Для визначення сутності «конкурентоспроможність підприємства» в умовах ринкової економіки необхідний аналіз існуючих точок зору та критичне осмислення існуючих у світі підходів до цього поняття.

Підсумовуючи, можна визнати, що загалом поняття конкурентоспроможності інтерпретується й аналізується відповідно до економічного об'єкту, що розглядається. Водночас, критерій оцінювання, організаційно-економічні характеристики і чинники динаміки конкурентоспроможності на рівні товару, підприємства, галузі або національного господарства мають свою специфіку.

Проте в поданій ієрархії саме підприємствам відведена ключова роль, оскільки саме вони змагаються в конкурентній боротьбі на внутрішніх ринках країни та на світовому ринку як суб'єкти господарської діяльності в процесі виробництва та реалізації товарів і послуг. Крім того, забезпечення високого рівня конкурентоспроможності підприємств сприяє формуванню конкурентної економіки галузі, регіону та країни загалом, що зумовлює актуальність проведення досліджень у цій сфері.

Ураховуючи часте використання в теорії та на практиці категорії «конкурентоспроможність підприємства», існування великої різноманітності її визначень та неоднозначність розуміння, необхідним

є групування суті визначень цього поняття. Переважна більшість авторів, які досліджують проблему конкурентоспроможності підприємства, виділяють такі наукові підходи до визначення конкурентоспроможності підприємства: компаративний, ресурсний та системний [5–7].

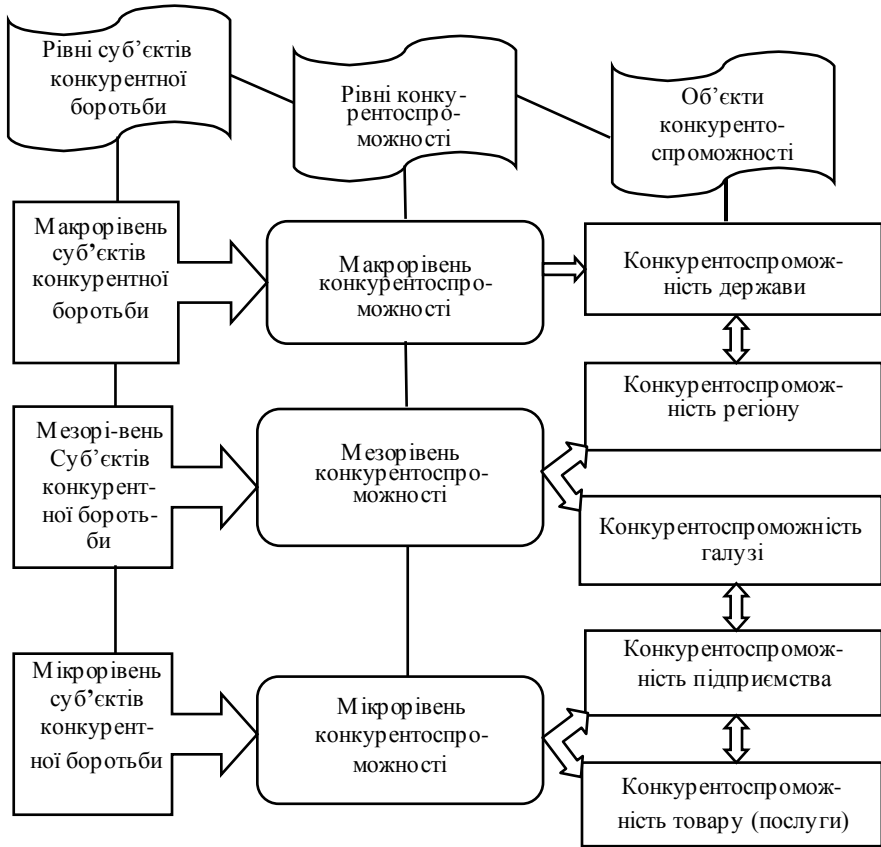


Рис. 1. Ієрархія рівнів взаємодії елементів системи конкурентоспроможності

Представники компаративного підходу до визначення конкурентоспроможності підприємств акцентують увагу на відносності конкурентоспроможності підприємства та формують його зміст у процесі встановлення порівняльних характеристик підприємств-конкурентів [8]. Узагальнюючи суть категорійного

апарату в цій галузі дослідження, вважаємо за доцільне звернути увагу на найбільш вдалі, на нашу думку, визначення конкурентоспроможності підприємства:

– здатність конкурувати на ринках із виробниками і продавцями аналогічних товарів, забезпечуючи вищу якість, доступні ціни, зручності для покупців і споживачів (И. Ансофф) [20]. Це визначення підкреслює такий аспект конкурентоспроможності підприємства як порівняння конкурентних переваг за ступенем задоволення товарами та послугами;

– відносна категорія, що відображає відмінність процесу розвитку підприємства від конкурента за ступенем задоволення продукцією суспільної потреби й ефективністю виробничо-господарської діяльності (Ю.Б. Иванов, П.А. Орлов, П.А. Иванова) [11]. Це визначення підкреслює такий аспект конкурентоспроможності підприємства, як порівняльна конкурентна перевага підприємств відносно конкурентів;

– комплексна порівняльна характеристика підприємства, яка відображає ступінь переваги сукупності показників його діяльності, що визначають успіх підприємства на певному ринку за певний проміжок часу відносно сукупності показників конкурентів (В.Д. Немцов, Л.Є. Довгань) [19]. Це визначення підкреслює такий аспект конкурентоспроможності підприємства, як порівняльна конкурентна перевага за сукупністю оціночних показників.

Таким чином, узагальнюючи суть категорійного апарату в цій галузі дослідження, можна визнати за доцільне групування визначень за компаративним підходом щодо наявності порівняльних конкурентних переваг порівняно з підприємствами-конкурентами за такими ознаками: за ступенем задоволення товарами та послугами; відносно конкурентів; за сукупністю показників оцінювання. Також можна визнати, що позитивним аспектом компаративного підходу є надання інформації для визначення сильних і слабких сторін функціонування підприємства й відповідно створення підґрунтя для формулювання напрямів стратегії розвитку, а негативним – відсутність урахування динамічного характеру конкурентоспроможності, взаємозв'язку підприємства із зовнішнім оточенням та здатністю підприємства адаптуватись до впливу різних чинників.

Представники ресурсного підходу виходять з того, що достовірна оцінка рівня конкурентоспроможності підприємства базується на аналізі його потенційних можливостей. Результати узагальнення поглядів учених, визначення яких можна віднести до цього підходу, доцільно, на нашу думку, згрупувати за конкурентними

можливостями (спроможностями, здатностями) підприємства за ознаками щодо можливостей:

– здійснювати ефективну господарську діяльність. Такий погляд найбільш точно відображає визначення Д.І. Валігурського (конкурентоспроможність підприємства – можливість ефективної підприємницької діяльності і її практичної прибуткової реалізації в умовах конкурентного ринку» [18]);

– забезпечувати виробництво та збут конкурентоспроможної продукції. Найбільш точно таку позицію відображає визначення П.С. Зав'ялова (конкурентоспроможність підприємства – реальна і потенційна здатність компанії, а також наявних у них для цього можливостей проектувати, виробляти та збувати товари, які за ціновими та неціновими характеристиками в комплексі більш привабливі для споживача, ніж товари конкурента [21]);

– ефективно розпоряджатися ресурсами в умовах конкурентного ринку. Найбільш повно таку позицію відображає визначення І.З. Должанського Т.О. Загорної (конкурентоспроможність підприємства – це можливість ефективно розпоряджатися власними й позиковими ресурсами в умовах конкурентного ринку. Це результат його конкурентних переваг за всім спектром проблем управління підприємством [3]);

– протидіяти конкурентам. Найбільш повно таку позицію відображає визначення В.Д. Шкадун (конкурентоспроможність підприємства – це здатність досягнення власних цілей в умовах протидії конкурентів. Мірою конкурентоспроможності підприємства є співвідношення сил між підприємством і його основними конкурентами на ринку [23]).

Загалом, можна визнати, що позитивна оцінка ресурсного підходу полягає у формуванні уявлення про суть конкурентоспроможності підприємства з позиції потенційних можливостей в умовах конкурентного ринку, а негативна – відсутність урахування майбутніх змін конкурентного середовища та здатності підприємства до змін.

Точка зору представників системного підходу до визначення конкурентоспроможності підприємства ґрунтується на всебічному вивченні процесів, які відбуваються у внутрішньому середовищі підприємства, що відображає його взаємовідносини із зовнішнім середовищем [10; 11]. Результати узагальнення поглядів учених, визначення яких можна віднести до цього підходу, доцільно, на нашу думку, згрупувати щодо аналізу цілісних інтегрованих властивостей об'єкта, виявлення його взаємозв'язків і структури за:

– системою взаємодіючих елементів. Найбільш повно таку позицію відображає визначення В.Д. Андріанова (конкурентоспро-

можність підприємства – це багатопланова економічна категорія, яку можна розглядати на декількох рівнях. Це конкурентоспроможність товарів, товаровиробників, галузей, країни. Між усіма цими рівнями існує тісний взаємоз'язок: адже державна і галузева конкурентоспроможність залежать від здатності конкретних виробників випускати конкурентоспроможні товари [24]);

– системним комплексом характеристик. Найбільш повно таку позицію відображає визначення О.Г. Янкового (конкурентоспроможність підприємства – це складна економічна категорія, яка виражає результат взаємодії всіх елементів системи внутрішніх і зовнішніх відносин між підприємствами з приводу можливості реалізації цього виду продукції на конкретному ринку чи в його сегменті [25]);

– особливостями соціально-економічної системи. Найбільш повно таку позицію відображає визначення О.Д. Гудзинського, С.М. Судомир, Т.О. Гуренко (визнана ринком сформована і реалізована конкурентоспроможність соціально-економічних систем, яка матеріалізована у формі послуги чи товару, при цьому конкурентоспроможність є потенціалом сформованих конкурентних переваг, які можуть бути реалізовані в процесі діяльності [26]);

– особливостями адаптації до змін зовнішнього середовища. Найбільш повно таку позицію відображає визначення Й.М. Петровича, А.Ф. Кіт, О.М. Семенова (конкурентоспроможність підприємства – це можливість ефективної господарської діяльності підприємства та її практичної прибуткової реалізації в умовах конкурентного ринку. Динамічна характеристика здатності підприємства адаптуватися до змін зовнішнього середовища і забезпечувати при цьому певний рівень конкурентних переваг [22]).

Можна визнати, що позитивна ознака системного підходу до трактування конкурентоспроможності підприємства полягає в поданні системності цього поняття через чинники впливу, а негативна – у відсутності встановлення порівняльних характеристик підприємств-конкурентів [5; 9].

Дослідження підходів до визначення поняття «конкурентоспроможність підприємства» та спроба узагальнити дефініції цієї категорії дозволяє зробити такі висновки: існують різні підходи до визначення конкурентоспроможності підприємства; віднесення визначень до певного підходу є досить умовним, оскільки ця категорія є комплексною і багатоаспектною. Тому вчені, спираючись на динамічність розвитку економічної науки та теорії конкуренції, розробляють складні комплексні трактування у спробі якнайповніше охопити різні підходи до визначення суті поняття «конкурентоспроможність підприємства». Ці дефініції, на нашу думку, можна виокремити в групу з умовною назвою «поєднальний підхід».

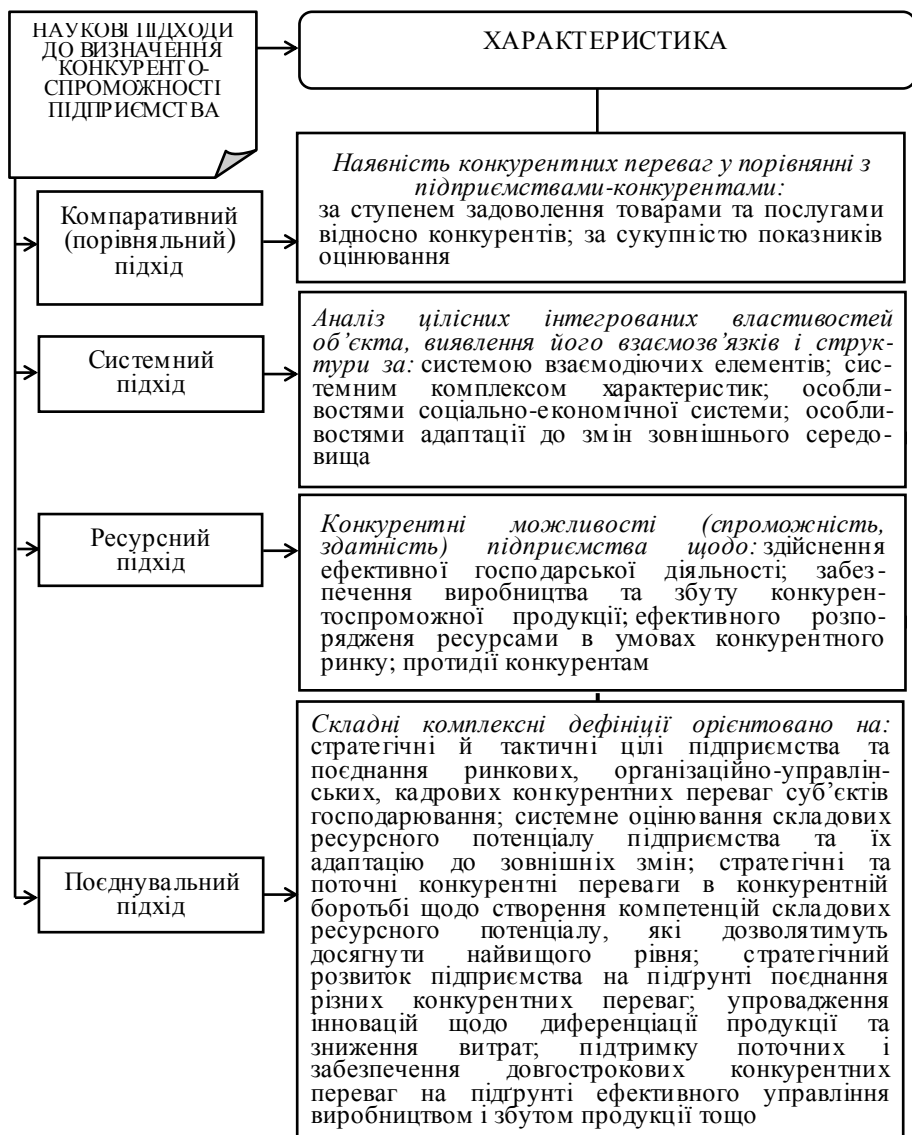


Рис. 2. Узагальнення підходів до визначення конкурентоспроможності підприємств

До таких трактувань можна віднести визначення:

– конкурентоспроможність підприємства відображає рівень компетенції підприємства відносно інших підприємств-конкурентів у нагромадженні та використанні виробничого потенціалу певної спрямованості, а також його окремих складових: технології, ресурсів, менеджменту (особливо стратегічного та поточного планування), навичок і знань персоналу тощо, що знаходить вираження в таких результативних показниках, як якість продукції, прибутковість, продуктивність [15]. Це трактування акцентує увагу на комплексному забезпеченні стратегічних і поточних конкурентних переваг у конкурентній боротьбі щодо створення компетенцій складових ресурсного потенціалу;

– конкурентоспроможність підприємства як здатність підприємства виробляти конкурентоспроможну продукцію, вміння розробляти стратегію, спрямовану на підтримку високого рівня конкурентоспроможності; наявність чіткого організаційно-управлінського механізму; орієнтація у своїй діяльності на ринок і систематична робота зі споживачами; наявність конкурентної стратегії та тактики дій відносно конкурентів; висока професійна підготовленість персоналу; вміння орієнтуватися у внутрішньому середовищі [12], тобто акцент робиться на поєднання стратегічних і тактичних цілей підприємства з ринковими, організаційно-управлінськими, кадровими конкурентними перевагами підприємства;

– конкурентоспроможність підприємства як здатність шляхом запровадження новацій у виробництво продукції чи надання послуг приваблювати споживачів кращими якісними характеристиками виробленої продукції за нижчими цінами [16], тобто акцент робиться на впровадженні інновацій щодо диференціації продукції та зниження витрат;

– конкурентоспроможність підприємства як здатність підприємства до отримання синергійного ефекту від раціонального використання конкурентних переваг, які воно має та знову створює в процесі реалізації стратегії розвитку [13], тобто відображається наявність додаткового ефекту від поєднання конкурентних переваг у процесі поточного функціонування та впровадження стратегії;

– конкурентоспроможність підприємства як економічна категорія, яка дозволяє в умовах конкуренції представити на внутрішній і зовнішній ринок продукцію, яка з позиції 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 в перспективі [14], тобто конкретизується необхідність підтримки поточних і забезпечення довгострокових конкурентних переваг на підґрунті ефективного управління виробництвом і збутом продукції.

Можна визнати, що такий підхід дозволяє поєднувати різні аспекти суті визначення, нівелюючи недоліки інших підходів, але не існує можливості об'єднати всі аспекти суті конкурентоспроможності підприємства.

Результати узагальнення підходів до визначення поняття «конкурентоспроможність підприємства» наведено на рис. 2.

Таким чином, узагальнення підходів стосовно визначення суті поняття «конкурентоспроможність підприємства» дозволило виявити невраховані аспекти у відомих визначеннях, що розширює горизонт подальших досліджень у галузі управління конкурентоспроможністю господарюючих суб'єктів.

Висновки. Проведений аналіз літературних джерел у досліджуваній галузі дозволяє зробити висновок, що загальноприйнятого визначення конкурентоспроможності підприємств, що задовольняє всіх учасників ринкових відносин, досі не існує. Так, постає необхідність формування такого підходу до розуміння терміна «конкурентоспроможність підприємства», який мав би управлінську спрямованість, установлював взаємозв'язок цього поняття і його змістових елементів з іншими категоріями теорії конкуренції, що є підґрунтям проведення подальших досліджень із цієї проблеми.

Список джерел інформації / References

1. Сімех Ю. А. Сучасні підходи до визначення поняття конкурентоспроможність / Ю. А. Сімех, М. В. Чорна // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг : зб. наук. праць. – Х. : ХДУХТ, 2006. – Вип. 1 (3). – С. 149–155.

Simekh, Ju.A., Chorna, M.V. (2006), “Current approaches to the definition of competitiveness”, *Economic strategy and prospects of trade and services: Collected papers* [“Suchasni pidkhody do vyznachennja ponjattja konkurentospromozhnistj”, *Ekonomichna strateghija i perspektvyv rozvytku sfery torghivli ta poslugh: zb. nauk. pr.*], KhDUKhT, Kharkiv, Is. 1 (3), pp. 149-155.

2. Міценко Н. Г. Конкурентоспроможність і конкурентні переваги підприємства в сучасних ринкових умовах / Н. Г. Міценко, О. С. Смик // Науковий вісник НЛТУ України. – Львів : НЛТУ, 2009. – Вип. 19. – С. 243–247.

Micenko, N.Gh., Smyk, O.S. (2009), “Competitiveness and competitive advantage in the current market conditions”, *Scientific Journal NLTU Ukraine* [“Konkurentospromozhnistj i konkurentni perevagy pidpryjemstva v suchasnykh rynkovykh umovakh” *Naukovyj visnyk NLTU Ukrajny*], NLTU, Lviv, Is. 19, pp. 243-247.

3. Должанський І. З. Конкурентоспроможність підприємства : навч. посіб. / І. З. Должанський, Т. О. Загорна. – К. : ЦНЛ, 2006. – 384 с.

Dolzhanskyj, I.Z. (2006), *The competitiveness of the enterprise: Tutorial [Konkurentospromozhnistij pidpryjemstva : navch. posib.]*, CNL, Kyiv, 384 p.

4. Васильева З. А. Иерархия понятий конкурентоспособности субъектов рынка / З. А. Васильева // Маркетинг в России и за рубежом. – 2006. – № 2. – С. 83–89.

Vasileva, Z.A. (2006), “Hierarchy of concepts of competitiveness of market subjects”, *Marketing in Russia and abroad* [“Ierarkhiya ponyaty konkurentosposobnosti subektov rynka”], *Marketing v Rossii i za rubezhom*, Moscow, No. 2, pp. 83-89.

5. Жовновач Р. І. Управління конкурентоспроможністю підприємств сільськогосподарського машинобудування : монографія / Р. І. Жовновач. – Кіровоград : Ексклюзив-Систем, 2015. – 384 с.

Zhovnovach, R.I. (2015), *Management of competitiveness of enterprises agricultural engineering: monograph [Upravlinnja konkurentospromozhnistju pidpryjemstv siljsjkozhospodarsjkojho mashynobuduvannja: monografiya]*, Exclusive-Systems, Kirovograd, 384 p.

6. Формирование конкурентной позиции предприятия в условиях кризиса : монография / [А. Н. Тищенко, Ю. Б. Иванов, Н. А. Кизим и др.] ; под ред. А. Н. Тищенко. – Х. : ИНЖЕК, 2007. – 376 с.

Tyshhenko, A.N., Ivanov Yu.B., Kizim N.A. (2007), *Formation of the competitive position of the enterprise in crisis conditions: monograph [Formirovanie konkurentnoy pozitsii predpriyatiya v uslovnyakh krizisna : monografiya]*, INJES, Kharkiv, 376 p.

7. Шинкаренко В. Г. Управление конкурентоспособностью предприятия / В. Г. Шинкаренко, А. С. Бондаренко. – Х. : ХНАДУ, 2003. – 186 с.

Shynkarenko, V.Gh. (2003), *Enterprise competitiveness management [Upravlenie konkurentosposobnostyu predpriyatiya]*, HNADU, Kharkiv, 186 p.

8. Скударь Г. М. Управление конкурентоспособностью крупного АТ: проблемы и решения / Г. М. Скударь. – К. : Наукова думка, 2004. – 496 с.

Skudar, G.M. (2004), *Management of competitiveness of large AT: problems and solutions [Upravlenie konkurentosposobnostyu krupnogo AT: problemy i resheniya]*, Scientific thought, Kiev, 496 p.

9. Львов Ю. А. Основы экономики и организации бизнеса / Ю. А. Львов. – СПб., 1992. – 384 с.

Lvov, Yu.A. (1992), *Fundamentals of Economics and Business Organization [Osnovy ekonomiki i organizatsii biznesa]*, St. Petersburg, 384 p.

10. Фатхутдинов Р. А. Управление конкурентоспособностью организации : учеб. посіб. / Р. А. Фатхутдинов. – М. : Эксмо, 2004. – 544 с.

Fatkhutdinov, R.A. (2004), *Management of the organization's competitiveness: Tutorial [Upravlenie konkurentosposobnostyu organizatsii: uchebn. posob.]*, Eksmo, Moscow, 544 p.

11. Иванов Ю. Б. Конкуренті переваги підприємства: оцінка, формування та розвиток : монографія / Ю. Б. Иванов, П. А. Орлов, О. Ю. Иванова. – Х. : ИНЖЕК, 2008. – 352 с.

Ivanov, Ju.B. (2008), *Competitive advantages of the enterprise, assessment, formulation and development: Monograph [Konkurentny per evaghy pidpryemstva: ocinka, formuvannja ta rozvytok : monohrafija]*, INJEC, Kharkiv, 352 p.

12. Кирчата І. М. Управління конкурентоспроможністю підприємства в глобальному середовищі : монографія / І. М. Кирчата, Г. В. Поясник. – Х. : ХНАДУ, 2009. – 160 с.

Kyrchata, I.M. (2009), *Managing enterprise's competitiveness in the global environment: monograph [Upravlinnja konkurentospromozhnistju pidpryemstva v globaljnomu seredovyshhi: monohrafija]*, HNADU, Kharkiv, 160 p.

13. Тищенко А. Н. Стратегия управления развитием предприятия / А. Н. Тищенко, О. С. Головки. – Х. : ЭДЭНА, 2003. – 198 с.

Tyshhenko, A.N. (2003), *Enterprise Development Management Strategy [Strategiya upravleniya razvitiem predpriyatiya]*, EDENA, Kharkiv, 198 p.

14. Алексеев С. Б. Теоретические аспекты конкурентоспособности предприятий / С. Б. Алексеев // Экономика: проблемы теории та практики. – Днепропетровськ : ДНУ, 2004. – Вып. 191 : в 4 т. Т. II. – С. 614–619.

Alekseev, S.B. (2004), “Theoretical aspects of enterprise competitiveness”, *Economy: Problems of Theory and Practice* [“Teoreticheskie aspekty konkurentospobnosti predpriyatiy”, *Ekonomika: problemy teorii ta praktyky*], DNU, Dnipropetrovsk, Is. 191, pp. 614-619.

15. Шершньова З. Є. Стратегічне управління : підручник / З. Є. Шершньова – 2-ге вид., перероб. і доп. – К. : КНЕУ, 2004. – 699 с.

Shershnyova, Z.Є. (2004), *Strategic Management: textbook [Strategichne upravlinnja: pidruchnyk]*, KNEU, Kiev, 699 p.

16. Іванюта В. Ф. Теоретико-методологічні підходи формування конкурентоспроможності / В. Ф. Іванюта // Агроінком. – 2008. – № 1 (2). – С. 97–101.

Ivanjuta, V.F. (2008), “Theoretical and methodological approaches to formation of competitiveness”, *Aghroinkom* [“Teoretyko-metodologichni pidkhody formuvannja konkurentospromozhnosti” *Aghroinkom*], No. 191, pp. 97–101.

17. Арестенко Т. В. Фактори формування конкурентоспроможності підприємств АПК та їх маркетингова складова [Електронний ресурс] / Т. В. Арестенко, В. В. Арестенко // Формування ринкової економіки : зб. наук. праць. – К. : КНЕУ, 2011. – Режим доступу : <http://ir.kneu.edu.ua:8080/handle/2010/1139>

Arestenko, T.V., Arestenko, V.V. “Factors of formation of competitive agricultural enterprises and their marketing component”, *Formation of a market economy*: *Collected Works* [“Faktohy formuvannja konkurentospromozhnosti pidpryemstv APK ta jikh marketynghova skladova”, *Formuvannja rynkovoji ekonomiky: Zbirnyk naukovykh pracj*], available at: <http://ir.kneu.edu.ua:8080/handle/2010/1139>

18. Валигурский Д. И. Организация предпринимательской деятельности : учебник / Д. И. Валигурский. – М. : Дашков и Ко, 2005. – 737 с.

Valigurskiy, D.I. (2005), *Organization predprynmatelskoy activities: Tutorial [Organizatsiya predprinimatelskoy deyatelnosti: uchebnik]*, Dashkov & Co., Moscow, 737 p.

19. Немцов В. Д. Стратегічний менеджмент : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закладів / В. Д. Немцов, Л. С. Довгань. – К. : ТОВ «УВПК» УксОб», 2004. – 559 с.

Njmcov, V.D. (2004), *Strategic Management: A textbook for university students [Strategichnyj menedzhment: navch. posib. dlja stud. vyssh. navch. zakladiv]*, Ltd. “UVPK “UksOb”, Kyiv, 559 p.

20. Ансофф И. Стратегическое управление / И. Ансофф ; сокр. пер. с англ. ; науч. ред. и авт. предисл. Л. И. Евенко. – М. : Экономика, 1989. – 519 с.

Ansoff, I. (1989), *Strategic management [Strategicheskoe upravlenie: sokr. per. s angl.; nauch. red. i avt. predisl. L.Y. Evenko]*, Economy, Moscow, 519 p.

21. Завьялов П. С. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах : учеб. пособ. / П. С. Завьялов. – М. : ИНФРА-М, 2001. – 496 с.

Zavyalov, P.S. (2001), *Marketing in diagrams, drawings, tables: training. allowance [Marketing v skhemakh, risunkakh, tablisyakh: ucheb. posobie]*, INFRA-M, Moscow, 496 p.

22. Петрович Й. М. Економіка підприємства : підручник / Й. М. Петрович, А. Ф. Кіт, О. М. Семенів ; за заг. ред. Й. М. Петровича. – Львів : Новий Світ-2000, 2004. – 680 с.

Petrovych, J.M. (2004), *Business enterprises: textbook [Ekonomika pidpryemstva : pidruch]*, New World 2000, Lviv, 680 p.

23. Шкардун В. Д. Интегральная оценка конкурентоспособности предприятия / В. Д. Шкардун // Маркетинг. – 2005. – № 1 (80). – С. 38–50.

Shkardun, V.D. (2005), “Integral assessment of enterprise competitiveness”, *Marketing* [“Integralnaya otsenka konkurentosposobnosti predpriyatiya” *Marketing*], No. 1 (80), pp. 38-50.

24. Андрианов В. Д. Конкурентоспособность России в мировой экономике / В. Д. Андрианов // Маркетинг. – 1999. – № 2. – С. 3–19.

Andrianov, V.D. (1999), “Competitiveness of Russia in the world economy”, *Marketing* [“Konkurentosposobnost Rossii v mirovoy ekonomike” *Marketing*], No. 2, pp. 3-19.

25. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення : монографія / [за заг. ред. О. Г. Янкового]. – Одеса : Атлант, 2013. – 470 с.

Jankovogho, O.Gh. (2013), *The competitiveness of the enterprise: assessment of the level and direction of improving: monograph [Konkurentospromozhnist pidpryemstva: ocinka rivnja ta naprjamy pidvyshhennja: monoghrafija]*, Atlant, Odessa, 470 p.

26. Гудзинський О. Д. Управління формуванням конкурентоспроможного потенціалу підприємств (теоретико-методологічний аспект) : монографія / О. Д. Гудзинський, С. М. Судомир, Т. О. Гуренко. – К. : ІПК ДСЗУ, 2010. – 212 с.

Ghudzynskij, O.D. (2010), *Management Competitiveness possible formation of potential enterprises (theoretical and methodological aspect): monograph [Upravlinnja formuvannjam konkurentospromozhnogho potencialu pidpryemstv (teoretyko-metodologichnyj aspekt): monoghrafija]*, ІПК DSZU, Kyiv, 212 p.

Пічугіна Тетяна Сергіївна, д-р екон. наук, проф., кафедра менеджменту організацій, Харківський державний університет харчування та торгівлі. Адреса: вул. Клочківська, 333, м. Харків, Україна, 61051. Тел.: (057)349-45-27; e-mail: pichugina_t_s@mail.ru.

Пичугина Татьяна Сергеевна, д-р екон. наук, проф., кафедра менеджмента организаций, Харьковский государственный университет питания и торговли. Адрес: ул. Клочковская, 333, г. Харьков, Украина, 61051. Тел.: (057)349-45-27; e-mail: pichugina_t_s@mail.ru.

Pichuhina Tatiana, Dr. of Economics Sciences, Professor, Department of Management Organizations, Kharkov State University of Food Technology and Trade. Address: Klochkivska str., 333, Kharkiv, Ukraine, 61051. Tel.: (057)349-45-27; e-mail: pichugina_t_s@mail.ru.

Забродська Любов Давидівна, канд. екон. наук, доц., кафедра менеджменту організацій, Харківський державний університет харчування та торгівлі. Адреса: вул. Клочківська, 333, м. Харків, Україна, 61051. Тел.: (057)349-45-27; e-mail: anya2043@gmail.com.

Забродская Любовь Давыдовна, кандидат экономических наук, доцент, кафедра менеджмента организаций, Харьковский государственный университет питания и торговли. Адрес: ул. Клочковская, 333, г. Харьков, Украина, 61051. Тел.: (057)349-45-27; e-mail: anya2043@gmail.com.

Zabrodskaiia Lubov, PhD, Sc. Associate Professor, Department of management organizations, Kharkiv State University of Food Technology and Trade. Address: Klochkivska str., 333, Kharkiv, Ukraine, 61051. Tel.: (057)349-45-27; e-mail: anya2043@gmail.com.

Забродська Ганна Іванівна, канд. екон. наук, доц., кафедра зовнішньоекономічної діяльності та туризму, Харківський державний університет харчування та торгівлі. Адреса: вул. Клочківська, 333, м. Харків, Україна, 61051. Тел.: (057)349-43-14; e-mail: anya2043@gmail.com.

Забродская Анна Ивановна, канд. екон. наук, доц., кафедра внешнеэкономической деятельности и туризма, Харьковский государственный университет питания и торговли. Адрес: ул. Клочковская, 333, г. Харьков, Украина, 61051. Тел.: (057)349-43-14; e-mail: anya2043@gmail.com.

Zabrodskaiia Anna, PhD. Sc. Associate Professor, Department of Foreign Trade and Tourism, Kharkiv State University of Food Technology and Trade. Address: Klochkivska str., 333, Kharkiv, Ukraine, 61051. Tel.: (057)349-43-14, e-mail: anya2043@gmail.com

*Рекомендовано до публікації д-ром екон. наук, проф. В.А. Гросул
Отримано 15.04.2017. ХДУХТ, Харків.*