

Скупейко В.В.,

к.е.н., доцент,

доцент кафедри обліку і оподаткування,  
Львівський університет бізнесу та права

## СУТНІСНО-ЗМІСТОВА ХАРАКТЕРИСТИКА ПОНЯТТЯ «КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА»

**Анотація.** У статті здійснено узагальнення базових теорій та аспектів дослідження конкурентоспроможності підприємства. Запропоновано авторське бачення сутнісно-змістової характеристики цього поняття.

**Ключові слова:** конкурентоспроможність, конкурентні переваги, фактори конкурентоспроможності, конкурентний потенціал, конкурентна боротьба.

**Постановка проблеми.** Конкурентоспроможність є універсальною узагальнюючою характеристикою її об'єкта, яка одночасно відображає й ефективність господарювання, й здатність здійснювати це краще за прямих конкурентів, й якість виконання всіх функцій, і задіяння функціональних напрямів діяльності, роботи всіх служб та систем, організації бізнесу та бізнес-процесів, продуктивність використання кожної одиниці ресурсів та капіталу загалом, вкладеного у певний вид економічної діяльності. Відповідно, оцінювання конкурентоспроможності є процесом складним, творчим і здебільшого нетиповим, пов'язаним із необхідністю врахування чисельних внутрішніх і зовнішніх факторів, чинників та умов.

Звернімо увагу й на те, що попри схожість концептуальних методологічних засад оцінювання конкурентоспроможності ця категорія інколи має абсолютно не тотожні характеристики під час її розгляду на різних рівнях системної ієрархії управління.

Відповідно, поняття «конкурентоспроможність» не обмежується часовими рамками. Правомірною є теза щодо того, що різнохарактерними можуть бути й підходи до сутнісного трактування і формування методики оцінювання конкурентоспроможності, а єдино визнаного погляду тут об'єктивно бути не може.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Підтвердження цьому знаходимо у результатах наукових досліджень як у класиків економічної думки, так й у провідних сучасних дослідників. Так, хоча й уважається, що термін «конкурентоспроможність» уперше був уведений М. Портером у 80-х роках ХХ ст. і трактувався як здатність суб'єкта господарювання на рівні з іншими суб'єктами бізнесу «виступати» на ринку і не поступатися ним [1, с. 138], про різні аспекти конкуренції і конкурентних переваг дискутували набагато раніше, визначивши, таким чином, більшість напрямів та засад наступних і сучасних наукових поглядів на це поняття.

Так, ще А. Сміт, досліджуючи і характеризуючи базові фактори виробництва – землю, капітал і працю, – неодноразово зазначав, що раціональне їх залучення й ефективне використання створює відповідні абсолютні переваги, про які також згадувалося й у працях науковця, присвячених категорії «ціна», встановлення якої є важливим чинником формування конкурентних переваг [2, с. 48–54].

Поняття порівняльних переваг часто використовував Д. Рікардо, вважаючи їх головним цільовим орієнтиром еконо-

мічного агента, адже у разі їх досягнення забезпечується довготривале ефективне господарювання. Головними предметами, які досліджував Д. Рікардо в контексті забезпечення порівняльних переваг, були ціна, засоби праці (їх наявність здешевлює процес виробництва), аграрні технології (що забезпечують вищу продуктивність земель), а також особливості ринкового попиту (т. зв. мода на товари чи послуги) [3, с. 5–7].

Важливим внеском у дослідження конкурентоспроможності стали праці Дж. Міля, який довів необхідність поділу факторів конкурентоспроможності на дві групи: природні та набуті. Отже, традиційне розуміння до того часу переваг володіння кращими факторами виробництва було доповнено набутим потенціалом [4, с. 96–100].

Конкурентоспроможність як характеристика підприємства не має жодного значення і жодним чином не може бути обчисленою без позиціонування продукту, який воно створює і пропонує на ринку. Відповідно, важливим аспектом конкуренції, а надалі – конкурентоспроможності є конкурентне середовище, що практично ніколи не є досконалим, а отже, позначається на конкурентній боротьбі. На ці особливості звернули увагу Г. Гросман та Е. Хелпман, досліджуючи власну модель зростання споживчого попиту та визначили інновації важливим чинником конкурентоспроможності [5, с. 43–111].

Аспекти ж інновацій та інноваційної діяльності, їх впливу на конкурентоспроможність суб'єкта господарювання досліджував Й. Шумпетер, який у своїй теорії економічного зростання довів, що розвиток економічної системи (мікро- чи макrorівневої) ґрунтується на впровадженні новинок, інновацій у вигляді нових продуктів, нових технологій, нової організації промислового виробництва, відкриття нових ринків [6, с. 64–72].

Прибічниками поглядів Ф. Хаска та Й. Шумпетера стали й інші представники неокласичної економічної теорії, зокрема А. Маршалл, Ф. Візер, П. Самуельсон та ін.

Ф. Еджворт (представник теорії корисності) доводив протилежне, а саме, що досконала конкуренція далеко не є монополією: «...це наявність невизначено великої кількості учасників від обох представників на ринку та повна відсутність обмежень для індивідуальної корисливої поведінки» [7, с. 21–23]. У контексті етимології конкурентоспроможності важливо те, що науковець розвинув теорію корисності, за якої корисність відображає споживчі переваги відносно обрання товарів того чи іншого виробника. Отже, корисність є невід'ємним складником конкурентоспроможності. У подальшому науковцем була введена відома крива «байдужості».

Ще більше наблизилися до характеристик, найбільш відповідних сучасним уявленням про конкурентоспроможність, представники європейської маркетингової школи. Ж. Ламбен, оперуючи поняттям конкурентної переваги, визначає такі головні чинники конкурентоспроможності, як якість продукції, витрати виробництва, ціна, технології та ключові компетенції

[8, с. 315–323]. Фактично результати цих досліджень і лягли в подальшому в основу широко використовуваної сьогодні тези про те, що конкурентоспроможність – це здатність перемагати в конкурентній боротьбі.

**Виділення невіршених раніше частин загальної проблеми.** Попри вагомий масив досліджень, які охарактеризовані у наведених вище концептуальних положеннях, не повною мірою здійснено узагальнюючу характеристику підходів та концептів щодо сутнісно-змістовного трактування поняття конкурентоспроможності підприємства.

**Мега статті** полягає в узагальненні базових теорій та аспектів дослідження конкурентоспроможності підприємства, а також наданні авторського бачення сутнісно-змістової характеристики цього поняття.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** З. Варналії у праці «Конкуренція та підприємництво» наводить результати власного узагальнення концепцій конкурентоспроможності, до яких відносить торгівлю (цінову та нецінову), виробничу, інвестиційну, інноваційну [9, с. 53], виділяючи, таким чином, дійсно важливі в контексті формування та реалізації конкурентних переваг напрями діяльності суб'єктів бізнесу.

Потрібно зауважити, що науковець не єдиний у такому баченні підходу до сутнісного трактування конкурентоспроможності підприємства. Так, у праці «Економічний механізм забезпечення конкурентоспроможності торговельного підприємства» автори трактують конкурентоспроможність як здатність підприємства досягати законним шляхом найкращих економічних та соціальних результатів у таких функціональних сферах господарювання, як кадрова, майнова, товарна, організаційна [10, с. 23].

Особливістю підходу до сутнісного трактування, вираженого групою науковців на чолі з О. Кузьміним, є те, що враховуються просторові, часові, предметні, атрибутивні, відносні та інші властивості [11, с. 11].

Потрібно визнати, що найбільш часто вживаний аспект «перемагати у конкурентній боротьбі» значною мірою дискусійний, а т. зв. перемога може бути заміненою формуванням нових ринкових сегментів, ініціюванням розвитку принципово нового попиту, диверсифікацією форм та способів задоволення потреб споживача і т. ін. З огляду на це, справедливо вважати, що власне право на існування належить підходам, де науковці трактують конкурентоспроможність підприємства як його здатність виготовляти та збувати в необхідних обсягах товари й послуги, а також щоразу запускати і завершувати виробничо-технологічний цикл, мати всі передумови для його продовження у наступних часових періодах. Такі погляди досліджуються, зокрема, у праці І. Должанського та Т. Загорної [12, с. 28].

Звернімо увагу, що в окремих наукових дослідженнях присутній суто фінансовий аспект конкурентоспроможності підприємства. Наприклад, С. Хамініч вважає, що конкурентоспроможність суб'єкта господарювання є його спроможністю розпоряджатися власними і позиковими фінансовими ресурсами, а також залученим у бізнес капіталом [13, с. 59]. Такі погляди об'єктивно обґрунтовані, адже бути конкурентоспроможним означає бути успішним.

Інша група дослідників трактує конкурентоспроможність підприємства з позиції ефективного управління такими аспектами, як ціна та якість. К. Еклунд стояв на позиції того, що забезпечення конкурентоспроможності починається з виробництва та просування на споживчий ринок якісних

і дешевих товарів [14, с. 143]; Ю. Осипов зводить усе до оптимального співвідношення ціни та якості, й не обов'язково ціни мають бути нижчими за конкурентів, усе залежить від якості продукції та вміння її позиціонувати на ринку [15, с. 29].

Звичайно, результатом функціонування кожного підприємства є представлення на ринку власного продукту, і, відповідно, його цінові та якісні характеристики значною мірою позначаються на попиті.

Потрібно наголосити на вищій досконалості підходів до сутнісного трактування поняття конкурентоспроможності, за яких цю категорію розглядають найбільш комплексно. Таким, зокрема, є її бачення Ю. Івановим, який стверджує, що структуру поняття конкурентоспроможності підприємства, по-перше, формують усі аспекти його функціонування, по-друге, не в статичності, а в динамічності, по-третє, це важливий аспект внутрішньофірмового управління, який цікавий тільки власникам та топ-менеджерам бізнесу [16, с. 26].

Але з аспектом динаміки як однієї з характеристик конкурентоспроможності низка науковців не погоджується. Так, В. Гросул вважає, що конкурентоспроможність підприємства чітко визначена в часі і не передбачає автоматичності конкурентоспроможності в минулому чи в майбутньому [17, с. 240].

У сучасних дослідженнях із проблем конкурентоспроможності все більшої уваги отримує таке поняття, як «конкурентний потенціал». Так, Д. Стівен трактує конкурентний потенціал підприємства як наявність внутрішніх резервів, утворених трьома компонентами: професіоналізмом, знаннями та виробничим процесом. Відповідно, якщо за цими елементами підприємство має переваги над конкурентами, то й володіє потенціалом, а міра відхилення, власне, й є мірилом реалізації цього потенціалу [18, с. 45–47].

На думку Т. Решетнікової, конкурентний потенціал підприємства є механізмом управління виробництвом, який реалізується у можливостях його швидкої адаптивної реакції на будь-які зміни ринкового конкурентного середовища [19, с. 167–168]. Відповідно, науковець практично ототожнює поняття конкурентоспроможності підприємства та його адаптації до динамічного зовнішнього середовища.

Звернімо увагу, що окремі дослідники поняття конкурентоспроможності підприємства підходять до бачення його базисних засад виходячи з того результату, який очікується отримати на «виході» внаслідок реалізації ефективної політики забезпечення конкурентоспроможності підприємства. Так, згідно з Г. Азоевим, конкурентоспроможність підприємства, як й інші важливі елементи діяльності, як входять до складу, так і є окремим бізнес-процесом, що виконується у певній послідовності, створюючи власну споживчу цінність для суб'єкта такого бізнес-процесу [20, с. 256].

Охарактеризовані вище підходи та концепти відносно сутнісного трактування поняття конкурентоспроможності підприємства узагальнено в табл. 1.

Таким чином, доходимо висновку, що це системна, а через це й складна та неоднозначна категорія, під час надання характеристики якої потрібно враховувати різноманітні аспекти.

Це доводить нас і до переконання в тому, що ця категорія має власні рівні ієрархії управління та ширину розгляду залежно від поточних цілей і завдань політики управління та забезпечення конкурентоспроможності підприємства. На рис. 1 подано авторське бачення сутнісно-змістової характеристики цього поняття.

Узагальнення базових теорій та аспектів дослідження конкурентоспроможності підприємства [1–20]

Дослідники (економічні теорії)	Аспекти поняття													
	Забезпеченість факторами виробництва	Інноваційна активність та нововведення	Здатність на стратегічній основі визначати і задовольняти потреби споживачів	Висока ефективність структурно-функціональними складовими діяльності	Фінансова і ресурсна доступність	Ідентифікація та реалізація ключових факторів успіху в цільовому ринковому сегменті	Здатність виробляти і збувати продукцію, наявність передумов для відтворення	Ефективне використання капіталу та фінансових ресурсів, вкладених у бізнес	Забезпечення високої ефективності господарювання та прибутковості	Комплексна характеристика стейкхолдерами якості функціонування підприємства	Наявність сильних сторін, які забезпечують конкурентні переваги	Елемент ресурсного потенціалу підприємства (конкурентний потенціал)	Інструмент формування принципів поведінки на ринку	Елемент процесно-орієнтованої системи управління підприємства
А. Сміт, Д. Рікардо, Дж. Міль (теорія вартості)	+					+					+	+		
Й. Шумпетер, Г. Гросман, Е. Хелпман, А. Маршалл, Ф. Візер, П. Самуельсон (неокласична та еволюційна теорії)		+											+	
Ф. Еджворт (теорія корисності), Ж Ламбен (оєвропейська маркетингова школа), І. Ансофф (теорія стратегічного управління)	+		+			+					+		+	
З. Варналій, П. Куцик	+			+				+						
Т. Васильців, О. Ковтун		+	+	+	+	+		+						+
О. Кузьмін, О. Мельник	+				+	+	+	+		+				
А. Єрмак			+				+	+			+			
Ю. Пахомов, С. Ярошенко, Ю. Осіпов	+								+	+				
К. Еклунд, Ю. Іванов, М. Мескон							+			+	+		+	
В. Гросул, В. Сідун			+								+	+	+	
С. Девіс, Т. Решетнікова, В. Сімонова				+		+				+		+		
Л. Донець, А. Наливайко			+								+	+		
Г. Азосв, І. Ансофф, І. Піддубний														+

Так, на базовому рівні управління конкурентоспроможністю слід вести мову про спроможність налагодити процес виробництва і просування на ринок якісної продукції (послуг). Йдеться про конкурентоспроможність продукту підприємства. Без цього об'єктивно неможливо не лише гарантувати ефективність бізнесу, а й узагалі зберегти його існування, адже не буде забезпечено збут продукції й отримання доходу для фінансування виробничо-господарської діяльності підприємства у цілому.

Надалі необхідно проводити роботу з позиціонування підприємства та його продукції на ринку.

**Висновки.** Отже, головним об'єктом політики забезпечення конкурентоспроможності стає ефективний маркетинг. Якщо задовольняються два базових складника конкурентоспроможності – виробничо-технологічний та маркетинго-

вий, – підприємство має всі підстави для подальшої реалізації конкурентного потенціалу. Спочатку це здатність залучати інвестиції, кваліфіковані кадри та інші ресурси.

Вже на наступному рівні забезпечення конкурентоспроможності важливим критерієм стає висока фінансово-економічна ефективність бізнесу. Разом із тим конкурентоспроможність це ще й упізнаваність продукції та підприємства в суспільному середовищі. Таким чином, вищий рівень цієї категорії передбачає управління її соціально-інтерфейсною компонентою.

Врешті-решт, найвищий рівень конкурентоспроможності досягається, коли реалізованими є всі нижчі ланки і він стоїть на стратегічно-управлінській компоненті або, іншими словами, реалізації місії та цілей бізнесу, капіталізації підприємства, розширеного відтворення його виробничо-ресурсного

<i>Ширина категорії</i>			
<i>Глибина категорії</i>	Стратегічно-управлінський	Спроможність забезпечити довгострокове прогнозно-планове функціонування і розвиток підприємства в конкурентному середовищі	Реалізація місії та цілей бізнесу; капіталізація підприємства; розширене відтворення виробничо-ресурсного потенціалу
	Соціально-інтерфейсний	Здатність формувати позитивний суспільний імідж підприємства та його продукції (послуг), забезпечувати високий рівень внутрішньої і зовнішньої соціальної відповідальності бізнесу	Імідж підприємства; обізнаність споживачів із торговими марками підприємства; міра його ідентифікації з-поміж конкурентів
	Фінансово-економічний	Налагодженість якісних бізнес-процесів, забезпечення вищої за середньогалузеву та порівняно з конкурентами ефективності фінансово-господарської діяльності	Показники фінансово-економічного стану та ефективності виробництва
	Ресурсно-інвестиційний	Інвестиційна привабливість підприємства як бізнес-єдиниці щодо вкладення інтелектуально-кадрового капіталу, інвестицій, співробітництва з контрагентами	Кількісно-якісні характеристики частки підприємства у залучених у цільовому ринковому сегменті інвестицій, капіталу, праці
	Маркетинговий	Здатність ефективно просувати на ринок продукцію, завойовувати прихильність споживача і збільшувати частку на ринку	Порівняльні характеристики попиту та задоволеності потреб споживача; обсяги та структура доходу від реалізації продукції
	Виробничо-технологічний	Спроможність налагодити процес виробництва і постачання на ринок якісної продукції (послуг)	Використання виробничих потужностей; виконання плану виробництва
	<b>Рівні реалізації конкурентоспроможності</b>	<b>Характеристичні аспекти конкурентоспроможності</b>	<b>Критерії забезпечення конкурентоспроможності</b>

Рис. 1. Сутнісно-змістова характеристика поняття «конкурентоспроможність підприємства»

(авторська розробка)

потенціалу як найголовніших ознак реалізації конкурентного потенціалу бізнесу.

Загалом теоретико-методичні засади конкурентоспроможності підприємств сільського господарства об'єктивно мають власні особливості, які потребують ідентифікації.

Отже, предметом подальших досліджень стане процес установлення інституційно-економічної специфіки функціонування та забезпечення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств.

#### Література:

- Porter M. How competitive forces shape strategy. Harvard business Review. 1979. P. 137–145.
- Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. М.: Наука, 1993. 570 с.
- Рикардо Д. Сочинения. М.: ГИПЛ, 1995. 540 с.
- Миль Дж.Ст. Основания политической экономии с некоторыми применениями к общественной философии. Харьков: Иогансона, 1896. – 870 с.
- Grossman G., Helpman E. Innovation and growth in the global economy. Cambridge: MIT Press, 1991. P. 43–111.
- Шумпетер Й. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия; предисл. В.С. Автономова. М.: ЭКСМО, 2007. 864 с.
- Edgeworth F. Mathematical physics. C.K. Paul & co, 1881. 166 с.
- Ламбен Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок: стратегический и операционный маркетинг. СПб.: Питер, 2004. 796 с.
- Варналії З.С. Конкуренція та підприємництво: монографія. К.: Знання України, 2015. 463 с.
- Економічний механізм забезпечення конкурентоспроможності торговельного підприємства: монографія / Я.Д. Качмарик, П.О. Куцик, Р.Л. Лупак, І.Я. Качмарик. – Львів: Піраміда, 2012. 208 с.
- Конкурентоспроможність підприємства: планування та діагностика: монографія / О.С. Кузьмін, О.Г. Мельник, О.П. Романко. Івано-Франківськ: ІФНТУНГ, 2011. 180 с.
- Должанський І.З., Загорна Т.О. Конкурентоспроможність підприємства. К.: Центр навчальної літератури, 2006. 384 с.
- Хамініч С. Методика інтегральної оцінки рівня конкурентоспроможності промислового підприємства. Економіст. 2006. № 10. С. 59–61.
- Эклунд К. Эффективная экономика. Шведская модель. М.: Экономика, 1991. 349 с.
- Основы предпринимательского дела. Благоприятный бизнес / под. ред. Ю.М. Осипова. М.: Гуманитарное знание, 1992. 423 с.
- Юванов Ю.Б. Конкурентоспособность предприятия в условиях формирования рыночной экономики. Харьков: ХГЭУ, 1997. 246 с.

17. Гросул В.А. Конкурентоспроможність торговельного підприємства: сутність та критерії оцінки. Вісник ЖДТУ. Економічні науки. 2012. № 3(53). С. 239–241.
18. Дэвис С. Конкурентный потенциал – как его выявить? Competia Online Magazine. 2003. 57с.
19. Решетникова Т.П. Методы оценки конкурентоспособности предприятия. Вісник Східноукраїнського національного університету. 2001. № 9. С. 166–173.
20. Азовев Г.Л., Челенков А.П. Конкурентные преимущества фирмы. М.: НОВОСТИ, 2000. – 256 с.

**Скупейко В.В. Сущностно-смысловая характеристика понятия «конкурентоспособность предприятия»**

**Аннотация.** В статье осуществлено обобщение базовых теорий и аспектов исследования конкурентоспособности предприятия. Предложено авторское

видение сущностно-содержательной характеристики этого понятия.

**Ключевые слова:** конкурентоспособность, конкурентные преимущества, факторы конкурентоспособности, конкурентный потенциал, конкурентная борьба.

**Skupeyko V.V. The essence and characteristics of enterprise competitiveness**

**Summary.** The article summarizes major theories and aspects, dedicated to the enterprise competitiveness. The author presents a personal view on the essence and characteristics of the term.

**Keywords:** competitiveness, competitive advantages, competitiveness factors, competitive capabilities, competition.