

## References

1. *A. Taylor III* «The new GM: A report card», *Fortuna*, 5. Septembar 2011. P. 3
2. *D. Goleman i Richard Boyatzis*: *Social Intelligence and the Biology of Leadership*», New York, 2009.
3. *R. Heifetz, A. Grashow, and M. Linsky*: «Leadership in a Permanent Crisis», *HBR*, Juli-Avgust 2009. P. 64.
4. *V. Vučenović i drugi*: *Holistička teorija organizacije*», *FORKUP*, Novi Sad, 2011. 227—255.
5. *Ž. Radosavljević*: *Trgovinski menadžment*», *FORKUP*, Novi Sad, 2006. Str. 48.

УДК 658.821

О. Є. Бабина, канд. екон. наук,  
проф. кафедри економіки і менеджменту,  
Київська державна академія водного транспорту  
імені гетьмана Петра Конашевича-Сайгайдачного

### ДИНАМІЧНИЙ ПІДХІД ДО ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ «КОНКУРЕНТОЗДАТНІСТЬ»

АНОТАЦІЯ. Проаналізовано сутність понять, пов'язаних з конкурентоздатністю, та визначено місце цього поняття в системі координат «рівень конкурентоздатності — час».

КЛЮЧОВІ СЛОВА: конкурентоздатність продукції, конкурентоздатність підприємства, конкурентоздатність галузі, конкурентоспроможність, конкурентостійкість.

АННОТАЦИЯ. В статье проанализирована суть понятий, связанных с конкурентоспособностью, и определено место этого понятия в системе координат «уровень конкурентоспособности — время».

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: конкурентоспособность отрасли, конкурентоспособность предприятия, конкурентоспособность продукции, конкурент возможность, конкурентоустойчивость.

ANNOTATION. In the article essence of concepts, related to the competitiveness, and certainly place of this concept, is analyzed in the system of coordinates a «level of competitiveness is time».

KEYWORDS: competitiveness of industry, competitiveness of enterprise, competitiveness of products, competitiveness, competitive firmness.

**Постановка проблеми.** Розвиток людського суспільства в усі історичні періоди супроводжувався конкурентною боротьбою. Тому природно, що в економічній літературі однією з найчастіше досліджуваних категорій є конкуренція. В умовах ринкової економіки з поняттям конкуренція тісно пов'язане поняття конкурентоздатність, яка виявляється лише в умовах конкуренції і через конкуренцію.

Не зважаючи на те, що сьогодні питання конкурентоздатності знаходяться в центрі уваги науковців і практиків, ще багато з них залишаються невирішеними. Крім складності проблеми це пояснюється тим, що сутність і механізм формування конкурентоздатності в процесі еволюції ринкової економічної системи змінюються.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Актуальність теми статті підтверджується наявністю великої кількості робіт з дослідження питань конкурентоздатності. Класичними роботами є роботи І. Ансоффа, П. Діксона, П. Друкера, М. Мескона, Г. Мінцберга, М. Портера, А. Томпсона та А. Стрікланда. На результати досліджень цих робіт посилаються українські (О. І. Амоша, А. Е. Воронкова, Б. В. Губський, С. Б. Довбня, Ю. Б. Іванов, О. Б. Чернега, В. А. Павлова та ін.), а також російські вчені (Р. Фатхутдінов, Є. Голубков, Х. Фасхієв та ін.).

Сучасні вчені підкреслюють актуальність проблем дослідження конкурентоздатності на різних рівнях, зокрема, на рівні країни, кластера та галузі, регіону, підприємства, а також продукції.

**Невирішена раніше частина загальної проблеми.** Серед невирішених проблем, у першу чергу, слід відзначити існуючу невизначеність щодо множини понять, що використовується для характеристики конкурентоздатності, а також відсутність у вітчизняних і зарубіжних учених єдиної думки щодо сутності поняття конкурентоздатність.

**Мета статті.** Метою статті є уточнення визначення поняття конкурентоздатність і формування системи понять для її характеристики з урахуванням рівня та часового періоду .

**Виклад основного матеріалу.** Конкурентоздатність є одним з основних понять, яке активно використовується в економічній теорії та практиці. В перекладі з латинської мови «конкурентоздатність» означає боротьбу за досягнення найкращих результатів. Для її характеристики використовується поняття порівняльних витрат (Д. Рікардо), порівняльних переваг (Є. Хекшер, Б. Олін), порівняння конкурентних переваг, чинників управління та

продуктивності використання ресурсів (М. Портер), конкурентного статусу фірми (І. Ансофф).

Аналіз літературних джерел показує, що існує безліч визначень конкурентоздатності та підходів до її формування й оцінки. Кожне з визначень, що наведено в економічній теорії, охоплює ту чи ту сторону конкурентоздатності, або робить спробу його комплексної характеристики. Основні з існуючих визначень наведено в табл. 1.

*Таблиця 1*

**ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ КОНКУРЕНТОЗДАТНІСТЬ**

Автор	Визначення конкурентоздатності
Васильєва З.	Здатність випереджати інших, при використанні власних переваг у досягненні поставлених цілей
Светуцьков С.Г.	Комплексна порівняльна характеристика, що відображає ступінь сукупності оціночних показників діяльності підприємства, які визначають його успіх на відповідному ринку за певний проміжок часу відносно сукупності показників конкурентів
Ожогов С.І.	Здатність витримувати конкуренцію, протистояти конкурентам
Книш М.І.	Ступінь привабливості даного продукту для споживача, що здійснює реальну покупку
Грошев В.П.	Комплекс споживчих властивостей товару, що визначає його відмінність від інших аналогічних товарів по ступені й рівню задоволення потреб покупців і витратам на його купівлю й експлуатацію
Кредісов А.І.	Характеристика товару, що відображає його відмінність від аналогічного конкурентного товару як по ступені відповідності конкретної потреби, так і по витратах на її задоволення
В. Стівенсон	Характеризує те, «наскільки ефективно компанія задовольняє потреби клієнта порівняно з іншими компаніями, що пропонують подібний товар або послугу»
М.О. Ермолов	Відносна характеристика, яка відображає відмінності у процесі розвитку певного виробника від виробника конкурента як по ступеню задоволення власними товарами, так і по ефективності виробничої діяльності
Печінкин А., Фомін В.	Складне багатоаспектне поняття, яке визначає здатність товару зайняти та утримати позицію на конкурентному ринку в певний період за умов конкуренції з іншими аналогічними товарами

Автор	Визначення конкурентоздатності
Хруцький В. Є., Корнєєва І. В.	Стабільна можливість задовольняти певні потреби покупців краще, ніж конкуренти, та завдяки цьому вдало продавати продукцію з прийнятними фінансовими результатами для виробника
Фатхутдинов Р. А.	Властивість об'єкта, що характеризується ступенем реального чи потенційного задоволення ним конкретної потреби у порівнянні з аналогічними об'єктами, представленими на даному ринку
Піддубний І. О., Піддубна А. І.	Потенційна або реалізована здатність економічного суб'єкта до функціонування у релевантному зовнішньому середовищі, яка ґрунтується на конкурентних перевагах і відображає його позицію відносно конкурентів
Райзберг Б. А.	Реальна та потенційна можливість фірм у існуючих для них умовах проектувати, виготовляти та збувати товари, що за ціновими та неціновими характеристиками є більш привабливими для споживачів, ніж товари їх конкурентів

Розмаїття існуючих підходів до поняття конкурентоздатності викликає необхідність їх систематизації.

Конкурентоздатність — багатопланова економічна категорія, яку багато вітчизняних і зарубіжних учених розглядають на різних рівнях: товару, підприємства, галузі та країни. При цьому питання щодо вагомості рівнів та їх ієрархії залишається сьогодні дискусійним.

На думку автора, конкурентоздатність підприємства, оскільки воно функціонує в системі мікро- та макросередовища, що сформувалось у межах національної економіки, залежить, з одного боку, від конкурентоздатності національної економіки в цілому, а з іншого, визначає її.

На рис. 1 наведено взаємозв'язок між рівнями конкурентоздатності.

Аналіз проведених досліджень доводить існування досить тісного взаємозв'язку між рівнями конкурентоздатності. Вважаємо, що виявлення взаємозв'язків між рівнями має сприяти обґрунтуванню ефективних підходів до аналізу та відкриває додаткові можливості розкриття наявних резервів і визначення стратегічних напрямків підвищення конкурентоздатності об'єктів на кожному з рівнів.

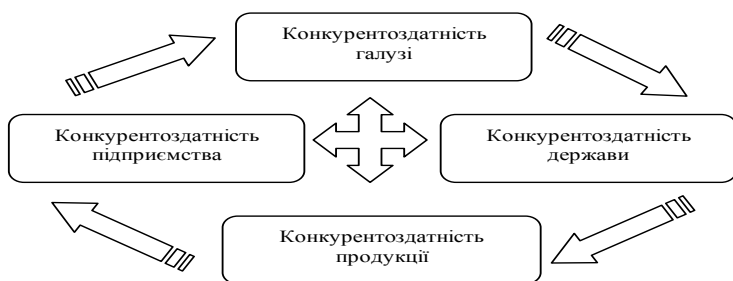


Рис. 1. Взаємозв'язок рівнів конкурентоздатності

На думку автора статті, визначення поняття конкурентоздатності слід систематизувати не тільки за рівнем формування (підприємство, галузь, країна) а й за часом прояву конкурентоздатності.

У працях вчених-економістів зустрічаються поняття близькі за змістом до поняття конкурентоздатність: конкурентоспроможність, конкурентостійкість.

Конкурентоздатність та конкурентоспроможність більшість авторів вважають синонімічними поняттями. Вони дійсно мають спільні риси, але між ними також існують відмінності. Конкурентоспроможність відображає майбутні можливості виживання на ринку, а конкурентоздатність відображає сучасний стан підприємства. Тобто визначення цих понять можна сформулювати таким чином.

Конкурентоздатність — це фактична наявність внутрішніх і зовнішніх факторів, які відображають відповідність підприємства вимогам конкурентного середовища та можливість збуту його продукції сьогодні.

Водночас, конкурентоспроможність — це наявність внутрішніх факторів, які дадуть змогу (теоретично) завоювати ринок у майбутньому за допомогою продукції власного виробництва, або це можливість знаходити шляхи для досягнення переваг над іншими учасниками ринку за рахунок внутрішніх факторів.

Разом з тим, обидва наведені визначення є статичними. Вони не враховують динаміку досліджуваного поняття, здатність підприємства ефективно адаптуватися до умов зовнішнього

середовища, і трансформувати потенційні можливості у фактичні.

Динаміку змін конкурентоздатності відображає таке поняття, як конкурентостійкість.

Саме поняття стійкості означає можливість утримувати досягнутий рівень протягом певного часу. Порівняльний характер «стійкості» дозволяє використовувати це поняття як одну з основних особливостей суб'єктів конкуренції. Під стійким положенням (функціонуванням) підприємства на ринку виробників розуміють спроможність підприємства зберігати (або нарощувати) об'єми реалізації продукції (робіт, послуг) тривалий час при різних коливаннях кон'юнктури ринку.

Таким чином, можна стверджувати, що конкурентоздатність і конкурентостійкість підприємства є взаємозалежними і взаємодоповнюючими категоріями. Достатній рівень конкурентоздатності не визначає достатнього рівня конкурентостійкості, оскільки підприємство з часом може втратити свої конкурентні переваги. І навпаки, конкурентостійкість є необхідною, але недостатньою умовою конкурентоздатності підприємства. Дійсно, для збереження вже наявної конкурентної переваги необхідно забезпечити стійку роботу підприємства, тобто витримати задану траєкторію розвитку системи. Таким чином, конкурентостійкість — це можливість підприємства втримати свою нішу на ринку товарів та/або розширити її.

Досягнення підприємством конкурентостійкості ґрунтується на поєднанні конкурентоздатності та конкурентоспроможності підприємства. Тобто, потенційні можливості підприємства (конкурентоспроможність) можуть трансформуватись у реальні (конкурентоздатність) тільки за умови конкурентостійкості. На рис. 2 наведено взаємозв'язок між цими поняттями.

Слід зазначити, що досліджувані поняття: конкурентоздатність, конкурентоспроможність, конкурентостійкість — характерні для економічних об'єктів різних рівнів. Оскільки конкурентоздатність проявляється одночасно на різних рівнях та в динаміці, виникає необхідність узагальнити визначення конкурентоздатності в системі координат «рівень конкурентоздатності — час».

На рис. 2 видно, що для того, щоб конкурентоспроможність з часом трансформувалась у конкурентоздатність, необхідно досягнення конкурентостійкості для усіх рівнів економічних об'єктів: продукції, підприємства, галузі, держави.

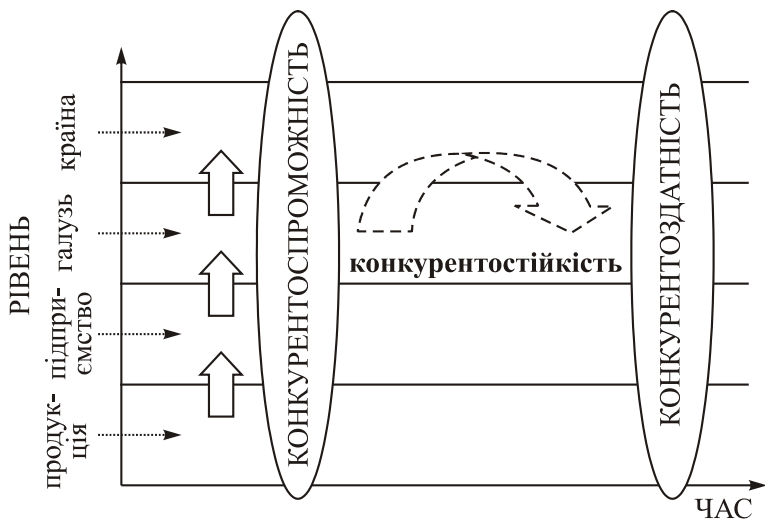


Рис. 2. Систематизація понять щодо конкурентоздатності

**Висновки та перспективи подальших досліджень.** Обґрунтовано систему класифікації понять, пов'язаних з категорією конкурентоздатність, яка формується в координатах «рівень конкурентоздатності — час». Це дало змогу уточнити понятійний апарат і розмежувати близькі за змістом поняття. Подальші дослідження проводитимуться щодо визначення ефективних інструментів забезпечення конкурентоздатності з урахуванням рівня економічних об'єктів.

### Література

1. Осипов В. М. Управління конкурентоспроможністю продукції металургійної галузі / В. М. Осипов. — Одеса: ШПРЕЕД НАНУ, 2005. — 296 с.
2. Паршина О. А. Управління конкурентоспроможністю машинобудівної продукції: [монографія] / О. А. Паршина. — Дніпропетровськ: Національний гірничий університет, 2008. — 280 с.
3. Управління конкурентоспроможністю підприємства: Навчальний посібник / С. М. Клименко, О. С. Дуброва, Д. О. Барабась, Т. В. Омеляненко, А. В. Вакуленко. — К.: КНЕУ, 2006. — 527 с.
4. Фатхутдинов Р. А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент / Р. А. Фатхутдинов. — М.: Маркетинг, 2002. — 356 с.