

УДК 005.332.4:334.716

*Дашко І.М.,
к.е.н., ст. викл. кафедри обліку та менеджменту,
Криворізький факультет ДВНЗ
«Запорізький національний університет»*

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА: ЗАГАЛЬНІ РИСИ ТА ВІДМІННОСТІ

Постановка проблеми. Керівники підприємств, які на ринку змагаються за переваги споживача та домінуючі позиції у рейтингу підприємств-аналогів у галузі, пильно слідкують за конкурентоспроможністю своїх підприємств та їх управлінськими рішеннями, а також за факторами та змінами у середовищі, які впливають на ринкову ситуацію. Питання конкурентоспроможності розглядають багато дослідників протягом усієї історії розвитку економічних відносин. При цьому конкурентоспроможність підприємства розглядається як вища спонукальна сила, що змушує виробників продукції підвищувати її якість, знижувати витрати на виробництво, підвищувати продуктивність праці тощо.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання сутності поняття «конкурентоспроможність підприємства» вивчали такі науковці, як: Азоев Г. Л. [1], Богацька Н. М. [2], Валігурський Д. І. [3], Введенський Б. А. [4], Дейнега О. В. [5], Должанський І. З. [6], Друкер П. [7], Дьяченко А. В. [8], Загорна Т. О. [6], Путь І. О. [2] та інші. Незважаючи на значні досягнення в теорії й практиці управління конкурентоспроможністю підприємства, є ряд проблем, які залишаються предметом дискусій і обговорень науковців, тому як для будь-якого підприємства необхідно не тільки грамотно аналізувати його діяльність, а і планувати її, тобто займатися розвитком в умовах ринкової конкуренції.

Постановка завдання. Метою даної статті є на основі порівняльного аналізу існуючих теоретичних положень та узагальнення підходів до трактування сутності поняття конкурентоспроможності підприємства розробити нове визначення цього поняття, яке буде відповідати зовнішньому конкурентному середовищу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Протягом перших тридцяти років ХХ ст. ситуація в суспільстві складалася таким чином, що підприємствам вдавалося досягти успіху та забезпечити свою конкурентоспроможність із мінімальними витратами. Сьогодні вчені визначають конкурентоспроможність підприємства як узагальнюючу оцінку його конкурентних переваг у питаннях формування ресурсного потенціалу, якості задоволення споживчого попиту та досягнутої за рахунок цього ефективності функціонування господарчої системи на момент чи протягом періоду оцінювання. При цьому, як зазначає Х. Фасх'єв, висока конкурентоспроможність підприємства зумовлюється наявністю трьох ознак:

- 1) задоволеності споживачів та їх бажання зробити повторну покупку;

2) відсутності претензій до підприємства з боку суспільства, акціонерів та партнерів;
3) відчуття гордості працівників фірми за діяльність у ній та бажання сторонніх отримати роботу саме в цій компанії [16].

Іншими словами, конкурентоспроможність підприємства – це результат «конкурентних переваг за всім спектром проблем управління компанією» [2].

Конкурентоспроможність – це винятково ринкова категорія, що визначає зовнішню ефективність функціонування різних об'єктів. Базовою складовою поняття є «конкуренція», тобто «боротьба», «змагання» юридичних або фізичних осіб за покупця в умовах дії жорсткого закону конкуренції як об'єктивного «вимивання» неякісних товарів із ринку [4; 5].

Зокрема, за тлумачним словником С. І. Ожегова та Н. Ю. Шведової, в російській мові слово «способность» означає уміння, а також можливість виконувати які-небудь дії, а «способный» – володіючий здатністю до чого-небудь та такий, що може що-небудь зробити [12; 15].

Наведемо визначення конкурентоспроможності, які дали деякі відомі економісти (табл. 1).

Таблиця 1

Визначення поняття «конкурентоспроможність»

Автор	Визначення
Г.А. Азоєв, А.П. Челенков [1]	Конкурентоспроможність – це результат, що фіксує наявність конкурентних переваг, без яких вона неможлива, проте наявність окремих конкурентних переваг не означає автоматичну перевагу.
Д.І. Валігурський [3]	Конкурентоспроможність – це можливість ефективної підприємницької діяльності і її практичної прибуткової реалізації в умовах конкурентного ринку.
Американські економісти Дж. мол. Грейсон та К. О'Делл [8]	Конкурентоспроможність – це здатність виробляти товари та послуги, які реалізуються на міжнародних ринках при одночасному підтриманні або підвищенні життєвих стандартів працівників рівних або більш високих, аніж у конкурентів.
А.В. Дьяченко [8]	Конкурентоспроможність – «монопольне» володіння комплексом ресурсів, необхідних для виробництва найбільш прибуткових товарів і послуг, комплексом ресурсів, недоступних іншим в період, поки вони не стали загальнодоступними. «Ціль та результат конкурентоздатності полягає в здатності розширити ринкову частку своїх продуктів виробництва на ринку за рахунок витіснення конкурентів».
А.А. Мігранян [11]	Конкурентоспроможність – це результат впливу сукупності факторів конкурентного механізму, що виражається через ступінь необхідності та економічної ефективності продукції, що виготовляється або будь-якого суб'єкта господарювання (підприємства, галузі або економічної системи в цілому), що виробляє блага.
М. Портер [14]	Конкурентоспроможність – 1) це властивість товару, послуги, суб'єкта ринкових відносин виступати на ринку на рівні із наявними на ньому товарами, послугами або конкуруючими суб'єктами ринкових відносин. Оцінка цієї властивості дозволяє виділити високу, середню та низьку конкурентоздатність; 2) динамічний процес, що розвивається, безупинно мінливий ландшафт, на якому з'являються нові товари, нові шляхи маркетингу, нові виробничі процеси й ринкові сегменти.
Б.А. Райзберг [18]	Конкурентоспроможність – це 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.
Р.А. Фатхутдінов [19]	В найбільш загальному контексті конкурентоспроможність – 1) це здатність об'єкта, що розглядається, конкурувати (управляти своїми конкурентними перевагами, вступати в суперництво) з аналогічними об'єктами на даному ринку в даний час; 2) це процес управління суб'єктом своїми конкурентними перевагами для одержання перемоги або досягнення інших цілей у боротьбі з конкурентами за задоволення об'єктивних або суб'єктивних потреб у рамках законодавства або в природних умовах.

Джерело : узагальнено автором на основі вказаних джерел

Незважаючи на різні підходи до визначення його суті, всі дослідники відмічають порівняльний і часовий (динамічний) характер цього показника:

– порівняльний характер означає, що конкурентоспроможність не є явищем, притаманним конкретному об'єкту; вона не впливає з його внутрішньої природи, а проявляється тільки за умов порівняння даного об'єкта з іншими; її можна оцінити порівнянням найбільш суттєвих показників діяльності підприємств; результатом цього порівняння є визначення рівня конкурентоспроможності;

– часовий характер (динамічність) означає, що досягнутий в окремий проміжок часу рівень конкурентоспроможності підприємства не може розглядатися як довгострокова характеристика його ринкової позиції незалежно від ефективності діяльності; рішучість та активність їх конкурентних стратегій можуть привести до втрати досягнутої позиції та зниження рівня конкурентоспроможності.

Аналіз визначень конкурентоспроможності дозволяє виділити характерні риси, що притаманні конкурентоспроможним суб'єктам:

- 1) здатність конкурувати та отримувати перевагу в конкурентній боротьбі;
- 2) здатність виробляти конкурентоспроможні товари;
- 3) здатність виконувати соціальні функції, тобто забезпечувати високі життєві стандарти працівників;
- 4) здатність високопродуктивного використання наявних ресурсів [15].

Поняття конкурентоспроможності безпосередньо пов'язано з терміном «конкурентоспроможність підприємства», який можна трактувати як перевагу товарів (послуг) підприємства над аналогами у конкретних сегментах ринку в певний період часу по потенціалу розробляти, виробляти й продавати конкурентоздатні товари (послуги) у майбутньому (табл. 2).

Таблиця 2

Визначення поняття «конкурентоспроможність підприємства»

Автор	Визначення
Г.Л. Азоєв [1]	Здатність ефективно розпоряджатися власними і позиковими ресурсами в умовах конкурентного ринку. Виробництво і реалізація конкурентоздатних товарів – обов'язкова умова конкурентоспроможності фірми. У ширшому сенсі для забезпечення конкурентоспроможності необхідна систематична робота по всьому виробничо-господарському циклу, що приводить до конкурентних переваг у області НДКР, виробництва, управління, фінансів, маркетингу тощо. Конкурентоспроможність фірми – результат її конкурентних переваг по всьому спектру проблем управління компанією.
А.П. Градов [6]	Конкурентоспроможність підприємства може бути визначена як її порівняльна перевага по відношенню до інших фірм даної галузі всередині країни та за її межами.
І.З. Должанський [6]	Конкурентоспроможність підприємства – це можливість ефективно розпоряджатися власними й позиковими ресурсами в умовах конкурентного ринку.
Н.І. Перцовський [7]	Можливість ведення ефективної господарської діяльності і її практичної прибуткової реалізації в умовах конкурентного ринку. Це узагальнюючий показник життєвої стійкості підприємства, його вміння ефективно використовувати свій фінансовий, виробничий, науково-технічний і трудовий потенціали.
П.С. Зав'ялов, Л.Ш. Лозовський, А.Г. Поршнев, Б.А. Райзберг [9]	Здатність фірми, компанії конкурувати на ринках з виробниками й продавцями аналогічних товарів за допомогою забезпечення більш високої якості, доступних цін, створення зручних умов для покупців, споживачів.
Ю.Б. Іванов [13]	Конкурентоспроможність підприємства – це певна система, що складається з безперервно взаємодіючих факторів і характеризує ступінь реалізації потенційних можливостей підприємства по надбанню та утриманню впродовж тривалого періоду часу конкурентної переваги. Тому під конкурентоспроможністю слід розуміти не тільки ефективність, але і динаміку пристосування підприємства до змінних умов зовнішнього середовища.
М.І. Круглов [17]	Конкурентоспроможність підприємства – система економічних категорій, елементами якої є конкурентоспроможність продукції і фінансова конкурентоспроможність. Це економічна категорія, за допомогою якої виявляється перевага даного виробника, по рівню задоволення споживачів продукцією, з урахуванням ефективності фінансово-господарської діяльності.
Р.А. Фатхутдінов [18]	Конкурентоспроможність підприємства – властивість об'єкта, що характеризується ступенем реального або потенційного задоволення ним конкретної потреби, у порівнянні з аналогічними об'єктами, що є на даному ринку.

Джерело : узагальнено автором на основі вказаних джерел

На основі вищевказаних понять сутності «конкурентоспроможність підприємства» надамо власне визначення цього поняття, а саме: «конкурентоспроможність підприємства – це економічна категорія, за допомогою якої створюються власниками підприємств конкурентні переваги у порівнянні з іншими підприємствами-аналогами, які є конкурентами, для покращення показника життєвої стійкості підприємства, тобто здатність конкурувати на ринках з виробниками й продавцями аналогічних товарів».

На відміну від конкурентоздатності товару, що може мати як коротко-, так і довгостроковий характер, конкурентоздатність підприємства слід оцінювати лише в тривалому періоді. Вона означає наявність важливих відмінностей даного підприємства від підприємств-конкурентів за рівнем ефективності господарської діяльності, формою прояву, тобто здатність пристосовуватися до умов економічної кон'юнктури і задовольняти своїми товарами і послугами попит споживачів.

До найважливіших факторів, що впливають на конкурентоздатність підприємства, відносять: впровадження у виробництво досягнень науки і техніки; зростання обсягів виробництва і місткості ринку; удосконалення системи діючих на підприємстві стимулів до праці; позиції конкуруючих підприємств та інше.

Необхідно також зазначити наступні фактори, що можуть впливати на конкурентоздатність

підприємства: економічний потенціал і ефективність діяльності; рівень управління, виробничий і збутовий потенціали, що вказують на можливості підприємства виробляти та реалізовувати товари у необхідних кількостях у визначений термін; науково-дослідний потенціал: організування та напрями наукових досліджень, щорічні витрати на наукові розробки, кількість патентів на винаходи тощо; фінансовий стан тощо.

Ці фактори можна класифікувати на зовнішні та внутрішні. Зовнішні фактори діють ззовні на підприємство та поділяються на мікро- та макрофактори [5] (рис. 1).

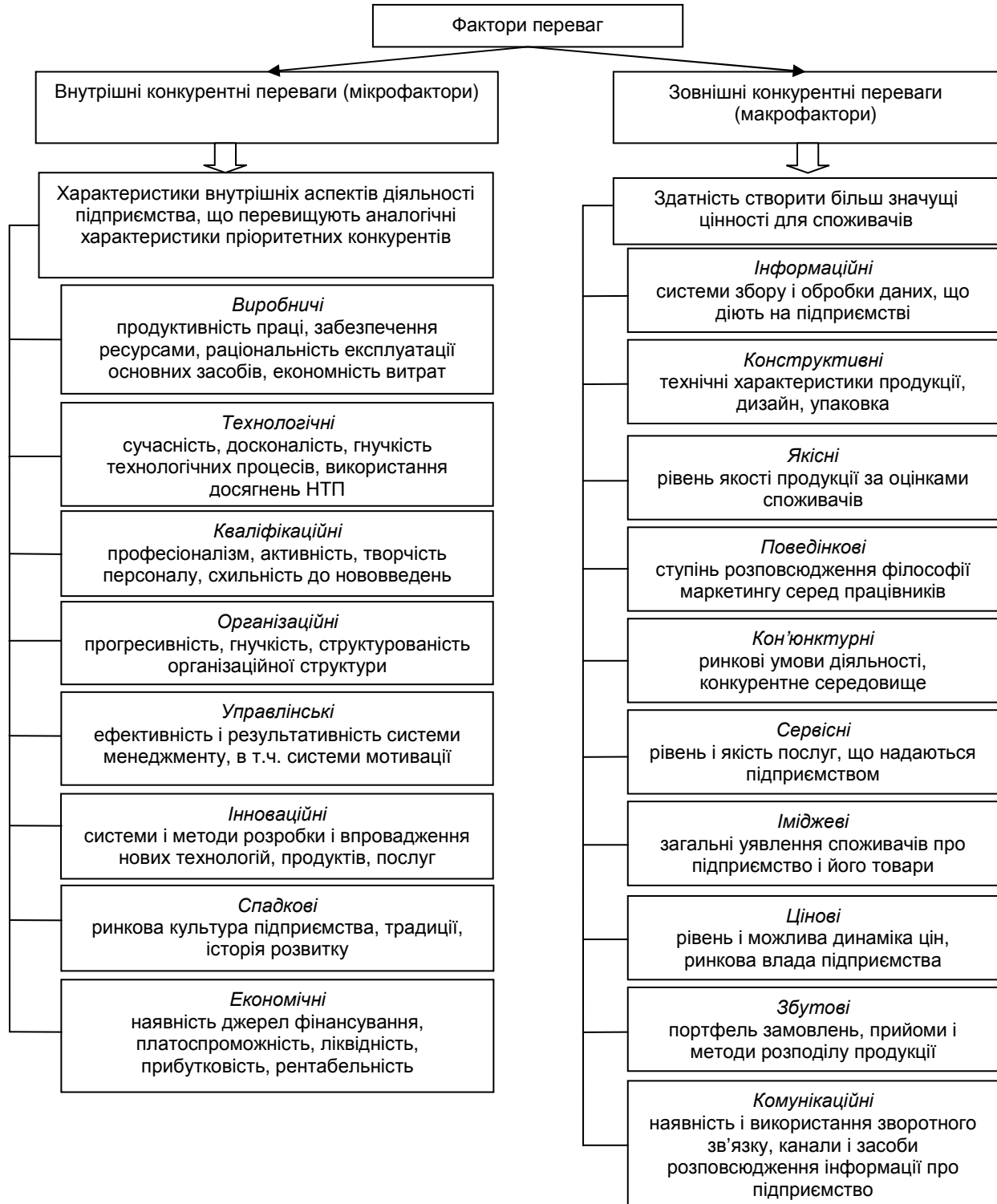


Рис. 1. Фактори переваг управління конкурентоспроможністю підприємства
Джерело : [10]

Виходячи з рис. 1, можна сказати, що зовнішня конкурентна перевага базується на відмінних

якостях товару, що створює цінність для покупця за рахунок зменшення його витрат чи підвищення ефективності його діяльності. Вона збільшує «ринкову силу» підприємства так, що може примусити ринок прийняти більш високу ціну продажу порівняно з конкурентами.

Внутрішня конкурентна перевага – це перевага підприємства стосовно витрат чи управління, яка створює цінність для товаровиробника, дозволяє знизити собівартість більшою мірою, ніж пріоритетний конкурент.

Обидва типи конкурентних переваг мають різне походження і різну природу, а звідси часто бувають несумісні, оскільки вимагають різних підходів, навичок і культури [10].

Крім того, виникають проблеми, пов'язані з оцінкою рівня конкурентоспроможності, за допомогою якої можна оцінити перспективи розвитку з погляду масштабів зростання, стабільності місткості ринку, перспектив технології, норми прибутку, але це проблеми й напями більш масштабного дослідження.

Таким чином, зараз в Україні відбувається посилення конкуренції, внаслідок чого керівники підприємств знаходяться в постійному пошуку нових (адекватних умовам конкуренції) інструментів управління підприємствами і важелів підвищення конкурентоздатності підприємства.

Висновки з проведеного дослідження. Конкурентоспроможність підприємства є рушійною силою та найголовнішою складовою на ринку економіки. Конкуренція проявляється на всіх рівнях економіки – від мікрорівня до світової економічної системи. Економічний успіх суб'єкта ринкової економіки в першу чергу залежить від того, наскільки добре він вивчив ринок, закони конкуренції, її прояви та форми, і наскільки він готовий до конкурентної боротьби.

Отже, підприємство буде конкурентоздатним, якщо будуть конкурентоздатні всі його партнери, оскільки в іншому випадку не можна отримати вчасно якісні сировину та матеріали за найнижчими цінами, забезпечити ефективний збут товарів до закінчення терміну їх реалізації тощо.

Якщо узагальнити висловлювані різних авторів погляди на конкурентоздатність підприємств, то можна зробити висновок, що конкурентоздатними можна вважати ті господарюючі суб'єкти, які ефективно функціонують на ринку та надають споживачу конкурентоздатні товари або послуги. Спостерігаються також точки зору, які згруповані наступним чином:

- по-перше, більшість авторів вважають, що конкурентоспроможність підприємства – це поняття, яке визначається і залежить від конкурентоспроможності товарів;

- по-друге, науковці вважають конкурентоспроможність підприємств як результат їх ефективної господарської діяльності за умов конкурентного ринку;

- по-третє, автори розглядають конкурентоспроможність підприємства як комплексну порівняльну характеристику підприємства, яка відображає ступінь конкурентних переваг його діяльності над іншими підприємствами-конкурентами;

- по-четверте, автори визначають, що конкурентоспроможність підприємств – це підвищення продуктивності використання його ресурсів;

- по-п'яте, автори визначають конкурентоспроможність підприємства як завойовування частки міжнародного конкурентного ринку шляхом зосередження уваги на удосконаленні зовнішньоекономічної діяльності;

- по-шосте, науковці розглядають конкурентоспроможність підприємства як постійне збільшення його вартості (капіталу).

Конкурентоспроможність підприємства нерозривно пов'язана із впровадженням змін, тобто з процесом реструктуризації. Але здійснення змін також має свої особливості. Одноразові, надзвичайні заходи можуть на короткий час поліпшити конкурентоспроможність підприємства, але по-справжньому успішна реструктуризація є довготривалим процесом.

Таким чином, в сучасних умовах господарювання високий рівень конкурентоспроможності підприємств залежить насамперед від високого рівня конкурентоспроможності продукції. Конкурентоспроможність підприємства досягається за рахунок створення конкурентних переваг у порівнянні з іншими підприємствами-конкурентами, тобто за рахунок тих самих методів, що й конкурентоспроможність продукції, зважаючи на те, що ці поняття нерозривні між собою.

Бібліографічний список

1. Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика / Г.Л. Азоев. – М. : Центр экономики и маркетинга, 2006. – 208 с.
2. Богацька Н.М. Конкурентоздатність підприємства: суть та значення / Н.М. Богацька, І.О. Путь [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <http://www.rusnauka.com/>
3. Богацкая Н.М. Организация предпринимательской деятельности : [учебник] / Н.М. Богацкая, Д.И. Валигурский. – М. : Дашков и Ко, 2005. – 737 с.
4. Введенский Б.А. Энциклопедический словарь. В 3-х томах. Т. 3 / Б.А. Введенский. – М. : Государственное научное издательство «БСЭ», 1954. – 2182 с.
5. Дейнега О.В. Методологічні аспекти оцінювання конкурентоздатності підприємств / О.В. Дейнега [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ena.lp.edu.ua/>

6. Должанський І.З. Конкуреноспроможність підприємства : [навч. посібник] / І.З. Должанський, Т.О. Загорна. – К. : Центр навчальної літератури, 2006. – 384 с.
7. Друкер П. Менеджмент / П. Друкер, А. Джозеф. – М. : Издательский дом «Вильямс», 2010. – 704 с.
8. Дьяченко А.В. Основы теории трансформационной экономики : [учебное пособие] / А.В. Дьяченко. – Волгоград : Издательство ВолГУ, 2001. – 120 с.
9. Зламанюк Т.В. Методологічні засади оцінки конкурентоспроможності підприємства / Т.В. Зламанюк // Економічний вісник Донбасу. – 2009. – № 4 (18). – С. 158-162.
10. Ламбен Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок: Стратегический и операционный маркетинг / Ж.-Ж. Ламбен; [пер. с англ.]. – СПб. : Питер, 2004. – 796 с.
11. Мигранян А.А. Конкуреноспособность и структурная перестройка экономической системы государства в условиях трансформации экономики / А.А. Мигранян [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://bali.ostu.ru/>
12. Ожегов С.И. Толковый словарь русского языка / С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова. – М. : Издательство «Азъ», 1989. – 736 с.
13. Павлов В.А. Конкуреноспроможність підприємства: оцінка та стратегія забезпечення : [монографія]. – Д. : Вид-во «ДУЕП», 2006. – 276 с.
14. Портер М. Конкуренция / М. Портер ; [пер. с англ.]. – М. : Издательский дом «Вильямс», 2005. – 608 с.
15. Похильченко О.А. Конкуреносдатність: ознаки та чинники формування / О.А. Похильченко, Є.В. Крикавський // Вісник Хмельницького національного університету. – 2009. – № 5. – Т. 3. – С. 267-270.
16. Тарнавська Н.П. Нові погляди на сутність конкурентоспроможності підприємств / Н.П. Тарнавська // Формування ринкових відносин в Україні. – 2010. – № 12. – С. 57-66.
17. Фатхутдинов Р.А. Конкуреноспособность: экономика, стратегия, управление / Р.А. Фатхутдинов. – М. : ИНФРА, 2000. – 312 с.
18. Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организации : [учебник] / Р.А. Фатхутдинов. – [2-е изд., испр. и доп.]. – М. : Изд-во «Эксмо», 2005. – 544 с.
19. Шевченко М.Н. Особливості управління конкурентоспроможністю торговельного підприємства / М.Н. Шевченко, І.В. Турчінова [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.nbuuv.gov.ua/>

References

1. Azoev, G.L. (2006), *Konkurentsia: analiz, strategii i praktika* [Competition: analysis, strategy and practice], Tsentr ekonomiki i marketinga, Moscow, Russia, 208 p.
2. Bohatska, N.M. and Put, I.O. (2012), "Competitiveness of enterprise: essence and value", available at: <http://www.rusnauka.com/> (access date December 15, 2015).
3. Bogatskaia, N.M. and Valigurskiy, D.I. (2005), *Organizatsiia predprinimatelskoy deiatelnosti* [Organization of entrepreneurial activity], textbook, Dashkov i Ko, Moscow, Russia, 737 p.
4. Vvedenskiy, B.A. (1954), *Entsiklopedicheskiy slovar. V 3-kh tomakh. T. 3* [Encyclopaedic dictionary. In 3th volumes. T. 3], Gosudarstvennoe nauchnoe izdatelstvo "BSE", 2182 p.
5. Deineha, O.V. (2008), "Methodological aspects of assessing the competitiveness of enterprises", available at: <http://ena.lp.edu.ua/> (access date December 15, 2015).
6. Dolzhanskiy, I.Z. and Zahorna, T.O. (2006), *Konkurentospromozhnist pidpriemstva* [Competitiveness of the enterprise], tutorial, Tsentr navchalnoi literatury, Kyiv, Ukraine, 384 p.
7. Druker, P. and Dzhozef, A. (2010), *Menedzhment* [Management], Izdatelskiy dom "Viliams", Moscow, Russia, 704 p.
8. Diachenko, A.V. (2001), *Osnovy teorii transformatsionnoy ekonomiki* [Fundamentals of the theory of transformational economy], tutorial, Izdatelstvo VolGU, Volgograd, Russia, 120 p.
9. Zlamaniuk, T.V. (2009), "Methodological bases of assessment of enterprise competitiveness", *Ekonomichniy visnyk Donbasu*, no. 4 (18), pp. 158-162.
10. Lamben, Zh.-Zh. (2008), *Menedzhment, orientirovanny na rynek: Strategicheskii i operatsionnyy marketing* [Management market-oriented: Strategic and operational marketing], Piter, S.-Peterburg, Russia, 796 p.
11. Migranian, A.A. (2011), "The competitiveness and restructuring of the economic system of the state in the transformation of the economy", available at: <http://bali.ostu.ru/> (access date December 17, 2015).
12. Ozhegov, S.I. and Shvedova, N.Yu. (1989), *Tolkovyy slovar russkogo yazyka* [Explanatory dictionary of the Russian language], Izdatelstvo "Az", Moscow, Russia, 736 p.
13. Pavlov, V.A. (2006), *Konkurentospromozhnist pidpriemstva: otsinka ta stratehiia zabezpechennia* [Competitiveness: assessment and strategy software], monograph, Vyd-vo "DUPE", Donetsk, Ukraine, 276 p.
14. Porter, M. (2005), *Konkurentsia* [Competition], Izdatelskiy dom "Viliams", Moscow, Russia, 608 p.

15. Pokhylchenko, O.A. and Krykavskiy, Ye.V. (2009), "Competitiveness: the characteristics and factors of formation", *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu*, no. 5, Vol. 3, pp. 267-270.

16. Tarnavska, N.P. (2010), "New views on the essence of competitiveness of enterprises", *Formuvannia runkovykh vidnosyn v Ukraini*, no. 12, pp. 57-66.

17. Fatkhutdinov, R.A. (2000), *Konkurentosposobnost: ekonomika, strategiia, upravlenie* [Competitiveness: Economics, strategy, management], INFRA, Moscow, Russia, 312 p.

18. Fatkhutdinov, R.A. (2005), *Upravlenie konkurentosposobnosti organizatsii* [Management of competitiveness of the organization], textbook, Izd-vo "Eksmo", Moscow, Russia, 544 p.

19. Shevchenko, M.N. and Turchinova, I.V. (2007), "Features of management of competitiveness of trade enterprise", available at: <http://www.nbu.gov.ua/> (access date December 18, 2015).

Дашко І.М. КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА: ЗАГАЛЬНІ РИСИ ТА ВІДМІННОСТІ

Мета – на основі порівняльного аналізу існуючих теоретичних положень та узагальнення підходів до трактування сутності поняття конкурентоспроможності підприємства розробити нове визначення цього поняття, яке буде відповідати зовнішньому конкурентному середовищу.

Методика дослідження. В процесі дослідження використовувалися такі методи, як: аналіз і синтез (для вивчення та дослідження особливостей поняття конкурентоспроможності підприємства), діалектичний та абстрактно-логічний (для теоретичного узагальнення та формулювання висновків).

Результати дослідження. Розглянуто поняття «конкурентоспроможність» і на основі різних підходів до визначення цього поняття проаналізовано порівняльний і часовий (динамічний) характер цього показника, що дозволяє виділити характерні риси, які притаманні конкурентоспроможним суб'єктам. Визначено, що поняття конкурентоспроможності безпосередньо пов'язано з терміном «конкурентоспроможність підприємства», який можна трактувати як перевагу товарів (послуг) підприємства над аналогами у конкретних сегментах ринку. Обґрунтовано основні теоретичні підходи до розуміння поняття конкурентоспроможності підприємства, з'ясовано загальні риси та відмінності, обґрунтовано їх роль в сучасній економіці та запропоновано нове визначення поняття «конкурентоспроможність підприємства». Визначені пріоритетні напрями підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Наукова новизна результатів дослідження полягає в узагальненні основних теоретичних підходів до поняття «конкурентоспроможність підприємства» та пропонуванні власного визначення цього поняття: конкурентоспроможність підприємства – це економічна категорія, за допомогою якої створюються власниками підприємств конкурентні переваги у порівнянні з іншими підприємствами-аналогами, які є конкурентами, для покращення показника життєвої стійкості підприємства, тобто здатність конкурувати на ринках з виробниками й продавцями аналогічних товарів.

Практична значущість полягає в тому, що окремі положення та висновки статті можуть бути використані у навчальному процесі при викладанні таких дисциплін, як: «Менеджмент організацій», «Менеджмент підприємства у виробничій сфері», «Менеджмент міжнародної конкурентоспроможності», «Стратегічне управління», «Регіональна економіка» тощо.

Ключові слова: конкурентоспроможність, конкурентні переваги, конкуренція, збут, ринок, товар.

Dashko I.M. COMPETITIVENESS AND ENTERPRISE COMPETITIVENESS: SIMILARITIES AND DIFFERENCES

Purpose based on a comparative analysis of the existing theoretical propositions and generalizations of approaches to the interpretation of the essence of the concept of competitiveness of enterprises, to develop a new definition, which will match the external competitive environment.

Methodology of research. In the course of research were used such methods as: analysis and synthesis (for the study and research of the concept of competitiveness of the enterprise), dialectical and abstract-logical (theoretical synthesis and formulation of conclusions).

Findings. The notion of "competitiveness" and based on different approaches to the definition of the concept of comparative analyzes and time (dynamic) nature of this indicator, which allows you to select the characteristics that are inherent competitive entities. Determined that the concept of competitiveness is directly related with the term "competitiveness of enterprise", which can be interpreted as an advantage goods (services) company counterparts on specific market segments. The basic theoretical approaches to understanding the concept of enterprise competitiveness, defines common features and differences, grounded their role in the modern economy and proposed a new definition of "competitiveness". Priority directions of improving competitiveness of enterprise.

Originality the results of the study is a synthesis of the main theoretical approaches to the concept of "competitiveness" and offering his own definition of the term: competitiveness – is an economic category by which created business owners a competitive advantage over other companies-analogues that are competitors, to improve the viability of life index, the ability to compete with the producers and sellers of similar goods.

Practical value is that some provisions and conclusions of the article can be used in the educational process in teaching such subjects as: "Management", "Management of enterprises in the manufacturing sector", "Management of international competitiveness", "Strategic Management", "Regional economy" and so on.

Key words: competitiveness, competitive advantages, competition, sales, market, product.

Дашко І.Н. КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ: ОБЩИЕ ЧЕРТЫ И РАЗЛИЧИЯ

Цель – на основе сравнительного анализа имеющихся теоретических положений и обобщения подходов к трактовке сущности понятия конкурентоспособности предприятия, разработать новое определение, которое будет соответствовать внешней конкурентной среды.

Методика исследования. В процессе исследования использовались такие методы, как: анализ и синтез

(для изучения и исследования особенностей понятия конкурентоспособности предприятия), диалектический и абстрактно-логический (для теоретического обобщения и формулировки выводов).

Результаты исследования. Рассмотрено понятие «конкурентоспособность» и на основе различных подходов к определению этого понятия проанализированы сравнительный и часовой (динамический) характер этого показателя, что позволяет выделить характерные черты, присущие конкурентоспособным субъектам. Определено, что понятие конкурентоспособности непосредственно связано с термином «конкурентоспособность предприятия», который можно трактовать как преимущество товаров (услуг) предприятия над аналогами в конкретных сегментах рынка. Обоснованы основные теоретические подходы к пониманию понятия конкурентоспособности предприятия, выяснено общие черты и различия, обоснованно их роль в современной экономике и предложено новое определение понятия «конкурентоспособность предприятия». Определены приоритетные направления повышения конкурентоспособности предприятия.

Научная новизна результатов исследования заключается в обобщении основных теоретических подходов к понятию «конкурентоспособность предприятия» и предложении собственного определения этого понятия: конкурентоспособность предприятия – это экономическая категория, с помощью которой создаются собственниками предприятий конкурентные преимущества по сравнению с другими предприятиями-аналогами, которые являются конкурентами, для улучшения показателя жизненной устойчивости предприятия, то есть способность конкурировать на рынках с производителями и продавцами аналогичных товаров.

Практическая значимость заключается в том, что отдельные положения и выводы статьи могут быть использованы в учебном процессе при преподавании таких дисциплин, как: «Менеджмент организаций», «Менеджмент предприятия в производственной сфере», «Менеджмент международной конкурентоспособности», «Стратегическое управление», «Региональная экономика» и др.

Ключевые слова: конкурентоспособность, конкурентные преимущества, конкуренция, сбыт, рынок, товар.