

РЕТРОСПЕКТИВА РОЗВИТКУ ПОНЯТТЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ RETROSPECTIVE FOR DEVELOPMENT CONCEPT OF COMPETITIVENESS

УДК 339.137.2

Угоднікова О.І.

к.е.н., старший викладач
Харківський національний університет
міського господарства
імені О.М. Бекетова

Цигенко А.Ю.

аспірант
Харківський національний університет
міського господарства
імені О.М. Бекетова

Olena Uhodnikova

O.M. Beketov National University of Urban
Economy in Kharkiv

Anna Tsyhenko

O.M. Beketov National University of Urban
Economy in Kharkiv

У статті підкреслена роль підтримки високого рівня конкурентоспроможності підприємств для розвитку національного господарства. Досліджено ретроспективу виникнення сутності поняття конкурентоспроможності. Розглянуто різні підходи до визначення категорії «конкурентоспроможність» та згруповано поняття у п'ять груп за певними характеристиками. Визначено шість основних властивостей конкурентоспроможності будівельних підприємств: адресна, системна, часова, порівняльна, унікальна, потенційна. Широкий спектр властивостей, притаманний категорії конкурентоспроможності, визначає її складну структуру. Аналіз досліджень показав відсутність єдиної думки наукової спільноти стосовно розуміння поняття конкурентоспроможності підприємства, що пов'язано з різними підходами до визначення категорії, процесами постійного удосконалення категорії, та виявив необхідність подальшого вивчення процесів теоретико-методичних підходів.

Ключові слова: конкурентоспроможність, прибуток, конкурентна перевага, ринок, конкуренція.

В статті підкреснена роль підтримки високого рівня конкурентоспроможності підприємств для розвитку національного господарства, в зв'язі з цим виникла необхідність дослідити ретроспективу виникнення сутності поняття конкурентоспроможності. Рассмотрены различные подходы к определению этой категории и сгруппировано их в пять групп по определенным характеристикам. Определены шесть основных свойств конкурентоспособности строительных предприятий: адресная, системная, временная, сравнительная, уникальная, потенциальная. Широкий спектр свойств, присущий категории конкурентоспособности, определяет ее сложную структуру. Анализ исследований показал отсутствие единого мнения научного сообщества относительно понимания понятия конкурентоспособности предприятия, что связано с различными подходами к определению категории, процессами постоянного совершенствования категории и выявил необходимость дальнейшего изучения процессов теоретико-методических подходов.

Ключевые слова: конкурентоспособность, прибыль, конкурентное преимущество, рынок, конкуренция.

The article emphasizes the role of maintaining a high level of competitiveness of enterprises for the development of the national economy, as well as the necessity of retrospective study of the emergence of the essence of the concept of "competitiveness". The notion of competitiveness is a multifaceted concept that is widely used in the theory and practice of economic science. The analysis of the economic category of competitiveness is relevant both at the microeconomic level for subjects of entrepreneurial activity of different scales, and at the meso- and macroeconomic levels. Different approaches to the definition of the category "competitiveness" are considered, and the concept is grouped into five main groups, outlining the main characteristics of each approach. The analysis of theoretical and methodological approaches to the definition of the concept of competitiveness allowed to identify the main properties of this concept, taking into account the specifics of the construction industry, namely: address, system, time, comparative, unique, potential. Consequently, the properties of competitiveness have a direct impact on the implementation of the processes of management of construction companies. A wide range of properties, inherent in the category of competitiveness, determines its complex structure. The analysis of the research showed the lack of a united scientific opinion regarding the understanding of the concept of competitiveness of the enterprise due to different approaches to the definition, for example, the identification of the concepts of competitiveness of enterprises and products, the competitiveness scaling, the emphasis on a certain characteristic of competitiveness, with the interval of time in which the research was carried out. Consequently, it is possible to define as one of the main characteristics of the theoretical definition of the concept of competitiveness - compliance with urgent practical requirements of time, which determines the processes of continuous improvement of the category and the relevance of further processes of theoretical and methodological analysis.

Key words: competitiveness, profit, competitive advantage, market, competition.

Постановка проблеми. У сучасних економічних умовах однією з головних складових частин ефективної діяльності суб'єктів господарювання на внутрішніх і міжнародних ринках є підтримка високого рівня конкурентоспроможності, яка сприяє не тільки отриманню запланованої норми прибутку, а й виявленню потенційних можливостей підприємства до подальшого розвитку. Тому аналіз економічної категорії конкурентоспроможності має актуальність як на мікроекономічному рівні для суб'єктів підприємницької діяльності різних масштабів, так і на мезо- та макроекономічному рівнях.

Розвиток конкурентного середовища сприяє прогресу підприємництва, де основна увага приділяється конкурентоспроможності, новим технологіям, інноваціям тощо. Тому для забезпечення конкурентоспроможності підприємства необхідно проводити постійний аналіз кон'юнктури ринку

з урахуванням функціонування підприємств-конкурентів та використовувати нові технології та інноваційні підходи у господарській діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанню конкурентоспроможності в економічній теорії присвячено багато наукових праць як вітчизняних, так і зарубіжних учених. Зокрема, цій проблематиці присвячені праці таких учених, як А. Сміт, Д. Рікардо, М. Портер, А. Маршал, І. Ансофф, Г.Л. Азоев, Р.А. Фатхутдінов, І.З. Должанський, Т.О. Загорна, Г.М. Скудар, Н.І. Перцовський та ін. Однак, незважаючи на значні теоретичні здобутки з питань забезпечення конкурентоспроможності підприємств, досі немає загальноприйнятого термінологічного тлумачення цього поняття, оскільки воно є комплексним і багатограним та постійно розвивається.

Постановка завдання. Метою дослідження є акумулювання теоретичних поглядів провідних

учених щодо сутності поняття «конкурентоспроможність підприємства» як економічної категорії, їх групування та виявлення основних властивостей цієї категорії.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Поняття «конкурентоспроможність» є багатоаспектним поняттям, яке широко використовується в теорії та практиці економічної науки. Науковці, які досліджували питання конкурентоспроможності, пропонували у проведених дослідженнях власне бачення та оригінальне трактування категорії конкурентоспроможності. Відмінності у трактуванні категорії конкурентоспроможності пов'язані з масштабами вивчення категорії, специфіки ринку, проміжку часу, в якому вивчався показник, та з іншими факторами, які впливали на систематизацію матеріалу та формування підходів до теоретичного описання категорії.

Аналіз наукових досліджень і літературних джерел свідчить про те, що одним із перших поняття конкурентної боротьби було досліджено представником класичної школи політичної економіки Адамом Смітом ще у середині XVIII сторіччя. У книзі «Багатство народів» Дослідження про природу та причини добробуту нації» (1776 рік) автор пояснює суть конкуренції як суперництва, яке, урівнюючи норми прибутку, приводить до оптимального розподілу праці і капіталу. А. Сміт стверджував, що ціни підвищуються за умови скорочення пропозиції, а зменшуються у разі надлишку пропозиції, тому конкуренція є фактором розвитку країни загалом [1].

Давид Рікардо продовжив розвиток дослідження А. Сміта щодо впливу конкуренції на ціноутворення, побудувавши більш комплексну теоретичну модель досконалої конкуренції, та описав систему її роботи в довгостроковій перспективі [2].

Майкл Портер присвятив увагу вивченню поняття конкурентних переваг, якому відводиться ключова роль у його книзі «Міжнародна конкуренція», а саме поняття конкуренції автор відзначає як невпинний, динамічний та безперервно мінливий процес [3].

Розвиток економічної системи країн Західної Європи та США у XIX столітті супроводжувався активізацією процесів централізації, тому вільне цінове регулювання було вибрано як центральна категорія представниками неокласичної школи політекономії. А. Маршал у своїх дослідженнях на основі постулатів класичної школи економіки обґрунтував механізм автоматичного встановлення рівноваги на ринку за допомогою досконалої (чистої) конкуренції і дії законів граничної корисності та граничної продуктивності.

З кінця XIX до середини XX ст. за рахунок змін товаровідносин на більшості ринків світу модель досконалої конкуренції піддавалася критиці більшістю економістів того часу, таких як Й. Шумпетер, Ф.А. Хайек, Дж.М. Кейнс, П. Сраффі, Дж. Робінсон та Е. Чемберлен. Представники неокласичної

школи та неолібералістичного напрямку довели нереалістичність теорії досконалої конкуренції, створили теорію «недосконалої конкуренції» та теорію «монополістичної конкуренції», розробили класифікацію ринкових структур.

Кінець XX століття став періодом формування нової теорії конкуренції, що передбачає осмислення як конкуренції, так і монополії. Особливу увагу представники цієї теорії приділяли впливу процесів глобалізації на конкуренцію окремих підприємств, сформувалося уявлення про конкуренцію держав та національну конкурентоспроможність, починає розвиватися теорія стратегічних альянсів.

Сучасні науковці, що досліджують конкуренцію, використовують багатий теоретичний і практичний досвід під час вивчення і подальшого розвитку методології конкуренції.

Г.М. Скудар стверджує, що конкурентоспроможність – це багатогранна економічна категорія, яка може розглядатися на рівні товару, товаровиробника, галузі, країни. Автор пояснює те, що конкурентоспроможність зумовлена економічними, соціальними та політичними факторами позиції країни або товаровиробника на внутрішньому та зовнішньому ринках [4, с. 31].

На думку Г.Л. Азоева, конкурентоспроможність – це здатність ефективно розпоряджатися власними і позиковими ресурсами в умовах конкурентного ринку. Виробництво і реалізація конкурентоздатних товарів – обов'язкова умова конкурентоспроможності фірми, оскільки виступає результатом її конкурентних переваг за усім спектром проблем управління компанією [5]. Як бачимо, автор опирається лише на фінансовий складник конкурентоспроможності, усі інші елементи виступають лише похідною від неї, а тому, на наш погляд, концепція не повно розкриває поняття конкурентоспроможності.

Р.А. Фатхутдінов в основу конкурентоспроможності поклав властивість об'єкта, що характеризується ступенем реального або потенційного задоволення ним конкретної потреби порівняно з аналогічними об'єктами, які представлені на цьому ринку. Автор зазначає, що конкурентоспроможність підприємства – це його здатність виробляти конкурентоспроможну продукцію [6].

А. Маренич та І. Астахова трактують конкурентоспроможність як комплексну характеристику функціонування підприємств, яка базується на аналізі різних аспектів виробничо-господарської діяльності (виробничий потенціал, трудові ресурси, забезпеченість матеріалами, фінансові результати діяльності та ін.) і дає змогу визначити «сильні сторони» підприємств у конкурентній боротьбі, знайти способи досягнення переваг над конкурентами [7, с. 23]. Автори беруть за основу лише виробничо-господарську діяльність підприємства, не враховуючи інших сфер, які також мають вагомий вплив на конкурентоспроможність підприємства.

М.І. Перцовський вважає що, конкурентоспроможність підприємства – це можливість проведення ефективної господарської діяльності та її практичної прибуткової реалізації в умовах конкурентного ринку. Це узагальнювальний показник життєвої стійкості підприємства, його вміння ефективно використовувати свій фінансовий, виробничий, науково-технічний і трудовий потенціали [8].

В.Г. Шинкаренко і А.С. Бондаренко визначають, що конкурентоспроможність суб'єктів господарювання – це динамічна характеристика здібності підприємства адаптуватися до змін зовнішнього середовища і забезпечувати при цьому визначений рівень конкурентних переваг [9, с. 14].

На думку П.Ю. Беленького [10, с. 10], конкурентоспроможність підприємства є показником узагальнюючим, який відображає ефективність усього комплексу механізмів господарювання, і до дослідження проблем його забезпечення потрібно підходити комплексно з урахуванням усіх факторів і механізмів. Твердження автора має найбільш загальний та всеохоплюючий характер, проте доцільно розглянути можливість проведення його подальшої деталізації.

Проаналізувавши низку визначень поняття «конкурентоспроможність», ми згрупували їх у 5 основних груп та зазначили основні характеристики кожного з підходів у таблиці, наведеній нижче (таблиця 1).

Аналіз теоретико-методичних підходів до визначення поняття конкурентоспроможності дає змогу виявити основні властивості цього поняття

з урахуванням специфіки будівельної галузі, які зображено на рисунку 1.

Порівняльна властивість означає, що конкурентоспроможність не є явищем, притаманним певному об'єкту, вона не впливає з його внутрішньої природи, а проявляється тільки за умов порівняння цього об'єкта з іншими, її можна оцінити порівнянням найбільш суттєвих показників діяльності підприємств однієї галузі, а результатом цього порівняння є визначення рівня конкурентоспроможності [11].

Часова властивість означає, що досягнутий в окремий проміжок часу рівень конкурентоспроможності підприємства не може розглядатися як довгострокова характеристика його ринкової позиції незалежно від ефективності діяльності, рішучі та активні дії суперників можуть привести до втрати досягнутої позиції та зниження рівня конкурентоспроможності [11].

Потенційна властивість передбачає виявлення потенціалу власних виробничих, технологічних, кваліфікаційних переваг перед конкурентом та застосування їх для покращення якості та привабливості продукції.

Унікальна властивість формує конкурентну перевагу підприємства за рахунок унікальної продукції, додаткового спектру послуг, оригінальної технології виробництва, ресурсоефективності продукції та інших чинників.

Системна властивість передбачає аналіз максимального обсягу чинників та умов, що формують конкурентоспроможність підприємства, а також взаємозв'язки між ними та взаємовпливи.

Таблиця 1

Характеристика підходів до визначення поняття конкурентоспроможності

Підхід	Автори	Характеристика
аналоговий	Фатхутдінов Р.А. [6]; «European managementforum»; Градов А.П.; Скударь Г.М. [4]; Мескон М.Х., Альберт М., Хедоурі Ф.; Василенко В.О.; Стівенсон В.; Портер М. [3]; Ермолов М.О.; Васильєва З.А	Реальна або потенційна можливість підприємства проектувати, виробляти та збувати за наявних умов товари за рахунок своїх компетентностей, привабливіших, ніж у конкурентів.
комплексний	Астахова А., Маренич А. [7]; Енциклопедія бізнесмена, менеджера, економіста; Шершеньова З.Є., Оборська С.В.; Немцов В.Д.; Качалина Л.Н.; Яновський А.; Калашникова Л.М.; Беленький П.Ю. [10].	комплексна порівняльна характеристика підприємства, яка відображає дієвість усього комплексу механізмів господарювання, і до дослідження проблем його забезпечення потрібно підходити комплексно з урахуванням усіх факторів і механізмів, що дають змогу визначити сильні сторони підприємства у конкурентній боротьбі та знайти способи досягнення переваг перед конкурентами
прибутковий	Хруцький В.Є., Корнєєва І.В.; Покропивний С.Ф.; Канінський П.К.; Азоєв Г.Л. [5];	здатність успішно діяти на конкурентному ринку, здійснювати ефективну господарську діяльність та отримання певної норми прибутку за рахунок задоволення сукупних вимог споживача
системний	Іванов Ю.Б.; Круглов М.І.; Бондаренко А.Л.; Бланк І.А.; Перцовський М.І. [8];	система, що складається з безперервно взаємодіючих факторів і характеризує ступінь реалізації потенційних можливостей підприємства та впливають на результати суперництва з іншими підприємствами на споживчому ринку
якісний	Зав'ялов П.С., Лозовський Л.Ш., Поршнев А.Г., Райзберг Б.А.; Кіперман Г.Я.; Скударь Г.М. [4];	здатність компанії за рахунок більш високої якості продукції, доступних цін, привабливості для споживача протидіяти на ринку іншим виробникам

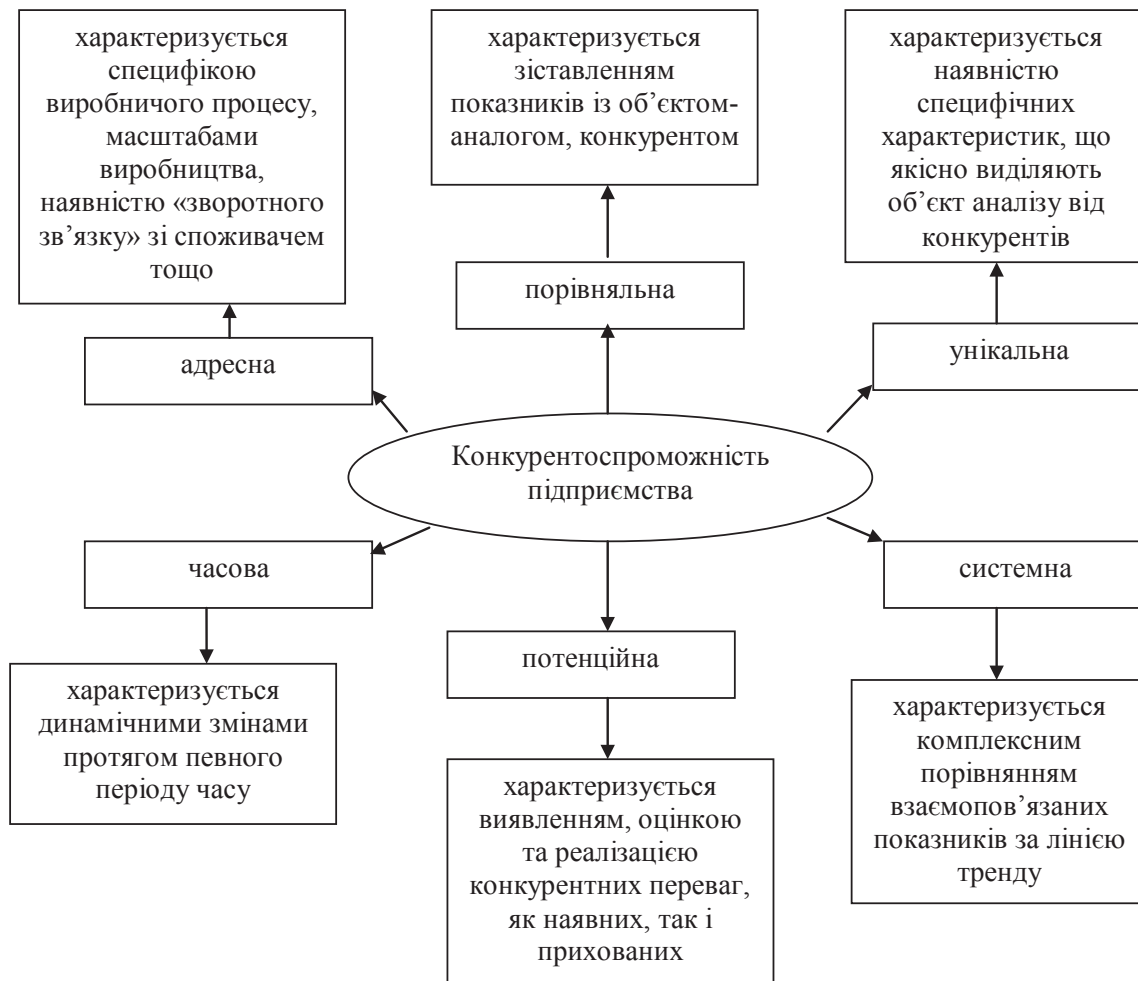


Рис. 1. Властивості конкурентоспроможності будівельних підприємств

Адресна властивість означає, що наявний рівень конкурентоспроможності завжди визначається вектором спрямованості діяльності підприємства на споживача, зворотним зв'язком із ним, ступенем його задоволеності товаром або наданою послугою.

Таким чином, у результаті проведеного аналізу визначено основні властивості конкурентоспроможності, що здійснює безпосередній вплив на реалізацію процесів управління будівельними підприємствами.

Висновки з проведеного дослідження. Аналіз досліджень показав відсутність єдиної думки наукової спільноти стосовно розуміння поняття конкурентоспроможності підприємства, що пов'язано з різними підходами до визначення, наприклад, ототожненням понять конкурентоспроможності підприємств і продукції, масштабуванням конкурентоспроможності, акцентом на певну характеристику конкурентоспроможності, з проміжком часу, в якому здійснювалося дослідження. Отже, можна визначити як одну з основних характеристик теоретичного визначення поняття конкурентоспроможності відповідність нагальним практичним вимогам часу, що визна-

чає процеси постійного удосконалення категорії та актуальність подальших процесів теоретико-методичного аналізу.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. Книга IV. Москва : ЭКСМО, 2007. 960 с.
2. Рикардо Д. Начало политической экономии и налогового обложения / перевод под редакцией М.Н. Смит. Москва : Политиздат. 1955. 539 с.
3. Портер М. Международная конкуренция. Конкурентные преимущества стран / пер. с англ. под ред. и с предисл. В.Д. Щетинина. Москва : Международные отношения, 1993. 896 с.
4. Скударь Г.М. Управление конкурентоспособностью крупного акционерного общества: проблемы и решения. Краматорск : Наук. думка, 1999. 496 с.
5. Азоев Г.Л., Челенков А.П. Конкурентные преимущества фирмы. Москва : Новости, 2006. 267 с.
6. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент. Москва : Маркетинг, 2002. 892 с.
7. Маренич А., Астахова И. Управление конкурентоспособностью предприятия. *Бизнес-Информ*. 1996. № 5. С. 23-27.

8. Международный маркетинг: учеб. пособие / Перцовский Н.И. и др. ; под ред. Н.И. Перцовского. Москва: Высшая школа, 2001. 239 с.

9. Шинкаренко В.Г., Бондаренко А.С. Управление конкурентоспособностью предприятия : монография / Харьков : Изд-во ХНАДУ, 2003. 186 с.

10. Бельенький П.Ю. Дослідження проблем конкурентоспроможності. *Вісник НАН України*. 2007. № 5. С. 9-18.

11. Мануйлович Ю.М. Дослідження сутності та трактування поняття конкурентоспроможності підприємства. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. Суми : ВТД «Університетська книга». 2013. № 4. С. 274-282.

12. Головка-Марченко І.С. Сучасні підходи до розуміння сутності поняття «конкурентоспроможність підприємства». *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2013. № 43. С. 67-73.

13. Александров І. О. Еволюція дефініції конкурентоспроможності продукції. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2010. № 2. С. 89-99. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mimi_2010_2_12 (дата звернення: 2.04.2019).

14. Бечко П.К., Голобородько Я.О. Теоретичні засади сутності економічних категорій «конкуренція» і «конкурентоспроможність». *Ефективна економіка*. № 7. 2015. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4191> (дата звернення: 2.04.2019).

15. Клименко І. М. Генезис сутності та трактування поняття конкурентоспроможності підприємства. *Економічний вісник університету*. 2016. № 31 (1). С. 143-150. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecvu_2016_31%281%29__23 (дата звернення: 21.04.2019).

REFERENCES:

1. Smit A. (2007) *Issledovanie o prirode i prichinakh bogatstva narodov. Kniga IV* [Study on the nature and causes of wealth of peoples. Book IV]. Moscow : EKSMO. (in Russian).

2. Rikardo D. (1955) *Nachalo politicheskoy ekonomii i nalogovogo oblozheniya* [The beginning of political economy and taxation]. Moscow : Politizdat. (in Russian).

3. Porter M. (1993) *Mezhdunarodnaya konkurenciya. Konkurentnye preimushchestva stran* [International competition. Competitive advantages of countries]. Moscow : Mezhdunarodnye otnosheniya. (in Russian).

4. Skudar' G. M. (1999) *Upravlenie konkurentosposobnost'yu krupnogo aktsionernogo obshchestva: problemy i resheniya* [Management of the competitiveness of a large joint-stock company: problems and solutions]. Kramatorsk : Nauk. Dumka. (in Russian).

5. Azoev G.L., Chelenkov A.P. (2006) *Konkurentnye preimushchestva firmy* [Competitive advantages of the firm]. Moscow : Novosti. (in Russian).

6. Fatkhutdinov R.A. (2002) *Konkurentosposobnost' organizatsii v usloviyakh krizisa: ekonomika, mar-*

keting, menedzhment [Competitiveness of organization in the conditions of crisis: economy, marketing, management.]. Moskva : Marketing. (in Russian).

7. Marenich A., Astakhova I. (1996) *Upravlenie konkurentosposobnost'yu predpriyatiya* [Management of the competitiveness of the enterprise]. *Business-Infom*. no. 5. pp. 23-27.

8. Pertsovskiy N.I. (2001) *Mezhdunarodnyy marketing: ucheb. Posobie* [International marketing]. Moscow: Vysshaya shkola. (in Russian).

9. Shinkarenko V.G., Bondarenko A.S. (2003) *Upravlenie konkurentosposobnost'yu predpriyatiya : monografiya* [Management of the Competitiveness of the Enterprise]. / Kharkiv : Izd-vo KhNADU. (in Russian).

10. Bjeljenkyj P.Ju. (2007) *Doslidzhennja problem konkurentospromozhnosti* [Investigation of competitiveness issues]. *Bulletin of the National Academy of Sciences of Ukraine*, no. 5. pp. 9-18.

11. Manujlovych Ju.M. (2013) *Doslidzhennja sutnosti ta traktuvannja ponjattja konkurentospromozhnosti pidpryemstva* [Investigation of the essence and interpretation of the notion of enterprise competitiveness]. *Marketing and Innovation Management. Sumy: VTD «University Book»*, no. 4. pp. 274-282.

12. Gholovko-Marchenko I.S. (2013) *Suchasni pidkhody do rozuminnja sutnosti ponjattja «konkurentospromozhnistj pidpryemstva»* [Modern approaches to understanding the essence of the concept of «competitiveness of the enterprise»]. *Bulletin of the Economy of Transport and Industry*, no 43. pp. 67-73.

13. Aleksandrov I.O. (2010) *Evoljucija definiciji konkurentospromozhnosti produkciji* [Evolution of the definition of the competitiveness of products]. *Marketing i menedzhment innovacij* [Marketing and Innovation Management] (electronic journal), no. 2. pp. 89-99. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mimi_2010_2_12 (accessed: 2 April 2019).

14. Bechko P.K., Gholoborodjko Ja.O. (2015) *Teoretichni zasady sutnosti ekonomichnykh kategorij «konkurencija» i «konkurentospromozhnistj»* [Theoretical foundations of the essence of economic categories «competition» and «competitiveness»]. *Efektivna ekonomika* [Effective economy], no. 7. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4191> (accessed: 2 April 2019).

15. Klivenko I. M. (2016) *Ghenezys sutnosti ta traktuvannja ponjattja konkurentospromozhnosti pidpryemstva* [Genesis of the essence and interpretation of the notion of enterprise competitiveness]. *Ekonomichnyj visnyk universytetu* [Economic Herald of the University], no. 31 (1). pp. 143-150. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecvu_2016_31%281%29__23 (accessed: 21 April 2019).