

2. Величко Г. О. Финанси підприємств / Г. О. Величко. — Одеса : Пальміра, 2006. — 653 с.

3. Володькіна М. В. Економіка промислового підприємства : [навч. посібник] / М. В. Володькіна. — К. : Центр навч. літ-ри, 2004. — 194 с.

4. Голов С. Ф. Управленческий учет : учебник / С. Ф. Голов. — К. : Либра, 2004. — 576 с.

5. Гриньова В. М. Финанси підприємств : навч. посіб. / В. М. Гриньова, В. О. Корда. — 2-ге вид., перероб. і доп. — К. : Знання-Прес, 2004. — 424 с.

6. Єщенко П. С. Сучасна економіка : [навч. посібник] / П. С. Єщенко. — К. : Вища шк., 2005. — 325 с.

7. Коблянська О. Финансовий облік : [навч. посібник] / О. Коблянська. — К. : Знання, 2004. — 473 с.

8. Чумаченко Н. Г. Принятие решений в управлении производством / Н. Г. Чумаченко,

А. П. Савченко, В. Г. Коренев. — К. : Техніка, 2008. — 192 с.

9. Шумило Ю. О. Уточнення теоретичної сутності категорії витрат в управлінні підприємством / Ю. О. Шумило // Формування ринкових відносин в Україні. — 2008. — № 3. — С. 117–119.

10. Финансовый менеджмент: теория и практика : [учебник] / [под ред. Е. С. Стояновой]. — М. : Перспектива, 2004. — 656 с.

11. Бланк И. А. Финансовый менеджмент : учебный курс / И. А. Бланк. — М. : Ника-Центр, 1999. — 528 с.

12. Бланк И. А. Управление прибылью / И. А. Бланк. — К. : Ника-Центр; Эльга, 2002. — 752 с.

13. Бланк И. А. Управление финансовой стабилизацией предприятий / И. А. Бланк. — К. : Ника-Центр; Эльга, 2003. — 496 с.

Стаття надійшла до редакції 27.04.2012 р.

УДК 339.137.2

Д. О. Толкачів,

аспірант,

Государственное высшее учебное заведение

«Донецкий национальный
технический университет»

ГНОСЕОЛОГИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Рассмотрены наиболее распространенные варианты определения термина «конкурентоспособность предприятия». По результатам анализа выявлены недостатки существующих определений и предложен авторский вариант термина «конкурентоспособность предприятия».

Ключевые слова: конкурентоспособность предприятия, экономическая категория, определение, термин.

В связи с тем, что в последнее время усилились настроения правительства и предпринимателей к интеграции в европейское экономическое сообщество, особо остро встал вопрос о том, насколько конкурентоспособны украинские предприятия. Ведь конкурентоспособность это именно та характеристика предприятия, которая показывает его положение в региональной и мировой экономике.

Понятие конкурентоспособности является относительно новым в экономической на-

уке. Впервые его сформулировал М. Портер [1] в конце 70-х годов XX ст. Однако, учитывая увеличивающиеся темпы мировой экономической интеграции, множество ученых обратили внимание на данную тематику. В российской экономической науке можно выделить таких учёных, как Р. А. Фатхутдинов [2], А. П. Градов [3], Т. Г. Философова [4], Н. И. Перцовский [5], Г. Л. Азоев [6], М. Г. Миронов [7], В. Е. Хруцкий [8]. Среди украинских учёных особое внимание тематике конкурентоспособности уделили

© Д. О. Толкачев, 2012

Л. В. Балабанова [9], В. Д. Немцов и А. Е. Довгань [10], Ю. Б. Иванов [11], И. О. Поддубный и А. И. Поддубная [12], Г. М. Скударь [13].

Все авторы приводят личные трактовки термина «конкурентоспособность предприятия». Часть авторов в источниках предлагает методы оценки конкурентоспособности предприятия, а также пути её улучшения.

Несмотря на то, что тематике конкурентоспособности предприятия посвящено немало научных трудов, тем не менее, авторы до сих пор не пришли к единому мнению насчёт термина «конкурентоспособность предприятия», а как следствие — к единой системе оценивания и управления конкурентоспособностью.

Цель статьи — рассмотреть наиболее распространённые определения термина «конкурентоспособность предприятия», провести их сравнительный анализ, а также раскрыть гносеологию понятия «конкурентоспособность предприятия».

Конкуренция, как главная движущая сила рынка, была известна с конца 18 века, когда Адам Смит ввёл этот термин в обиход. Однако конкурентоспособность сравнительно новая экономическая категория. Как любую категорию, конкурентоспособность можно разделить на несколько уровней:

1. Конкурентоспособность товара.
2. Конкурентоспособность предприятия.
3. Конкурентоспособность отрасли.
4. Конкурентоспособность экономики.

Такая иерархическая структура показывает последовательное включение каждого понятия, как составляющей части более высокого уровня.

Конкурентоспособность экономики (самый верхний уровень) включает в себя конкурентный потенциал множества отдельных отраслей, однако также зависит от государственного устройства страны, её правовой организации и социальных процессов.

Конкурентоспособность отрасли определяется конкурентоспособностью предприятий, входящих в неё, а также за счёт взаимодействия этих предприятий.

Конкурентоспособность товара (самый нижний) уровень базируется на отдельных характеристиках товара: качестве и цене. Также в формировании конкурентоспособности товара участвуют послепродажный сервис, реклама и имидж производителя.

Хотя в последнее время учёные-экономисты стали выделять некоторые новые уровни в иерархии конкурентоспособности. Так, добавля-

ется два новых объекта: конкурентоспособность кластера и конкурентоспособность региона.

Конкурентоспособность кластера — это способность использовать потенциал макротехнологий для получения мультипликативных эффектов на всех уровнях вертикальной интеграции производства товаров и услуг, отвечающих требованиям мировых и внутренних рынков, и наращивания конкурентных преимуществ за счёт лидерства в технологиях производства, оптимизации форм организации и управления сбытом как базового условия потенциального роста конкурентоспособности [14].

Конкурентоспособность региона — это способность региона производить товары и услуги, отвечающие требованиям внутренних и мировых рынков, создавать условия наращивания региональных ресурсов для обеспечения роста потенциала конкурентоспособности субъектов хозяйствования со скоростью, обеспечивающей устойчивые темпы роста ВВП и качество жизни населения региона на уровне мировых значений.

Наибольший интерес в данной работе представляет именно конкурентоспособность предприятия.

Перед разработкой практических рекомендаций по управлению конкурентоспособностью предприятия необходимо создание теоретической базы. При подготовке статьи было рассмотрено около 30 источников по тематике «конкурентоспособность предприятия» за последние 20 лет. Из них 15 вошли в итоговую таблицу (табл. 1). Приведенный в ней перечень определений термина «конкурентоспособность предприятия» довольно широко охватывает весь спектр подходов к данному понятию.

Проведя анализ вышеперечисленных определений термина «конкурентоспособность», можно сделать следующие выводы:

1. По подходу к формированию конкурентоспособности предприятия определения можно разделить на 4 группы:

высокие потребительские свойства товара или услуги (определения №№ 1, 2, 3, 4, 5);
положение предприятия на рынке относительно конкурентов (определения №№ 6, 7, 8, 9);
устойчивые экономические показатели предприятия (определения №№ 10, 11, 12);
совокупность конкурентоспособности товара и экономических показателей (определения №№ 13, 14, 15).

2. Одна часть авторов считает, что конкурентоспособность — это способность предприятия

Таблица 1. Определения термина «конкурентоспособность предприятия»

№	Автор	Определение
1	Фатхутдинов Р. А. [2, с. 23]	Конкурентоспособность — свойство объектов, характеризующее степень удовлетворения конкретной потребности по сравнению с лучшими аналогичными объектами, представленными на данном рынке.
2	Стивенсон В. Дж. [15, с. 66]	Конкурентоспособность характеризует то, «насколько эффективно компания удовлетворяет потребности клиента по сравнению с другими компаниями, предлагающими сходный товар или услугу».
3	Портер М. [1, с. 24]	Быть конкурентным — значит обеспечивать сравнимые с мировым уровнем потребительские, качественные и ценовые характеристики товара или услуги независимо от того, для какого рынка они предназначены: внутреннего или внешнего.
4	Балабанова Л. В. [9, с. 19]	Конкурентоспособность предприятия (фирмы) — это возможность (способность) хозяйственных единиц к эффективному функционированию на рынке, основанному на предложении товаров, которые отвечают запросам и преимуществам покупателей по качеству, количеству и ассортименту на более выгодных в сравнении с конкурентами условиях.
5	Немцов В. Д., Довгань А. Е. [10, с. 220]	Конкурентоспособность — это способность объекта, которая характеризуется степенью реального или потенциального удовлетворения им определённой потребности по сравнению с аналогичными объектами, представленными на данном рынке.
6	Иванов Ю. Б. [11, с. 45]	Конкурентоспособность — это свойство производственно-экономических систем изменять траекторию или режим функционирования в процессе адаптации к внешней среде.
7	Градов А. П. [3, с. 113]	Конкурентоспособность фирмы — её сравнительное преимущество относительно других фирм данной отрасли в стране и за её пределами.
8	Философова Т. Г. [4, с. 9]	Способность конкурировать на рынках товаров и услуг.
9	Поддубный И. О., Поддубная А. И. [12, с. 39]	Конкурентоспособность — это потенциальная или реализованная способность экономического субъекта к функционированию в релевантной внешней среде, которая основывается на конкурентных преимуществах и отображает его позицию относительно конкурентов.
10	Перцовский Н. И. [5, с. 99]	Возможность ведения эффективной хозяйственной деятельности и её практической прибыльной реализации в условиях конкурентного рынка.
11	Азоев Г. Л. [6, с. 62]	Конкурентоспособность фирмы — это возможность эффективно распоряжаться собственными и заемными ресурсами в условиях конкурентного рынка.
12	Воронов Д. С. [16]	Обобщающая характеристика деятельности предприятия, отражающая уровень эффективности использования экономических ресурсов относительно эффективности использования экономических ресурсов конкурентами.
13	Миронов М. Г. [7, с. 257]	Конкурентоспособность предприятия — способность предприятия производить конкурентоспособную продукцию за счёт его умения эффективно использовать финансовый, производственный и трудовой потенциал.
14	Хруцкий В. Е., Корнеева И. В. [8, с. 12]	Конкурентоспособность — это способность компании одновременно повышать качество и производительность, быть лидером в области удовлетворения нужд и запросов потребителей и обеспечивать приемлемый уровень цен за счёт постоянного снижения издержек.
15	Скударь Г. М. [13, с. 31]	Конкурентоспособность производителя (фирмы) представляет собой относительную характеристику, отражающую отличия процесса развития данного производителя от производителя-конкурента как по степени удовлетворения своими товарами и услугами конкретной общественной потребности, так и по эффективности производственной деятельности

к чему-либо (производство конкурентоспособных товаров, получение высоких экономических показателей, лидирующие позиции на рынке). Другая часть авторов считает, что конкурентоспособность — это характеристика предприятия. Третьи авторы предлагают рассматривать конкурентоспособность как свойство предприятия.

3. Только одно из определений, связанных с товарной характеристикой предприятия (№ 1), уточняет, что лишь определённый товар или услуга предприятия может быть конкурентоспо-

собен, за счёт чего обеспечивается общая конкурентоспособность предприятия.

4. Ни одно из определений не учитывает временной аспект экономической деятельности. Однако нельзя рассматривать конкуренцию, как статический процесс, поскольку, например, с появлением на рынке новых предприятий или продуктов текущее положение данного предприятия не будет оставаться стабильным.

5. В определениях, которые относятся к категории «положение предприятия относи-

тельно конкурентов» (за исключением № 9) отсутствуют указания на определение уровней преимущества или отставания относительно конкурентов, таким образом, по таким определениям невозможно определить качественные уровни функционирования предприятия.

Учитывая выявленные особенности и недостатки проанализированного категориального аппарата, предлагается следующая трактовка определения «конкурентоспособность предприятия»: конкурентоспособность предприятия — это обобщающая характеристика предприятия, отражающая его способность выживать и развиваться в конкурентной среде.

Список использованной литературы

1. Портер М. Международная конкуренция. Конкурентные преимущества стран [Текст] : пер. с англ. / М. Е. Портер. — М. : Международные отношения, 1993. — 896 с.
2. Фатхутдинов Р. А. Конкурентоспособность : экономика, стратегия, управление [Текст] / Р. А. Фатхутдинов. — М. : ИНФРА-М, 2000. — 312 с.
3. Градов А. П. Национальная экономика [Текст] / А. П. Градов. — 2-е изд. — СПб. : Питер, 2005. — 240 с.
4. Философова Т. Г. Конкуренция и конкурентоспособность [Текст] / Т. Г. Философова, В. А. Быков. — М. : Юнити-Дана, 2007. — 272 с.
5. Перцовский Н. И. Международный маркетинг [Текст] : учеб. пособие / Н. И. Перцовский, И. А. Спиридонов, С. В. Барсукова. — М. : Высшая школа, 2001. — 239 с.
6. Азоев Г. Л. Конкурентные преимущества фирмы [Текст] / Г. Л. Азоев, А. П. Челенков. — М. : ОАО «Новости», 2000. — 255 с.
7. Миронов М. Г. Экономика отрасли (машиностроение) [Текст] : учебник / М. Г. Миронов, С. В. Загородников. — М. : Форум ; ИНФРА-М, 2005. — 320 с.

8. Хруцкий В. Е. Современный маркетинг: настольная книга по исследованию рынка [Текст] : учеб. пособие / В. Е. Хруцкий, И. В. Корнеева. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Финансы и статистика, 1999. — 528 с.

9. Балабанова Л. В. Управление конкурентоспособностью предприятий на основе маркетинга : монография [Текст] / Л. В. Балабанова, А. В. Кривенко. — Донецк : ДонГУЭТ, 2004. — 141 с.

10. Немцов В. Д. Стратегический менеджмент [Текст] / В. Д. Немцов, А. Е. Довгань. — К. : ТОВ «УВПК «ЕксОб», 2002. — 560 с.

11. Конкурентоспособность предприятия: оценка, диагностика, стратегия [Текст] : научное изд. / Ю. Б. Иванов, А. Н. Тищенко, Н. А. Дробитько и др. — Х. : Изд-во ХНЭУ, 2004. — 349 с.

12. Піддубний І. О. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства [Текст] : навч. посібник / А. І. Піддубна ; за ред. проф. І. О. Піддубного. — Х. : ВД «ІНЖЕК», 2004. — 264 с.

13. Скударь Г. М. Управление конкурентоспособностью крупного акционерного общества: проблемы и решения [Текст] / Г. М. Скударь. — К. : Наук. думка, 1999. — 496 с.

14. Васильева З. А. Иерархия понятий конкурентоспособности субъектов рынка [Электронный ресурс] / З. А. Васильева // Маркетинг в России и за рубежом. — 2006. — № 2. — С. 83–90 — Режим доступа : <http://www.dis.ru/library/manag/archive/2006/3/4109.html>.

15. Стивенсон В. Дж. Управление производством [Текст] : пер. с англ. / В. Дж. Стивенсон. — М. : ООО «Изд-во «Лаборатория базовых знаний»; ЗАО «Изд-во «БИНОМ», 1998. — 928 с.

16. Воронов Д. С. Оценка, анализ и выявление путей повышения конкурентоспособности предприятий [Электронный ресурс] : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / Д. С. Воронов. — Екатеринбург, 2002. — 145 с. — Режим доступа : <http://www.aspirantura.spb.ru/dissers/voronov.zip>.

Статья поступила в редакцию 26.04.2012 г.