

Наталія ПЕТРОВСЬКА

Здобувач вищої освіти ОС «Магістр»

спеціальності «Менеджмент»

Науковий керівник: **Добровольська Е.В.**

канд. екон. наук, доцент кафедри менеджменту,

публічного управління та адміністрування

ЗВО «ПДУ»,

м. Кам'янець-Подільський

НАУКОВІ ПІДХОДИ ДО СУТНОСТІ КАТЕГОРІЇ «КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ»

Забезпечення конкурентоспроможності підприємства є обов'язковою умовою його довготривалого та результативного функціонування у динамічному та невизначеному зовнішньому середовищі. Наведене свідчить про необхідність організації конкурентоспроможної підприємницької діяльності вітчизняних суб'єктів господарювання як основи економічної системи України. Це, в свою чергу, вимагає практичного застосування теорії конкурентоспроможності підприємства, яка слугуватиме підґрунтям для формування систем управління конкурентоспроможністю на рівні кожного окремого суб'єкта підприємництва. Проте, зазначене ускладнюється існуванням не одного десятка теорій конкурентоспроможності. Серед причин такого розмаїття необхідно виділити не тільки відсутність єдиного універсального трактування конкурентоспроможності, але й, часто, суперечливість між існуючими визначеннями змісту поняття. Тому актуальною вбачається інтерпретація конкурентоспроможності з урахуванням багатоаспектності цього явища, а також основних положень теорії систем.

Згідно із сучасним перекладом, «конкурентоспроможність» в англійській мові має два аналоги: «*competitive ability*» та «*competitiveness*». Перший варіант зазвичай використовується у природничих науках. Натомість, практично всі посилання вітчизняних та російських економістів стосуються другого перекладу, що буквально означає «конкурентність» та не має прямого

відношення до спроможності чи здатності (англійською «*ability*»). Це означає, що використовуваний у літературі переклад слід вважати досить умовним. Наведене визначає необхідність або підтвердження, або заперечення традиційної інтерпретації досліджуваного поняття.

Дефініція будь-якого поняття має відображати сукупність його відмінних та найбільш суттєвих властивостей, ознак і відношень. Ідентифікацію характеристик конкурентоспроможності доцільно здійснювати на основі аналізу типових груп її тлумачень.

Конкурентоспроможність науковці розглядають з позицій теперішнього часу, або теперішнього та майбутнього одночасно. Не викликає сумнівів, що поточна успішність підприємства не може забезпечити його від банкрутства у подальшому. Це пов'язано із тим, що потенційні конкурентні переваги є не менш важливими, а у деяких випадках і більш значущими, ніж вже існуючі. Тобто, справді конкурентоспроможним є тільки те підприємство, що протягом тривалого часу залишається та/або може залишатися конкурентоспроможним. Зазначена концепція розглядає лише статичну складову результатів використання конкурентних переваг, не враховуючи їх розвиток (динамічну характеристику конкурентоспроможності підприємства). Відтак, аналіз конкурентоспроможності має враховувати оцінку її як статичних, так і динамічних індикаторів (тенденцій змін тощо).

Подальше визначення сутності конкурентоспроможності запропоновано здійснювати у такі два етапи: 1) виявлення родового поняття, яке за об'ємом ширше за конкурентоспроможність і до якого вона належить; 2) виділення специфічної ознаки (ознак), яка відрізняє конкурентоспроможність від усіх інших понять, що входять до родового. Вчені-економісти розрізняють такі найближчі до конкурентоспроможності роди: здатність, спроможність підприємства; можливість підприємства; властивість підприємства; ознака, що характеризує процеси, предмети та явища; сукупність відмінних від аналогів характеристик; відносна характеристика відмінності від аналогів.

Найпоширенішою є асоціація конкурентоспроможності із певною здатністю підприємства. Конкурентоспроможність є результатом господарювання підприємства, що виникає в процесі використання здатності. Це означає, що здатності (спроможності) у сукупності із ресурсами господарюючого суб'єкта представляють собою джерела виникнення конкурентоспроможності, а не передають її сутність. Крім того, якщо розглядати досліджуване поняття з наведеної позиції, можна стверджувати, що підприємство може або бути конкурентоспроможним, або – ні, оскільки здатність або є, або ж її немає. Насправді ж все вирішує не тільки наявність здатності (спроможності), а й те, наскільки ефективно вона використана. Ототожнення конкурентоспроможності із можливостями підприємства також, на нашу думку, є хибним.

Визначення конкурентоспроможності (як властивості, ознаки, характеристики) хоч і є дуже близькими за змістом, все ж різняться між собою. Поняття «ознака» та «властивість» передусім відображають відмінні риси об'єкта (окремого підприємства) [1, с. 194]. Характеристика, з одного боку, визначає приналежність об'єкта до окремого класу, а з іншого – використовується для уточнення цього об'єкта та його порівняння. Конкурентоспроможність притаманна всім без винятку підприємствам, які, водночас, різняться між собою кількісним виразом конкурентоспроможності – її рівнем.

Отже, по-перше, конкурентоспроможність – це спільна для всіх суб'єктів господарювання риса (аналогічна, наприклад, ефективності), яка об'єднує їх в окремий клас – клас «підприємство». По-друге, рівень конкурентоспроможності відображає кількісну оцінку цієї спільної риси з метою порівняння підприємств між собою та відокремлення неконкурентоспроможних підприємств, підприємств із низьким, середнім, високим рівнями конкурентоспроможності. Наведене означає, що конкурентоспроможність використовується для уточнення статусу суб'єкта підприємництва з-поміж конкурентів та порівняння із ними, а не для опису його

відмінних якостей. Відтак, конкурентоспроможність є однією із характеристик підприємства.

Слід наголосити, що дослідники під конкурентоспроможністю розуміють певну характеристику, що відображає відмінні від конкурентів риси підприємства [3]. Однак, як зазначалось вище, конкурентоспроможність господарюючого суб'єкта пов'язана не стільки із його відмінностями, скільки із вмінням розпоряджатися власними ресурсами та здатностями, в т. ч. з метою створення зазначених відмінностей.

Підсумовуючи викладене, вважаємо, що при визначенні поняття «конкурентоспроможність підприємства» необхідно враховувати те, що вона: 1) являє собою характеристику підприємства; 2) виникає в результаті формування, подальшого утримання та використання стійких конкурентних переваг; 3) відображає ступінь реалізації здатності (спроможності) ефективно конкурувати. Окреслене дає підстави визначити конкурентоспроможність як характеристику підприємства, яка відображає ступінь реалізації його фактичної та потенційної здатності формувати, утримувати і використовувати стійкі конкурентні переваги.

Список використаних джерел

1. Великий тлумачний словник сучасної української мови (з дод. і допов.). уклад. і голов. ред. В. Т. Бусел. Київ, Ірпінь : Перун, 2005. 1728 с.
2. Зазюкова М. С. Стратегії забезпечення конкурентоспроможності сучасних підприємств. Вісники ОНУ імені І. І. Мечникова. 2018. С. 70-73
3. Кредісов В. А. Підприємництво – вирішальний фактор розвитку країн з перехідною економікою. Київ : Знання України, 2003. 327 с.