

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ МАШИНОБУДІВНОГО ПІДПРИЄМСТВА: СУТНІСТЬ ТА ВЛАСТИВОСТІ

© Романко О.П., 2008

Розглянуто та проаналізовано погляди різних авторів на трактування категорії «конкурентоспроможність підприємства». Виокремлено і охарактеризовано основні властивості конкурентоспроможності підприємства та уточнено змістове наповнення поняття «конкурентоспроможність машинобудівного підприємства».

In the article the approaches of various authors to the definition of the “machine-build plant competitiveness” are considered and analyzed. The main characteristics of the plant competitiveness are definition, the profound filling of the category “machine-build plant competitiveness” are accurated.

Постановка проблеми та її зв'язок із важливими науковими та практичними завданнями.

На сучасному етапі вітчизняна машинобудівна галузь загалом характеризується низькими показниками розвитку, нестійкими позиціями на внутрішньому та зовнішньому ринках, неефективними та ресурсозатратними технологіями. Основними причинами такого стану вважають низьку конкурентоспроможність переважної більшості машинобудівних підприємств та їхньої продукції. При цьому є ситуації, коли машинобудівне підприємство характеризується застарілим технічним та технологічним забезпеченням, нерозвиненою системою менеджменту та маркетингу, але при цьому його продукція є унікальною та користується попитом на ринку. У таких умовах виникає необхідність в ідентифікації поняття «конкурентоспроможність машинобудівного підприємства» та виокремленні його основних ознак, а також у розмежуванні категорій «конкурентоспроможність продукції» та «конкурентоспроможність підприємства», оскільки на практиці їх доволі часто ототожнюють.

Аналіз останніх досліджень і публікацій за проблемою. Термінологічна однозначність є методологічною базою для здійснення наукових досліджень у будь-якій сфері. Ільяшенко В.А. наголошує, посилаючись на Кантора І.М., що понятійно-термінологічний склад науки має характеризуватись точністю, однозначністю інтерпретацій, дефінітивністю та системністю. Це твердження повною мірою стосується трактування поняття «конкурентоспроможність підприємства», оскільки у літературі та на практиці існує велике різномаяття поглядів та позицій щодо тлумачення цієї категорії [10, с. 91].

Етимологічно термін «конкурентоспроможність» визначається як здатність об'єкта змагатись з іншими аналогічними об'єктами за право бути вибраним. При цьому ключовий вибір здійснюється за наявності відмінних ознак об'єкта – його конкурентних переваг [9, с. 41]. Варто зауважити, що вищенаведене трактування не дає змоги повною мірою надати визначення поняттю «конкурентоспроможність підприємства», оскільки воно лише побічно пов'язане із проблемою вибору.

На думку Хамініч С., конкурентоспроможність є багатогранною і багаторівневою категорією, яка в ринкових умовах стає інтегральною характеристикою господарюючого суб'єкта щодо його відповідності об'єктивним (зовнішнім стосовно нього) економічним умовам. Конкурентоспроможність є поняттям відносним, тобто конкурентоспроможність підприємства можна виявити

тільки серед групи підприємств, які належать до однієї галузі або виготовляють товари-субститути. З огляду на це, показнику конкурентоспроможності підприємства притаманні такі властивості, як порівнянність (показник з'являється в умовах порівняння об'єктів) та динамічність (показник не може розглядатись як довготривала характеристика незалежно від ефективності діяльності підприємства) [16, с. 59]

У таблиці наведено погляди різних авторів на трактування поняття «конкурентоспроможність підприємства» [1–8; 10–17].

**Погляди авторів на трактування поняття «конкурентоспроможність підприємства»
[1–8; 10–17]**

№ з/п	Літературні джерела	Трактування понять у відповідних літературних джерелах
1	Алтухов П.Л. Процессный подход к обеспечению конкурентоспособности предприятия // Вісник економічної науки України. – 2005. – №2. – С. 3-5. (С. 3)	Порівняльні переваги, якими володіє конкретне підприємство по відношенню до інших підприємств, що є конкурентами на ринках товарів і послуг
2	Воронкова А.Е., Пономарьов В.П., Дібніс Г.І. Підтримка конкурентоспроможного потенціалу підприємства. – К.: Техніка, 2000. – 152 с.	Сукупність можливостей підприємства (виробничих, інноваційних, кадрових, ресурсних) в різних сферах діяльності, що взаємодіють між собою у певний спосіб
3	Гетьман О.О., Шаповал В.М. Економічна діагностика: Навч. посібник для студентів вищих навчальних закладів. – К.: Центр навчальної літератури, 2007. – 307 с. (С. 45)	Спроможність займати визначену ринкову нішу у певний період часу
4	Гибсон Дж.Л., Иванцевич Д.М., Донелли Д.Х. Организация: поведение, структура, процессы Пер. с англ. – М.: ИНФРА-М, 2000.	Уміння організації зберігати свої позиції на вибраних нею ринках
5	Грицишин Н. Конкурентоспроможність виробничого підприємства // Галицький економічний вісник. – 2005. – №1. – С. 29-34. (С. 29–30)	Рівень компетентності підприємства у певній галузі, порівняльна перевага підприємства стосовно інших конкурентів, які діють у регіоні, країні та за її межами
6	Денисенко М.П., Гречан А.П., Шилова К.О. Методика кількісної оцінки конкурентоспроможності підприємства швейної галузі // Економіка та держава. – 2005. – №8. – С. 36–38. (С. 36)	Комплексна порівняльна характеристика підприємства, яка відображає ступінь переваги сукупності оцінюваних показників його діяльності, що визначають успіх підприємства на певному ринку за певний проміжок часу, по відношенню до сукупності показників конкурентів
7	Должанський І.З., Загорна Т.О., Должанський І.З. Конкурентоспроможність підприємства: Навч. посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 384 с. (С. 28)	Здатність виробляти й реалізовувати швидко, дешево, якісно, продавати в достатній кількості, за високого технологічного рівня обслуговування; можливість ефективно розпоряджатись власними й позиковими ресурсами в умовах конкурентного ринку
8	Єрмак А.В. Конкурентоздатність підприємства: сутність поняття (проблематика питання) // Вісник «Економічної науки України». – 2005. – №1. – С. 41–44. (С. 43)	Синтетична категорія, що характеризує здатність підприємства функціонувати та розвиватись відповідно до намічених стратегічних цілей, конкуруючи своїми товарами з іншими учасниками відповідного ринку обігу подібних за основним призначенням товарів у певному інтервалі часу, за існуючого рівня та характеру впливу факторів зовнішнього середовища, задовольняючи запити конкретної групи споживачів

1	2	3
9	Кузьмін О.Є., Горбаль Н.І. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства: Підручник. – Львів: Компакт-ЛВ, 2005. – 304 с. (С. 34)	Здатність досягати конкурентних переваг над іншими підприємствами на конкретному ринку
10	Радева М.М., Маслов П.М. Комплексне оцінювання конкурентоспроможності підприємства // Держава та регіони. – 2004. – №3. – С. 176–180. (С. 176)	Є наслідком сукупності конкурентних переваг, відображається в низькій ціні, високій якості, значних обсягах виробництва та реалізації
11	Рыночная экономика: Словарь / Под общ. ред. Г.Я. Кипермана. – М.: Республика, 1993. – 524 с.	Здатність протистояти на ринку іншим товаровиробникам та постачальникам аналогічної продукції як за рівнем задоволення споживачів, так і за ефективністю виробничо-господарської діяльності
12	Тенденции развития экономики и формирование современной системы управления внешнеэкономическими связями: региональный аспект: Монография / Под общей ред. д.э.н., проф. В.И. Крамаренко. – Симферополь: Культура народов Причерноморья, 2007. – 263 с. (С. 141)	Комплекс соціально-економічних характеристик, що відображають становище суб'єкта господарювання на ринку
13	Фатхудинов Р.А. Стратегический маркетинг. – М.: ЗАО «Бизнес-школа «Интел-Синтез»», 2000. – 640 с.	Здатність підприємства виготовляти конкурентоспроможну продукцію, його перевага стосовно інших підприємств відповідної галузі всередині країни та за її межами
14	Хамініч С. Методика інтегральної оцінки рівня конкурентоспроможності промислового підприємства // Економіст. – 2006. – №10. – С. 59–61. (С. 59)	Можливість ефективно розпоряджатись власними і позиковими ресурсами в умовах конкурентного ринку; комплексна порівняльна характеристика підприємства, яка відображає ступінь переваги сукупності оцінювальних показників його діяльності, що визначають успіх підприємства на певному ринку за певний проміжок часу, по відношенню до сукупності показників конкурентів
15	Черваньов Д.М., Названова Л. Конкурентоздатність та менеджмент підприємств // Теоретичні та прикладні питання економіки: Зб. наук. пр. / За заг. ред. проф. Ю.І. Єханурова, А.В. Шегди. – К.: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2007. – Вип. 12. – 419 с. (С. 24)	Можливість ефективної господарської діяльності і її практичної прибуткової реалізації в умовах конкурентного ринку, що забезпечується усім комплексом наявних у підприємства засобів

Вивчення та аналізування літературних джерел за проблемою [1–17] дає змогу узагальнити термінологічні бачення. Так, група авторів – О.О. Гетьман, Дж.Л. Гібсон, Н.І. Горбаль, Д.Х. Донеллі, Д.М. Іванцевич, В.І. Крамаренко, О.Є. Кузьмін, В.М. Шаповал (таблиця) – наголошують на ринковій характеристиці поняття конкурентоспроможності підприємства, тобто визначають його загалом як здатність закріпитись та зберегти позиції на відповідному ринку. Варто зауважити, що така позиція є доволі вузькою, оскільки розглядає лише один аспект діяльності підприємства, який не завжди пов'язаний саме із його конкурентоспроможністю, а може формуватись за рахунок унікальності чи життєвої потреби у певній продукції.

Такі автори, як Должанський І.З., Загорна Т.О., Хамініч С. (таблиця), одним із пріоритетних чинників формування конкурентоспроможності підприємства визнають можливість ефективно розпоряджатись власними й позиковими ресурсами. У цьому визначенні не врахована ще ефективність використання залучених ресурсів і, окрім того, не враховується уся можлива сукупність чинників, що формують конкурентоспроможність підприємства. Окремі автори (Должанський І.З., Єрмак А.В., Загорна Т.О., Радева М.М. та ін.) (таблиця), пропонуючи визначення конкурентоспроможності підприємства, деталізують характеристики такого становища (низька ціна, вищий рівень обслуговування, якості, наявність ефекту масштабу тощо). Варто зауважити, що авторами вказується дуже обмежений перелік конкурентних переваг, адже вони можуть формуватись в усіх сферах діяльності підприємства (фінансовій, технологічній, кадровій, соціальній, ринковій, географічній тощо).

Фактично усі автори (таблиця) наголошують на тому, що конкурентоспроможність підприємства повинна ґрунтуватись на наявності порівняльних переваг, при цьому окремі з них (Кіперман Г.Я., Фатхудінов Р.А. та ін.) вказують, що підприємство конкурентоспроможне за умови виготовлення конкурентоспроможної продукції. Доцільно наголосити, що остання позиція є дещо суперечливою, оскільки конкурентоспроможність продукції є лише одним із чинників формування конкурентоспроможності підприємства.

Гречан А.П., Денисенко М.П., Хамініч С., Шилова К.О. (таблиця) пропонують таке трактування конкурентоспроможності підприємства, вказуючи, що це комплексна порівняльна характеристика підприємства, яка відображає ступінь переваги сукупності оцінюваних показників його діяльності, що визначають успіх підприємства на певному ринку за певний проміжок часу, по відношенню до сукупності показників конкурентів. При цьому варто зауважити, що підприємство порівняно з конкурентами може мати переваги за одними показниками і при цьому втрачати позиції за іншими.

Результати аналізування літературних джерел [1–17] уможливають зробити певні висновки, а саме:

- серед науковців, що займаються проблематикою конкурентоспроможності підприємства, немає єдності щодо трактування і змістового наповнення цієї категорії;
- трактуючи поняття “конкурентоспроможність підприємства”, практично усі автори акцентують увагу на наявності конкурентних переваг, але при цьому існують розбіжності щодо розуміння їх переліку та пріоритетності;
- окремі автори тісно пов’язують між собою поняття «конкурентоспроможність підприємства» та «конкурентоспроможність продукції», що є доволі дискусійним;
- трактуючи категорії «конкурентоспроможність підприємства», одні автори надають змістову характеристику, інші – функціональну тощо.

Цілі статті. З огляду на результати вивчення літературних джерел [1–17] за проблемою цілями статті є уточнення трактування категорії «конкурентоспроможність машинобудівного підприємства».

Виклад основного матеріалу дослідження. Результати проведених досліджень, вивчення теорії та практики за проблемою дають змогу стверджувати, що категорія «конкурентоспроможність машинобудівного підприємства» характеризується переліком властивостей, а саме:

- порівнянність: конкурентоспроможність підприємства визначається та досліджується порівняно з реальними конкурентами, які виготовляють аналогічну продукцію чи товари-замінники, функціонують на цьому самому ринку, або порівняння відбувається із ідеальним підприємством (як правило, за умови набуття досліджуванім підприємством монопольного становища на ринку);
- просторовість: конкурентоспроможність підприємства визначається у межах певного конкретного ринку, оскільки за рівних умов підприємство може ідентифікуватись як конкурентоспроможне на одному ринку та неконкурентоспроможне – на іншому;
- динамічність: поняття конкурентоспроможності є обмеженим у часі, адже підприємство може бути конкурентоспроможним в одному періоду, і втратити ці позиції в іншому; тобто конкурентоспроможність підприємства не є сталою величиною;
- предметність: передбачає виокремлення переліку та сукупності параметрів, які формують конкурентоспроможність підприємства, а саме: високу якість та низькі ціни на продукцію, сучасну техніку та технологію, високу кваліфікацію кадрів, позитивний імідж продукції та бренд підприємства, розвинені маркетингові комунікації та канали просування, наявність фінансових можливостей для розвитку, наявність власних площ, будівель, споруд та інших основних фондів, наявність патентів на унікальні винаходи, використання прогресивних управлінських технологій;
- атрибутивність: виокремлення унікальної характеристики, яка передусім формує конкурентну перевагу підприємства (унікальна продукція, додатковий спектр послуг, оригінальна технологія виробництва, ресурсоекономність продукції тощо);
- врахування внутрішніх та зовнішніх умов функціонування: під час оцінювання чи прогнозування конкурентоспроможності машинобудівного підприємства необхідно враховувати усю сукупність чинників, що вплинули чи потенційно можуть вплинути на її формування;

– системність: передбачає врахування усієї сукупності параметрів та умов, що формують конкурентоспроможність машинобудівного підприємства, а також взаємозв'язки між ними та взаємовпливи.

На основі вивчення та аналізування літературних джерел [1–17] та врахування вищеперелічених властивостей уточнено трактування категорії «конкурентоспроможність машинобудівного підприємства» як: комплексне системне поняття, яке відображає конкурентні переваги конкретного машинобудівного підприємства над іншими за сукупністю параметрів (економічних, фінансових, виробничих, ринкових, кадрових, товарних тощо), що у певний спосіб між собою поєднані та формують пріоритетну унікальність та закріплення позицій на певному ринку у конкретний проміжок часу за визначеного впливу середовища функціонування. Запропоноване визначення, на відміну від існуючих, характеризується комплексністю та враховує просторові, часові, предметні, атрибутивні, відносні та інші характеристики.

Висновки і перспективи подальших досліджень за проблемою. Конкурентоспроможність машинобудівного підприємства є комплексною та багатогранною категорією, яка відображає сукупність порівняльних переваг у різних сферах (економічній, технологічній, кадровій, товарній, ринковій тощо), поєднання яких формує для підприємства стійкіші позиції на певному ринку у відповідний період часу порівняно з визначеними конкурентами. Варто зауважити, що формування конкурентоспроможності підприємства відбувається у певному середовищі функціонування, з огляду на це перспективами подальших досліджень є виокремлення пріоритетних чинників забезпечення конкурентоспроможності машинобудівних підприємств з метою їхнього цілеспрямованого формування та регулювання.

1. Алтухов П.Л. *Процесний підхід к обеспечению конкурентоспособности предприятия* // Вісник економічної науки України. – 2005. – №2. – С. 3–5. (С. 3). 2. Воронкова А.Е., Пономарьов В.П., Дібніс Г.І. *Підтримка конкурентоспроможного потенціалу підприємства*. – К.: Техніка, 2000. – 152 с. 3. Гетьман О.О., Шаповал В.М. *Економічна діагностика: Навч. посібник для студентів вищих навчальних закладів*. – К.: Центр навчальної літератури, 2007. – 307 с. (С. 45). 4. Гибсон Дж.Л., Иванцевич Д.М., Донелли Д.Х. *Организации: поведение, структура, процессы* / Пер. с англ. – М.: ИНФРА-М, 2000. 5. Грицишин Н. *Конкурентоспроможність виробничого підприємства* // Галицький економічний вісник. – 2005. – №1. – С. 29–34. (С. 29–30). 6. Денисенко М.П., Гречан А.П., Шилова К.О. *Методика кількісної оцінки конкурентоспроможності підприємства швейної галузі* // Економіка та держава. – 2005. – № 8. – С. 36–38. (С. 36). 7. Должанський І.З., Загорна Т.О. *Конкурентоспроможність підприємства: Навч. посібник*. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 384 с. (С. 28). 8. Єрмак А.В. *Конкурентоздатність підприємства: сутність поняття (проблематика питання)* // Вісник економічної науки України. – 2005. – №1. – С. 41–44. (С. 43). 9. Жамойда О.О. *Концепція конкурентоспособности товара* // Вісник економічної науки України. – 2007. – № 2(12). – С. 41–45. 10. Ільяшенко В.А. *Рейтингове управління конкурентоспроможністю продукції та підприємства* // Держава та регіони. – 2004. – № 3. – С. 91–94. 11. Кузьмін О.Є., Горбаль Н.І. *Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства: Підручник*. – Львів: Компакт-ЛВ, 2005. – 304 с. (С. 34). 12. Радева М.М., Маслов П.М. *Комплексне оцінювання конкурентоспроможності підприємства* // Держава та регіони. – 2004. – № 3. – С. 176–180. (С. 176). 13. *Рыночная экономика: Словарь* / Под общ. ред. Г.Я. Кипермана. – М.: Республика, 1993. – 524 с. 14. *Тенденции развития экономики и формирование современной системы управления внешнеэкономическими связями: региональный аспект: Монография* / Под общей ред. д.э.н., проф. В.И. Крамаренко. – Симферополь: Культура народов Причерноморья, 2007. – 263 с. (С. 141). 15. Фатхутдинов Р.А. *Стратегический маркетинг*. – М.: ЗАО «Бизнес-школа «Интел-Синтез», 2000. – 640 с. 16. Хамініч С. *Методика інтегральної оцінки рівня конкурентоспроможності промислового підприємства* // Економіст. – 2006. – №10. – С. 59–61. (С. 59). 17. Черваньов Д.М., Названова Л. *Конкурентоздатність та менеджмент підприємств* // Теоретичні та прикладні питання економіки: Зб. наук. пр.; За заг. ред. проф. Ю.І. Єханурова, А.В. Шегди. – К.: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2007. – Вип. 12. – 419 с. (С. 24).