

## АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОБЗОР ОПРЕДЕЛЕНИЙ ПОНЯТИЯ «КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ»

БЕЛЯЕВ А. С.

аспирант

Харьков

**К**онкурентоспособность (КСП) является многоуровневой иерархической категорией. Её уровни обусловлены разнообразием объектов исследования, среди которых выделяют государство, отрасль, регион, продукция, предприятие. Поскольку именно на уровне предприятий производится наибольшая доля ВВП государства, КСП предприятий – важнейшая составляющая КСП государства в целом. Если раньше важнейшим фактором успешного функционирования предприятия считалось получение максимальной прибыли, то сейчас на первый план выходит способность обеспечить высокий уровень КСП предприятия.

Высокий уровень КСП предприятий зависит не только от потенциальных возможностей предприятия, его сильных сторон, а также зависит от чёткого понимания руководством предприятия концепции самой КСП предприятия. Существует много определений термина «КСП предприятия». В самом общем виде это понятие определяется как конкурировать, то есть бороться, или противостоять чему-либо [1].

Необходимо различать КСП предприятия, под которой понимается его способность использовать свои сильные стороны для приобретения определенного положения на рынке, и КСП продукции, которая предполагает наличие совокупности свойств, обеспечивающих её успех на рынке по сравнению с аналогичными товара-

ми, выпускаемыми другими предприятиями [13]. КСП продукции является необходимым, но недостаточным условием КСП предприятия. КСП продукции изучается по каждому ее виду, а КСП предприятия охватывает все виды продукции, которые производит предприятие.

Теоретическим и практическим вопросам по КСП предприятия посвятили свои работы много зарубежных и отечественных учёных и практиков. Целесообразно привести определения КСП предприятия некоторых авторов для дальнейшего анализа этого термина (*табл. 1*).

На основе сравнения вышеприведённых определений можно сделать следующие выводы.

1. Отсутствует единое понимание термина «КСП предприятия». Разнообразие определений КСП предприятия связано с разнообразием целей, которые преследуют авторы в своих исследованиях. Одни авторы рассматривают понятие КСП предприятия в контексте той доли рынка, которую занимает предприятие, другие – в контексте развития предприятия и его возможности получать новые конкурентные преимущества.

2. Большинство авторов связывают КСП предприятия со способностью выдерживать конкуренцию с аналогичными предприятиями на рынке.

3. КСП предприятия может быть только относительной величиной по отношению к конкурентам или эталонному предприятию.

4. Уровень развития рынка, на котором действует предприятие, оказывает значительное влияние на уровень его КСП. Чем он выше, тем больше вероятность, что предприятие, которое проводит оценку своей конкурентоспособности, может повышать её уровень.

## Обзор определений КСП предприятий

№	Определение	Автор
1	2	3
1	Способность предприятия на основании существующих технологий, кадров, организации производства и управления, обеспечения высокой деловой активности, достижения более выгодных условий производства и сбыта создавать конкурентоспособную продукцию и тем самым получать прибыль	В. И. Кушлин, В. П. Чичканов [20]
2	Свойство объекта, характеризующееся степенью удовлетворения потребности по сравнению с аналогичными объектами, представленными на данном рынке. КСП определяет способность выдерживать конкуренцию по сравнению с аналогичными объектами на данном (внутреннем или внешнем) рынке	Р. А. Фатхутдинов [19]
3	Способность к реализации конкурентных преимуществ, которые позволяют ему эффективно развиваться по сравнению с другими предприятиями на внутреннем и внешнем рынках	Ю. Б. Иванов, А. Н. Тищенко [6]
4	Способность страны или фирмы продавать свои товары	Р. Мейсон [9]
5	КСП предприятия определяет реальную и потенциальную способность предприятия путем эффективного использования своего потенциала производить и сбывать конкурентоспособные товары (услуги)	Ю. А. Симех [17]
6	КСП предприятия определяется относительно его приспособляемости к изменениям на том или ином рынке за длительный период времени	А. Л. Денисова, Т. М. Уляхин [3]
7	Способность выдерживать конкуренцию по сравнению с аналогичными объектами на данном рынке. Она показывает уровень развития данной фирмы по сравнению с уровнем развития конкурентных фирм по степени удовлетворения своими товарами потребностей людей и по эффективности производственной деятельности	Л. С. Егорова, А. А. Макарычев [4]
8	Способность противостоять на рынке другим производителям и поставщикам аналогичной продукции (конкурентам) как по степени удовлетворения своими товарами или услугами конкретной общественной потребности, так и по эффективности производственной деятельности	Г. Я. Киперман [15]
9	Способность предприятия к эффективному использованию имеющихся факторов производства: интеллектуального, физического (производственного), финансового, природного, человеческого капиталов с целью противостояния внешним негативным воздействиям для достижения поставленных стратегических целей компании	Р.Е. Мансуров [7]
10	Уровень комплектности предприятия по отношению к другим предприятиям или как совокупность преимуществ перед конкурентами	Л. В. Соколова [18]
11	Реальная и потенциальная возможности фирм в существующих для них условиях проектировать, изготавливать и сбывать товары, которые по ценовым и качественным характеристикам более привлекательны для потребителей, чем товары конкурентов	Всемирный экономический форум [10]
12	Относительная характеристика, которая выражает отличия развития данной фирмы от развития конкурирующих фирм по степени удовлетворения своими товарами потребностей людей и по эффективности производственной деятельности. КСП предприятия характеризует возможности и динамику его приспособления к условиям рыночной конкуренции	М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури [11]
13	Способность фирмы, компании конкурировать на рынках с производителями и продавцами аналогичных товаров путем обеспечения более высокого качества, доступных цен, создания удобства для покупателей, потребителей	Г. Л. Азоев, П.С. Завьялов, Л. Ш. Лозовский [8]
14	Реальная и потенциальная способность компании, а также имеющихся у них для этого возможностей проектировать, производить и сбывать товары, которые по ценовым и другим характеристикам в комплексе более привлекательны для потребителя, чем товары конкурентов	Ю. Б. Рубин [14]
15	Возможности использовать предприятиями свои сильные стороны для приобретения определенного положения на рынке. Основными факторами, которые определяют КСП компании, является ее стратегия, ресурсы (материальные и нематериальные), доля рынка, эффективность менеджмента, способность к самообучению и инновациям	В. Реген [13]
16	Обобщающая характеристика деятельности хозяйствующего субъекта, которая отражает уровень эффективности использования экономических ресурсов конкурентами	Ф. В. Зиновьев [5]

1	2	3
17	Способность предприятия разрабатывать, производить и продавать свою продукцию на рынке по цене, обеспечивающей выполнение в полном объеме его финансово-экономических обязательств, а также качественный и количественный рост его потенциала	Д. А. Самодуров [16]
18	Совокупность преимуществ, которые позволяют успешно решать задачи в сфере своего бизнеса, успешно конкурировать с другими экономическими субъектами на различных рынках, в т.ч. на внутренних или международных	Г. В. Гейер [2]

5. На КСП предприятия значительное влияние оказывает уровень научно-технического развития и инновационной деятельности. Некоторые авторы считают, что именно уровень инновационной деятельности оказывает решающее влияние на уровень КСП предприятия.

6. КСП предприятия связывают со способностью предприятия адаптироваться к краткосрочным и долгосрочным изменениям, происходящим на рынке.

7. Некоторые авторы связывают КСП предприятия с его потенциалом. Однако следует отметить, что потенциал предприятия – это всё, что может быть использовано для улучшения своей деятельности, однако, на данный момент не используется. КСП предприятия является более конкретным показателем, который показывает уровень успешного функционирования предприятия на определённый момент.

8. В рассмотренных определениях мало внимания уделяется влиянию интеллектуального капитала и инвестиционной деятельности на КСП предприятия.

9. «КСП предприятия» и «КСП продукции» – разные термины, которые характеризуются различными показателями. Однако они являются взаимосвязанными: предприятие не может быть конкурентоспособным, если его продукция не является конкурентоспособной. То есть, способность предприятия выпускать конкурентоспособную продукцию, которая будет удовлетворять общественные потребности, иметь высокий уровень качества, а также, которую можно сбыть является необходимым условием высокого уровня КСП предприятия.

10. Уровень КСП предприятий может быть главным критерием привлекательности предприятия для инвесторов.

На основе вышеприведенного обзора можно сформулировать следующее определение: КСП предприятия – это относительная характеристика, которая определяет способность предприятия вести борьбу за рынок с другими предприятиями, а также получать новые конкурентные преимущества путем эффективного использования всех видов ресурсов.

Основными факторами, определяющими КСП предприятия, являются: качество и способность продукции предприятия удовлетворять потребности потребителей, наличие эффективной стратегии, активная инновационная деятельность, эффективная реклама, высокий уровень технологии и техники, уровень развития конкурентной среды, в которой функционирует предприятие, наличие надежных источников инвестирования.

Таким образом, анализ литературных источников показал, что не существует общепринятого определения КСП предприятия, а соответственно, не существует и общепринятого набора факторов, с помощью которых можно оценить КСП предприятия. ■

#### ЛИТЕРАТУРА

1. **Ансофф И.** Новая корпоративная стратегия / И. Ансофф.– СПб.: Питер, 1999.– 416 с.

2. **Гейер Г. В.** Управление в условиях инновационной конкуренции: монография / Г. В. Гейер.– Донецк : Норд-Пресс.– ДонГУЭТ, 2006.– 325 с.

3. **Денисова А. Л.** Управление конкурентоспособностью промышленного предприятия: аспекты качества (монография) / А. Л. Денисова, Т. М. Уляхин / под науч. ред. А. Л. Денисовой.– Тамбов : Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2006.– 120 с.

4. **Егорова Л. С.** Управление конкурентоспособностью предприятия / Л. С. Егорова, А. А. Макарычев // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского.– 2008.– № 6.– С. 316 – 322.

5. **Зиновьев Ф. В.** Методы исследования экономических процессов (монография) / под ред. Ф. В. Зиновьева.– Симферополь : ЧП «Предприятие Феникс», 2009.– 244 с.

6. **Иванов Ю. Б.** Теоретичні основи конкурентної стратегії підприємства: монографія / Ю. Б. Иванов, О. М. Тищенко.– Х. : ВД «ІНЖЕК», 2006.– 384 с.

7. **Мансуров Р. Е.** Об экономической сущности понятия «конкурентоспособность промышленного предприятия» / Р. Е. Мансуров // Вестник ОрелГАУ.– 2011.– № 3(30).– С. 91 – 93.

8. **Маркетинг. Словарь** / Азоев Г. Л., Завьялов П. С., Лозовский Л. Ш., Поршев А. Г., Райзберг Б. А.– М. : ОАО «НПО «Экономика», 2000.– 362 с.

9. **Мейсон Р.** Конкурентоспособность продукции / Р. Мейсон.– К. : Знание, 2000.– 479 с.

10. **Мерчанський В. В.** Конкурентоспроможність підприємства та управління стратегією його розвитку: кол. монографія / В. В. Мерчанський, В. М. Клочко, І. М. Клочко.– Х. : РВВ ХДЗВА, 2010.– 157 с.

11. **Мескон М. Х.** Основы менеджмента / М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури : Пер. с англ.– М. : Дело, 1999.– 800 с.

12. **Рева Г. В.** Український соціум: загрози екстремальних ситуацій: монографія / Рева Г. В., Врублевський В. К., Ксьонзенко В. П., Марініч І. В./ За ред. В. К. Врублевського.– К. : Інф.-вид. центр «Інтелект», 2003.– 432 с.

13. **Реген В.** Самоорганизация как фактор конкурентоспособности компании / В. Реген.– СПб. : ОАО «Издательство Стройиздат СПб», 2004.– 108 с.

14. **Рубин Ю. Б.** Конкуренция: реалии и перспективы / Ю. Б. Рубин, В. В. Шустов.– М. : Знание, 1990.– 64 с.

**15.** Рыночная экономика: Словарь / под общ. ред. Г. Я. Кипермана.– М. : Республика, 1993.– 524 с.

**16. Самодуров Д. А.** Стратегическое управление конкурентоспособностью предприятия на основе комплексной оценки его потенциала: автореф. дис. на соиск. уч. степ. канд. экон. наук / Д. А. Самодуров.– СПб., 2000.– 21 с.

**17. Сімах Ю. А.** Визначення поняття конкурентос-  
тійкість підприємства / Ю. А. Сімах // Вісник міжнародного  
слов'янського університету.– 2007.– Т. 10.– № 1.– С. 15 – 19.

**18. Соколова Л. В.** Конкурентоспособность предприятия в условиях рынка / Л. В. Соколова.– Х.: Изд. Гуманитарной академии, 1995.– 68 с.

**19. Фатхутдинов Р. А.** Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент / Р. А. Фатхутдинов.– М. : Изд.-книготорговый центр «Маркетинг», 2002.– 892 с.

**20.** Энциклопедический словарь. Современная рыночная экономика. Государственное регулирование экономических процессов / общ. ред. В. И. Кушлин В. И., В. П. Чичканов.– М.: Изд. РАГС, 2004.– 744 с.