

Економика – Экономика предприятия и управление производством

**УДК 338.567**

**Кір'ян О.І.**

**ВЗАЄМОЗАЛЕЖНІСТЬ ПРАКТИЧНОГО ЗМІСТУ  
КОНКУРЕНТОЗДАТНОСТІ ТА  
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ  
ПІДПРИЄМСТВА**

*Українська інженерно-педагогічна академія,*

*Харків, вул. Університетська, 16, 61003*

**UDK 338.567**

**Kiryana O.I.**

**THE INTERDEPENDENCE OF THE PRACTICAL  
CONTENT OF THE COMPETITIVENESS AND  
ENTERPRISE COMPETITIVENESS**

*Ukrainian engineering-pedagogical Academy,*

*Kharkov, street Universitetskaya, 16, 61003*

*Анотація. В роботі розкрито та обгрунтовано відмінності та особливості змісту термінів «конкурентоспроможність» та «конкурентоздатність». Надано рекомендації щодо*

*можливості їх практичного застосування підприємством у вигляді управлінських рішень.*

*Ключові слова: конкурентоздатність, здантість, спроможність, підприємство, управлінське рішення*

*Annotation. In the work is disclosed and justified differences in terms of «competitiveness» and «competitiveness». Recommendations for their practical applicability of the enterprise in the form of administrative decisions.*

*Key words: competitiveness, ability, possibility, enterprise, management decision*

В умовах ринкової економіки існує проблема суперечки між виробниками подібних товарів та послуг, що вимагає постійно здійснювати оцінку стану показників діяльності не тільки в динаміці щодо особистого розвитку, але й в порівнянні з конкуруючими об'єктами.

В українській економіці, на відміну від інших, для визначення відповідного стану товару, організації або регіону, використовують два терміни: «конкурентоздатність» та «конкурентоспроможність».

При цьому в більшості мов такого розподілу не існує – обидва терміни перекладаються як «конкурентоспособность» (рос.), «compétitivité» (фр.), «Wettbewerbsfähigkeit» (нім.), «competitiveness» (англ.), так само й в інших мовах, тобто мають умовно однаковий зміст. Вітчизняні фахівці теж схильні більшою мірою ототожнювати ці визначення, користуючись переважно терміном «конкурентоспроможність».

В літературних джерелах фахівцями аналіз щодо змісту вказаних визначень також або не виконується взагалі, а лише наводяться різні визначення термінів, або здійснюється досить рідко та коротко, без окреслення умов їх подальшого практичного використання [1, 3]. Наприклад, в роботі Дейнеги О.В. [2] було проведено порівняльний аналіз цих термінів з визначенням конкурентоздатності як здатності певного об'єкта (товару, підприємства, регіону, країни) витримувати конкуренцію порівняно з аналогічними об'єктами на даному ринку, а конкурентоспроможності як комплексу характеристик

об'єкта (товару, підприємства, регіону, країни), який визначає його потенційний результат на ринку. Але даний автор визначає конкурентоздатність як здатність певного об'єкта витримувати конкуренцію порівняно з аналогічними об'єктами на даному ринку та пропонує застосовувати цей термін до виробників, які вже діють на ринку; тоді як під конкурентоспроможністю він розуміє комплекс характеристик об'єкта, який визначає його потенційний результат на ринку та пропонує використовувати термін стосовно оцінки новостворених підприємств, які тільки мають виходити на ринок.

На наш погляд, більш доцільно користуватися обома визначеннями одночасно, спираючись на розбіжності в змісті термінів та, відповідно, в області їхнього можливого застосування. Узагальнено (за визначенням тлумачних словників) здатність – це наявність засобів, ресурсів, умов та, головне, рис об'єкту, що необхідні для здійснення відповідної дії, досягнення відповідних умов, показників, тощо; спроможність - це наявність можливості здійснювати

будь-які дії, отримувати показники діяльності (для підприємств). Орієнтуючись на дані визначення, можна характеризувати конкурентоспроможність як показник наявності в підприємства (в характеристиках продукції підприємства) відповідних потребам за кількістю та якістю ресурсів, що надає перевагу перед іншими конкурентами, а конкурентоздатність – як можливість використати конкурентоспроможність на практиці. Виходячи з цього, для отримання беззаперечної конкурентної переваги на ринку підприємствам треба здійснювати оцінку та відповідний вплив за цими двома напрямками одночасно. Однак для керівників підприємств є нагальна потреба у визначенні пріоритету між цими двома станами організації з метою формування ефективної конкурентної стратегії, що має чіткі етапи розвитку та впровадження, ключові контрольні точки для визначення результативності та, при необхідності, корегування, тощо.

Практичне впровадження в життєдіяльність підприємства показників щодо визначення стану

конкурентоспроможності або конкурентоздатності у вигляді управлінських рішень та в цілому ефективної конкурентної стратегії можна визначити наступним чином. Конкурентоспроможність підприємства характеризується показниками його фінансового стану, прибутковості, ліквідності, ритмічності, забезпеченості ресурсами, виконанням плану та ін., тобто, наявністю ресурсів для ефективної боротьби з конкурентами, які можна визначити кількісними показниками. Конкурентоздатність, крім цього, характеризується й показниками якості прийняття управлінських рішень, продуктивністю праці управлінського персоналу та ін., тобто наявністю здібностей керівного складу до прийняття довгострокових стратегічних рішень, створення та практичного використання більш-менш достовірних довгострокових прогнозів, тобто якісними показниками, що мають досить суб'єктивні характеристики та з часом мають тенденцію до їх змін під впливом змін результатів впроваджених рішень та стратегії в часі. Тому, крім зазначених показників для товарів як джерела отримання прибутку

підприємством, на наш погляд, потрібно визначати, чи є характеристики, що вигідно відрізняють його від конкуруючої продукції, та чи можливо використати ці характеристики як конкурентні переваги на даний час на ринку (чи є вони цікавими для споживача при наявних умовах зовнішнього середовища). Для підприємств взагалі – чи здатен комплекс його наявних ресурсів вважатися конкурентним на тлі інших виробників, та чи зможе підприємство скористатися цими перевагами.

Для успішного розвитку підприємства, покращення показників його життєдіяльності керівництву слід формувати високий рівень конкурентоздатності, тобто забезпечити можливість змінювати напрям стратегічного та тактичного розвитку виробничих інтересів, накопичувати кошти та ресурси з метою подальшого кількісного або якісного стрибка, задіювати інноваційні розробки, але в першу чергу – розвинути здібності враховувати та використовувати будь-які конкурентні переваги.

Література:

1. Ареф'єва О. В. Управління потенціалом розвитку промислових підприємств: [монографія] / Ареф'єва О. В., Коренко О. В. - К.: Грот, 2004. - 200 с.

2. Дейнега О.В. Методологічні аспекти оцінювання конкурентоздатності підприємств / О.В. Дейнега // Логістика. – Л.: Вид-во Нац. ун-ту "Львів. політехніка", 2008 - С. 61-68.

3. Коваленко Н.В. Забезпечення конкурентоспроможності національних підприємств у світовій економіці / Н.В. Коваленко. – Донецьк: ІЕП НАН України; Алчевськ: ДонДТУ, 2010. – 426 с.

Статтю відправлено: 07.02.2014 г.

© Кір'ян О.І.