

УДК 339.137.2:[334.71:33.01]

Л. М. Матросова,
доктор економічних наук,
Л. О. Зайцева,
аспірант, ЛНУ імені Тараса Шевченка, м. Луганськ

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА: ПІДХОДИ ЩОДО ВИЗНАЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ СУТНОСТІ ПОНЯТТЯ

Постановка проблеми. Для сучасного коливання стану макро- та мікроекономічних чинників розвитку ринкового середовища, в якому функціонують підприємства, особливої уваги набуває вирішення питань, що пов'язано з можливостями українських підприємств збільшувати конкурентоспроможність на шляху реалізації завдань входження до європейського співтовариства. Саме тому проблема конкурентоспроможності підприємств наразі є актуальною.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Науково-теоретичні підвалини з питання конкурентоспроможності заклали, перш за все, класики економічної теорії – А. Сміт, Д. Рікардо, І. Шумпетер, відомі зарубіжні вчені – Е. Хекшер, П. Самуельсон, М. Портер та інші.

Значний внесок у дослідження проблем конкурентоспроможності внесли російські вчені: М. Гельвановський, Г. Азоев, І. Трофімова, С. Ємельянов, О. Михайлов, Р. Фатхутдінов.

Аналізу конкурентоздатності підприємств України все більше уваги приділяють вітчизняні науковці: Н. Тарнавська, Я. Базилюк, О. Білорус, Ю. Мацейко, Л. Піддубна, А. Воронкова, Ю. Іванов, Б. Губський, Т. Харченко, Т. Омеляненко.

Отже, **метою статті** є опрацювання наукового надбання з питань визначення терміну „конкурентоспроможність підприємства” та подання погляду авторів на сутність цього поняття.

Викладення основного матеріалу. Останнім часом терміни „конкуренція” і „конкурентоспроможність” досить часто вживаються в науковій літературі, стратегічних планах розвитку компаній, програмних документах Уряду. Багато в чому в зв'язку з переходом від експортно-сировинної до інноваційної моделі економічного зростання, що неможливо без створення, закріплення і розширення нових конкурентних переваг економіки країни.

Не зважаючи на велику кількість теоретичних та емпіричних досліджень, проведених і в Україні, і за кордоном, зараз не існує єдиного погляду на питання щодо визначення сутності й критеріїв конкурентоспроможності. Частково це можна пояснити різноманітністю об'єктів, по відношенню до яких можна застосувати це поняття: товар, послуга, підприємство, країна.

Вирішення питання, на якому рівні створюється конкурентоспроможність (країна, регіон, галузь, підприємство), має визначальне значення для вироблення конкретних заходів по її підвищенню.

Поза сумніву, що конкурентоспроможність держави є інтегральним показником, який увібрав в себе такі характеристики:

- 1) можливість країни добитися стійкого економічного зростання;
- 2) ефективне використання виробничих ресурсів підприємствами країни;
- 3) можливість підприємств країни успішно конкурувати на міжнародних ринках;
- 4) можливість країни покращувати життєві стандарти й рівень доходу на душу населення [15].

Надходження інвестицій та впровадження нових технологій сприяють підвищенню конкурентоспроможності підприємства за рахунок зниження витрат, розширення асортименту продукції та покращення її якості. Усе це призводить до зростання відповідних виробництв усередині галузі, продукція яких представлена на внутрішньому й зовнішньому ринках. Таким чином, забезпечення сталого розвитку підприємств є запорукою зростання і конкурентоздатності національної економіки в цілому. У зв'язку з цим дослідження питань, пов'язаних із визначенням конкурентоздатності окремого підприємства, уточненням цього поняття з урахуванням специфіки підприємств конкретних галузей, а також з вивченням чинників, що складають конкурентоспроможність компаній, є дуже актуальним завданням.

Розгляд сутності поняття „конкурентоспроможність підприємств” показує, що цей термін по-різному трактується зарубіжними і вітчизняними фахівцями, що пов'язано з історичними особливостями розвитку економіки, зокрема з тим, що для вітчизняної економіки характерні часті структурні зміни, трансформація інформаційного і методологічного забезпечення процесів управління, а також низка інших характеристик. У зв'язку з цим доцільно вивчити й узагальнити зарубіжні й вітчизняні змістовні підходи щодо визначення терміну „конкурентоспроможність”.

Розвиток змістовних компонент визначення „конкурентоспроможність” багато в чому повторює

еволюцію поглядів на конкуренцію, у дослідженнях зарубіжних економістів XIX – XX ст., зокрема, американських та англійських:

– Э. Чемберлен і Дж. Робінсон вважали, що конкурентоспроможність – це не лише можливість протистояти конкурентам, але й уникати боротьби, розвиваючи нові ринки диференцьованої продукції;

– Й. Шумпетер і П. Ромер відмічали, що конкурентоспроможності підприємства визначається здатністю створювати нові технології, нові ринки і ідеї;

– Б. Хендерсон і О. Уільямсон в основу конкурентоспроможності поклали низькі витрати виробництва, що отримуються в результаті застосування ефективніших методів виробництва при порівнянні з цінами конкурентів;

Г. Хемел і К. Прахад характеризували конкурентоспроможності як здатність передбачення, засновану на навичках, знаннях, досвіді і інтелектуальному лідерстві [5, с. 126].

Не зважаючи на те, що зазначені вище трактування містять різні компоненти, – Э. Чемберлен і Дж. Робінсон говорять про боротьбу в цілях розвитку ринку, Й. Шумпетер і П. Ромер вважають найбільш важливою новаторську роль конкурентоспроможності, Б. Хендерсон і О. Уільямсон визначають як основу конкурентоздатності низькі витрати виробництва, а Г. Хемел і К. Прахад доповнюють, що це досягається на базі певних навичок і досвіді, – що, правомірно узагальнює уявлення про конкурентоспроможність в західному трактуванні й дозволяє представити таке визначення.

Конкурентоспроможність підприємств розглядається як здатність виробника передбачати і застосувати найбільш ефективні методи виробництва і просування товарів, робіт і послуг, що відповідають запитам покупців порівняно з іншими аналогічними товарами, представленими на ринку на основі мінімальних виробничих витрат, а також унікальних навичок, технологій і досвіді. Найбільш поширеною серед зарубіжних авторів є думка, що конкурентоспроможність визначається, з одного боку, якісними характеристиками товару – його технічним рівнем, споживчими властивостями, а з іншого – кількісними – цінами, що встановлені продавцями товарів [5, с. 126 – 127].

В Україні визначення „економічна конкуренція” прописано в Законі „Про захист економічної конкуренції”, де зазначено, що це змагання між суб’єктами господарювання з метою здобуття завдяки власним досягненням переваг над іншими суб’єктами господарювання, внаслідок чого споживачі, суб’єкти господарювання мають можливість вибирати між кількома продавцями, покупцями, а окремий суб’єкт господарювання не може визначати умови обороту товарів на ринку [6].

Під час аналізу змістовних компонентів визначення „конкурентоспроможність”, які надаються

науковцями України та Росії, також простежуються відмінності в конкретних формулюваннях, бо існують економічний та соціально-політичний підходи, загальноринковий або класово орієнтований; побудований на діалозі й грі, за правилами або на протистоянні й крайніх заходах. Існують відмінності у формулюваннях також залежно від того, на які галузі допускається поширення в цьому суспільстві вимог і норм ринку: тільки на галузь звернення, тобто, усе будеться на традиційному, вузькому підході, або на галузь руху капіталу й продажу робочої сили, тобто визначальним є більш широкий підхід [1, с. 18].

Але незмінним є той факт, що конкурентоспроможність виявляється лише в умовах суперництва, боротьби. Так, С. Ожегов при розгляді конкурентоспроможності підприємства акцентує увагу на протистоянні конкурентам; В. Петров виділяє внутрішні властивості підприємства, які дозволяють зайняти своє місце на ринку серед конкурентів у результаті беззбиткової діяльності підприємства.

Інші автори поняття конкурентоспроможність отожднюють з економічними відносинами, що засновані на взаємній згоді між суб’єктами ринку з приводу переходу прав власності на товари або можливість отримання послуг. Науковці П. Зулькарпаєв, Л. Ільєсова під час визначення конкурентоздатності підприємства акцентують увагу на заволодінні певної ніши на ринку; Л. Балабанова виділяє здатність підприємства виготовляти необхідну кількість якісного товару, пропонуючи більш вигідні умови, ніж у конкурентів.

Деякі автори поняття конкурентоспроможність трактують переважно як конкурентоспроможність товару, продукції. Так, Т. Уварова звертає увагу під час визначення суті цього поняття на здатність підприємства виготовляти продукцію дешевше, ніж у конкурентів; В. Грошев виділяє комплексні, споживчі властивості товару; М. Книш – ступінь привабливості продукту; А. Кредісов акцентує увагу на відмінності конкурентного товару з позиції потреб, витрат на їх задоволення. Але визначення конкурентоздатності, що сфокусовані тільки на товарах, не розкривають повного змісту виробництва, яке є предметом діяльності підприємств.

За своєю економічною сутністю конкурентоспроможність підприємства становить собою більш широку системну категорію, що включає в себе конкурентоспроможність товару, як підсистему. Промислові підприємства випускають широку номенклатуру виробів, виробництво яких для них різновигідно, тобто розрізняється за економічними показниками витрат, результатів, а значить, віддачі ресурсів за один і той же календарний період, особливо в динаміці. Тому, економічні показники кожного підприємства є приблизними й похідними від показників виготовлення конкретних виробів. Оцінка конкурентоздатності виробів застосовується до кожного конкретного виду,

а конкурентоспроможність підприємства охоплює всю номенклатуру продукції, що виготовляється в динаміці та при охопленні всієї структури, а також усіх видів виробничо-економічної діяльності, що здійснюються підприємством, включаючи роботи і послуги, валютно-фінансові операції [2, с. 26].

Також є автори, які у своєму розумінні конкурентоспроможності підприємства, базуються на теорії конкурентної переваги: Ю. Макогон, Ю. Гохберг, О. Чернега, котрі під час визначення суті конкурентоспроможності підприємства розуміють вдале використання зовнішніх та внутрішніх ресурсів для визначення конкурентних переваг; Н. Ушакова акцентує увагу на узагальненні оцінки конкурентних переваг для досягнення прибуткового функціонування підприємства; Г. Азоев в основу поняття конкурентоспроможності вкладає результативність використання та управління власними та запозиченими ресурсами; І. Піддубний та А. Піддубна під конкурентноздатністю підприємства розуміють можливість ефективно функціонувати основному виробництву підприємства при використанні конкурентних переваг в середовищі, що постійно змінюється.

Але більшість вчених трактують конкурентоспроможність як комплексну характеристику діяльності підприємства, засновану на аналізі різних аспектів виробничо-господарської діяльності, що дозволяє визначити сильні позиції підприємства в конкурентній боротьбі та знайти способи досягнення переваг над конкурентами. Науковці З. Шершньова та С. Оборська розглядають конкурентоспроможність як рівень компетенції підприємства щодо інших підприємств-конкурентів у накопиченні і використанні виробничого потенціалу певної спрямованості, а також його окремих складових: технології, ресурсів, менеджменту, навичок і знань персоналу тощо, які знаходять відображення в таких результативних показниках, як: якість продукції, прибутковість, продуктивність [14, с. 176]. Тобто, автори виділяють переваги підприємства стосовно конкурентів, які дозволяють підвищити показники виробничої діяльності (якість, продуктивність та прибутковість).

Багато авторів займаються проблемою дослідження конкурентоспроможності підприємства, але щоб краще розкрити суть цієї категорії, деякі з них вдаються до таких наукових підходів (рис. 1.).

Проаналізувавши виділення ключових значень і об'єднавши твердження науковців, що дотримуються компаративного підходу під час визначення конкурентоспроможності підприємства, зазначимо, що конкурентоспроможність підприємства – це перевага підприємства, яка має динамічний характер, виявляє себе в успішній конкурентній боротьбі, під час змагань за обмежений платоспроможний попит споживачів, при якому підприємство здатне: проектувати, виготовляти та збувати в певних конкретних умовах

товари за умови задоволення конкретних потреб порівняно з аналогічними об'єктами, представленими на певному ринку, протистоянні іншим суперникам під час досягнення своїх цілей в умовах ринку та при випередженні їх в досягненні.

Зауважимо, що представлене твердження більшою мірою пов'язане з конкурентоспроможністю товару й не враховує ефективність функціонування підприємства з його взаємопов'язаною сукупністю техніко-технологічного, майно-фінансового, товарно-ресурсного, науково-дослідницького потенціалу в конкурентному середовищі.

Науковці, які дотримуються ресурсного підходу, щодо визначення поняття конкурентноздатності підприємства, за визначенням А. Юданова [16, с. 343] відмічають залежність виробництва від загальної ефективної діяльності підприємства та досконалого використання ресурсів цим підприємством. Тому узагальнення визначень авторів (рис. 1.) дозволяє розглядати конкурентоспроможність підприємства, як здатність підприємства досконало використовувати ресурси, та задовольняти вимоги покупців, у потрібній кількості при забезпеченні високого рівня життя населенню й можливості реалізувати наявний у регіоні економічний потенціал.

Узагальнене визначення, отримане з ключових тверджень А. Юданова, В. Синько, Б. Вольдера, П. Беленького, опосередковано розкриває значення ресурсів підприємства, як одного з вирішальних факторів при створенні конкурентноздатного продукту, а також не враховує порівняльний характер, який є ключовим під час формування ринкових відносин, але в визначенні спостерігається взаємозв'язок з конкурентоспроможністю регіону та можливістю забезпечити високий рівень життя населення, що має соціальний характер.

Трактування конкурентноздатності підприємства, що базуються на сполученні компаративного й ресурсного підходів, на думку науковців Ю. Іванова, П. Орлова, О. Іванової, розглядається, з одного боку, як задоволення запитів споживачів; з іншого – як ефективність виробничо-господарської діяльності в умовах конкурентного середовища. Але загальний недолік цих підходів полягає в тому, що в них не передбачено оцінки ефективності адаптації підприємства до зміни умов навколишнього середовища [9, с. 22].

Проаналізувавши твердження науковців, які у визначенні конкурентоспроможності підприємства посилаються на зв'язок компаративного й ресурсного підходів (рис. 1.), зазначимо, що конкурентоспроможність підприємства – постійна оцінка діяльності підприємств стосовно конкурентів, його раціональності, вміння приймати рішення, нагромаджувати та використовувати виробничий потенціал, для перетворення його обсягів в конкурентну перевагу, яка дозволить зайняти свій щабель в ринковому госпо-

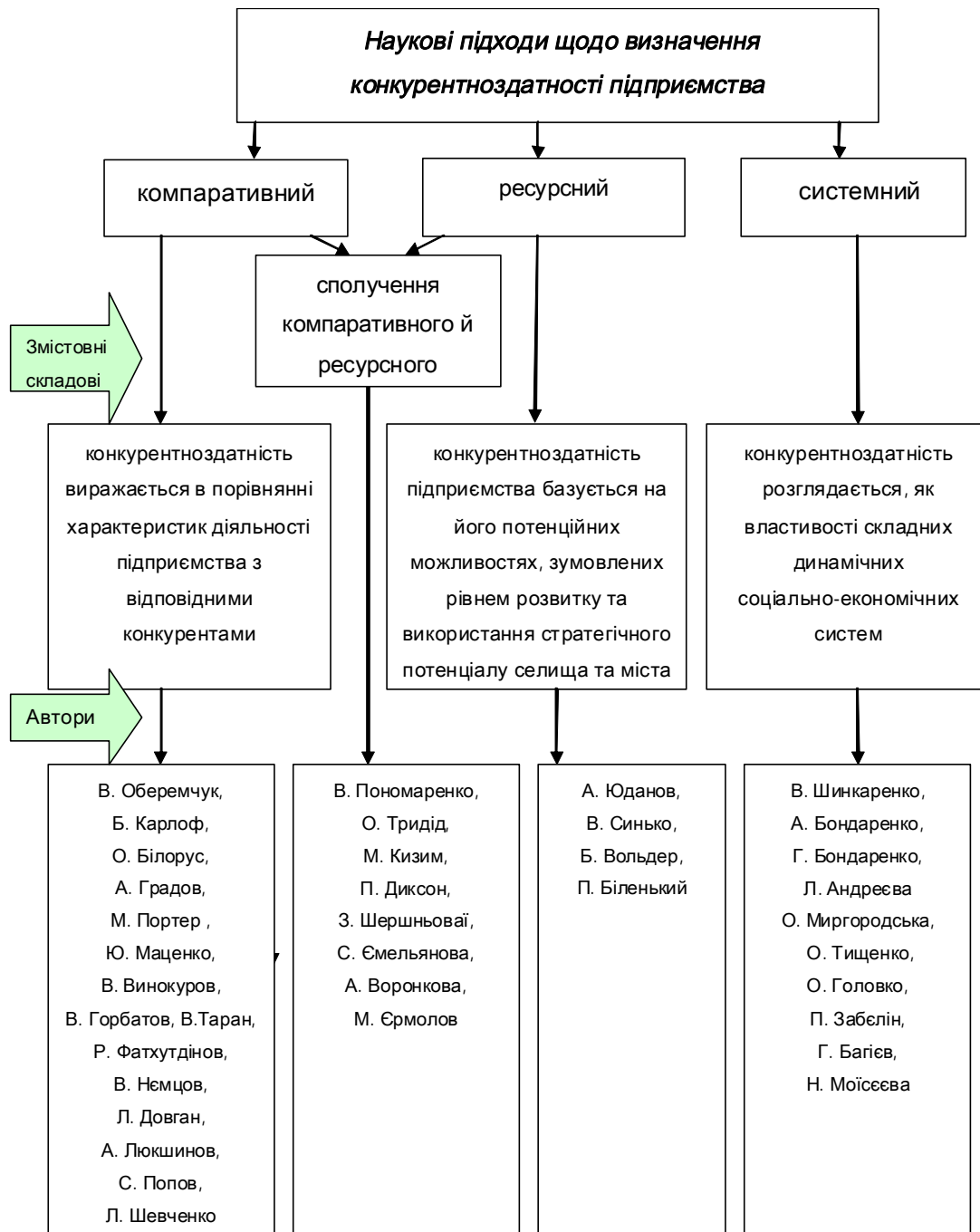


Рис. 1. Характеристика наукових підходів щодо визначення конкурентоспроможності підприємства

дарстві, покрити всі витрати виробництва й отримати прибуток від господарської діяльності, шляхом відмінності процесу розвитку такого виробника від виробника-конкурента, і за ступенем задоволення своїми товарами чи послугами конкретної суспільної потреби, і за ефективністю виробничої діяльності.

Системний підхід до дослідження конкурентоспроможності підприємства базується на глибокому вивченні процесів, що відбуваються у внутрішньому

середовищі підприємства, що відображає його взаємовідносини із зовнішнім середовищем [9, с. 22], На думку Ю. Іванова, конкурентоспроможність – це „здатність виробничо-економічних систем змінювати траєкторію розвитку або намічений режим функціонування в процесі адаптації до змін зовнішнього середовища з метою збереження, розвитку тих, що вже існують, або створення нових конкурентних переваг” [8, с. 24]; А. Тищенко, О. Головка розглядають конку-

рентоспроможність як „здатність підприємства до отримання синергійного ефекту від раціонального використання наявних та новостворених у процесі реалізації стратегій розвитку конкурентних переваг” [11, с. 51].

Інші автори, що розглядають сутність конкурентоспроможності підприємства з боку системного підходу (рис. 1.), відмічають, що це – динамічна характеристика системи взаємозалежних елементів, що складається із внутрішнього середовища підприємства, його споживачів і конкурентів, об’єднаних в єдине ціле, при якому формуються її конкурентні переваги та їх раціональне використання приводить до синергійного ефекту, від якого підприємство отримує прибуток більш ніж вкладений капітал, при пристосуванні виробника до умов конкуренції на ринку, що змінюються.

Швейцарська організація „European management forum” наводить найбільш глибоке визначення: „конкурентоспроможність – це реальна і потенційна здатність компаній, а також наявні у них для цього можливостей проектувати, виготовляти і продавати в тих умовах, в яких їм доводиться діяти, товари, які за ціновими і неціновими характеристиками в комплексі більш привабливі для споживачів, ніж товари їх конкурентів” [3, с. 99]. Це формулювання передбачає необхідність оцінки конкурентоспроможності підприємства за його реальними й потенційними можливостями [2, с. 27].

Із зазначених вище трактувань конкурентоспроможності підприємства, останнє, що належить швейцарській організації „European management forum”, найбільш ємніше, тому що в ньому приділяється увага конкурентним перевагам підприємства, можливості пристосування до мінливих умов ринку за рахунок виробництва та збуту більш привабливих для споживачів товарів ніж у конкурентів, але під конкурентоспроможністю слід розуміти „не тільки ефективність, але й динаміку пристосування підприємства до умов зовнішнього середовища, що змінюються” – відмічає Ю. Іванов [7, с. 24].

Проведений аналіз різноманітних авторських позицій на предмет визначення конкурентоспроможності підприємства демонструє зв’язок:

- з ототожненням конкурентоспроможності підприємства і конкурентоспроможності продукції;
- з масштабами даної конкурентоспроможності: на регіональному, національному або світовому ринках (підприємство, галузь, країна);
- з підміною одного поняття іншим (конкурентний статус, конкурентний рівень);
- з характеристикою будь-якої складової конкурентоспроможності підприємства: конкурентоспроможність виробничого, трудового потенціалу та ін. [2, с. 25 – 26].

У зв’язку з цим, Р. Фатхутдинов відмічає місткість поняття конкурентоспроможності, оскільки воно:

- синтезує технічні, технологічні, економічні,

соціальні, психологічні і управлінські аспекти проектування, створення, реалізації і використання об’єкту;

- інтегрує показники якості і ресурсомісткості всіх процесів і об’єктів в усіх стадіях їх життєвого циклу;
- забезпечується на основі управління по усіх загальних функціях від аналізу проблеми до її рішення;
- формується на всіх стадіях життєвого циклу об’єкта від стратегічного маркетингу, інноваційної діяльності до кінцевого використання (списання, утилізації) [13, с. 16 – 17].

Не зважаючи на різні визначення, складність і багатоаспектність феномену конкурентоспроможності, Т. Юрьєва, А. Волжанин, Д. Цин виділяють такі основні його характеристики:

- конкурентоспроможність має відносний характер, оскільки вона може бути оцінена тільки шляхом порівняння з іншими суб’єктами відносно умов конкретного ринку, часу та сфери змагання на цьому ринку;
- конкурентоспроможності властива багатоаспектність, що проявляється у впливі на широкий комплекс характеристик суб’єктів конкуренції;
- конкурентоспроможність є багаторівневим поняттям, що відображає ієрархію суб’єктів конкуренції; як правило, конкурентні відносини поділяються на мікро-, мезо- та макрорівні й відповідні їм поняття конкурентоспроможності товару (послуги), організації, галузі, регіону, країни та інші [17, с. 9].
- конкурентоспроможність носить часовий характер (динамічність), що характеризує місце суб’єкта у конкурентному полі в координатах часу як результат його конкурентної діяльності [12, с. 38 – 39].

З урахуванням розглянутих визначень конкурентоспроможності підприємства та її значення в розвитку промисловості С. Судомир відмічає, що [4, с. 45]:

- по-перше, конкурентоспроможність підприємства, товару чи послуги може визначити і підтвердити тільки ринок та його споживач. Це значить, що конкурентоспроможність – це категорія визначення суб’єктами ринкового середовища;
- по-друге, вона виявляється при організаційній взаємодії внутрішнього і зовнішнього середовища;
- по-третє, конкурентоспроможність як явище має динамічний характер;
- по-четверте, конкурентоспроможність – це баланс попиту і пропозиції [10].

Висновки. Таким чином, за результатами дослідження значної кількості тверджень вітчизняних і зарубіжних авторів на предмет з’ясування змісту та сутності терміну „конкурентоспроможність підприємства”, можна запропонувати трактування авторів щодо визначення цієї економічної категорії.

Під конкурентоспроможністю підприємства слід розуміти складний і багатоаспектний показник, який узагальнює і підсумовує результативність діяльності підприємства, що базується на здатності отримання

синергійного ефекту від використання наявних та запозичених ресурсів, які можуть стати для нього конкурентною перевагою в порівнянні з суперниками та дозволять зайняти, зберігати та розширяти свою нішу на ринку в умовах нестабільного зовнішнього середовища.

Під час розгляду терміну „конкурентоспроможність підприємства” необхідно враховувати складну взаємодію економічних, науково-технічних, виробничих, організаційно-управлінських, маркетингових та інших чинників та можливостей не лише окремого підприємства, але й галузі в цілому, що вимагає подальшого дослідження дефініції „конкурентоспроможність підприємства”.

Література

1. **Азоев Г. Л.** Конкуренция: анализ, стратегия, практика / Г. Л. Азоев. – М.: Изд-во „Центр экономики и маркетинга”, 1996. – 208 с. 2. **Воронкова А. Э.** Стратегическое управление конкурентоспособным потенциалом предприятия: диагностика и организация / А. Э. Воронкова. – Луганск: Изд-во Восточноукр. нац. ун-та, 2000. – 315 с. 3. **Градов А. П.** Экономическая стратегия фирмы / А. П. Градов. – СПб.: Спецлитература, 1995. – 428 с. 4. **Гудзинський О. Д.** Управління формуванням конкурентоспроможного потенціалу підприємств (теоретико-методологічний аспект): [моногр.] / О. Д. Гудзинський, С. М. Судомир. – К.: ІПК ДСЗУ, 2010. – 212 с. 5. **Данилов И. А.** Ретроспективный анализ трактования терминов „конкурентоспособность” и „конкурентное преимущество” отечественными и зарубежными авторами [Электронный ресурс] / И. А. Данилов, Е. В. Волкова // Вестник Челябинского государственного университета. – 2010. – № 3 (184). – Режим доступа: <http://www.lib.csu.ru/vch/184/024.pdf> 6. **Про захист економічної конкуренції** [Текст]: Закон України від 11.01.2001 № 2210-III / Верховна Рада України [Електронний ресурс]. – Режим доступа: <http://zakon.rada.gov.ua> 7. **Иванов Ю. Б.** Конкурентоспособность предприятия в условиях формирования рыночной экономики / Ю. Б. Иванов. – Харьков: РИО ХГЭУ, 1997. – 246 с. 8. **Иванов Ю. Б.** Организационно-экономические проблемы обеспечения конкурентоспособности промышленных предприятий в условиях формирования рыночных отношений: автореф. дис. на соиск. науч. степ. д. э. н. / Ю. Б. Иванов. – Х.: ХГЭУ, 1997. – 31 с. 9. **Иванов Ю. Б.** Конкурентні переваги підприємства: оцінка, формування та розвиток: [моногр.] / Ю. Б. Иванов, П. А. Орлов, О. Ю. Иванова. – Харків: ІНЖЕК, 2008. – 352 с. 10. **Роман Б.Є.** Конкурентоспроможність підприємства як складова його потенціалу [Електронний ресурс] / Б. Є Роман. – Режим доступа: <http://www.rusnauka.com> 11. **Тищенко А. Н.** Стратегия управления развитием предприятия / А. Н. Тищенко, О. С. Головкин. – Х.: ЭДЭНА, 2003. – 198 с. 12. **Управ-**

ління конкурентоспроможністю підприємства: [навч. посіб.] / С. М. Клименко, Т. В. Омеляненко, Д. О. Барабась, О. С. Дуброва, А. В. Вакуленко. – К.: КНЕУ, 2008. – 520 с. 10. – 144 с. 13. **Фатхутдинов Р. А.** Стратегическая конкурентоспособность: [учеб. для вузов] / Р. А. Фатхутдинов. – М.: Экономика, 2005. – 544 с. 14. **Шершньова З. Є.** Стратегічне управління: [навч. посіб.] / З. Є. Шершньова, С. В. Оборська – К.: КНЕУ, 1999. – 384 с. 15. **Шумилина Е. В.** Показатель стоимости компании как критерий оценки уровня ее конкурентоспособности [Электронный ресурс] / Е. В. Шумилина // Управление экономическими системами. – 2011. – № 3. – Режим доступа: <http://uecs.ru/teoriya-upravleniya/item/365-2011-04-04-07-47-52> 16. **Юданов А. Ю.** Конкуренция: теория и практика: [учеб.-практ. пособ.] / А. Ю. Юданов. – М.: Тандем; ГНОМ-ПРЕСС, 1999. – 416 с. 17. **Юрьева Т. В.** Конкурентная политика организации в условиях кризиса / Т. В. Юрьева, А. В. Волжанин, Чжан Цин. – М.: Проспект, 2010. – 144 с.

Матросова Л. М., Зайцева Л. О. Конкурентоспроможність підприємства: підходи щодо визначення економічної сутності поняття

У статті подано аналіз визначення поняття „конкурентоспроможність підприємства” зарубіжними та вітчизняними авторами, розглянуто його зміст і запропоновано узагальне трактування економічної сутності зазначеного терміну.

Ключові слова: конкуренція, конкурентоспроможність, підприємство, компаративний, ресурсний, системний підхід.

Матросова Л. М., Зайцева Л. А. Конкурентоспособность предприятия: подходы к определению экономической сущности понятия

В статье проведен анализ определения понятия „конкурентоспособность предприятия” зарубежными и отечественными авторами, рассмотрено его содержание и предложена обобщенная трактовка указанного термина.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентоспособность, предприятие, компаративный, ресурсный, системный подход.

Matrosova L. M., Zaiceva L. O. Competitiveness of the enterprise: approaches to definition of economic essence of concept

In article the analysis of definition of concept „competitiveness of the enterprise” is carried out by foreign and Ukrainian authors, its contents are considered and the generalized treatment of the specified term is offered.

Key words: competition, competitiveness, enterprise, comparative, resource, system approach.

Стаття надійшла до редакції 17.07.2012

Прийнято до друку 15.09.2012