

Дослідження сутності поняття «конкурентоспроможність»

Ю. Ю. ЛЕОНТ'ЄВА, К. А. РУДАКОВА

Харківська національна академія міського господарства

Поняття «конкурентоспроможність» інтерпретується і аналізується в залежності від економічного об'єкту, який розглядається. Критерії, характеристики і фактори динаміки конкурентоспроможності на рівні товару, підприємства, галузі, регіональної економіки мають свою специфіку.

Слід звернути увагу на багатозначності трактувань сутності поняття «конкурентоспроможність» сучасними вченими-економістами (табл.).

Таблиця Визначення поняття «конкурентоспроможність»

Автор	Визначення
1	2
Ожегов С.І.	Конкурентоспроможність – це здатність витримувати конкуренцію, протистояти конкурентам
Книш М.І.	Конкурентоспроможність – це ступінь привабливості даного продукту для здійснюючого реальну покупку споживача
Фатхутдінов Р.А.	Конкурентоспроможність – це здатність об'єкта витримувати конкуренцію в порівнянні з аналогічними об'єктами на даному ринку
Забелін П.В., Моїсеева М.К.	Конкурентоспроможність – це здатність приносити прибуток на вкладений капітал в короткостроковому періоді не нижче заданої, або як перевищення над середньостатистичної прибутком у відповідній сфері бізнесу
Грошев В.П.	Конкурентоспроможність – це комплекс споживчих властивостей товару, що визначає його відмінність від інших аналогічних товарів за ступенем і рівнем задоволення потреб покупців і витрат на його придбання та експлуатацію
Кредісов А.І.	Конкурентоспроможність – це характеристика товару, що відображає його відмінність від аналогічного конкурентного товару як за ступенем відповідності конкретній потребі, так і за витратами на її задоволення
Андреева О.Д.	Конкурентоспроможність – це характеристика товару-конкурента за ступенем відповідності конкурентної суспільної потреби і за витратами на її задоволення

Швець В.Є.	Конкурентоспроможність продукції є не що інше, як прояв якості продукції в умовах ринкових відносин і визначається здатністю продукції бути проданою на конкретному ринку, в максимально можливому обсязі і без збитків для виробника
Фасхієва Х.А.	Конкурентоспроможність – це оцінена споживачем властивість об'єкта перевершувати в певний момент часу без шкоди виробнику за якісними і ціновими характеристиками аналогів в конкретному сегменті ринку
В. Стівенсон	Конкурентоспроможність характеризує те, наскільки ефективно компанія задовольняє потреби клієнта в порівнянні з іншими компаніями, які пропонують подібний товар або послугу
Єрмолов М.О.	Конкурентоспроможність – це відносна характеристика, що відображає відмінності в процесі розвитку певного виробника від виробника конкурента як за ступенем задоволення своїми товарами, так і за ефективністю виробничої діяльності
Хруцький В.Є., Корнеєва І.В.	Конкурентоспроможність – це стабільна можливість задовольняти певні потреби покупців краще, ніж конкуренти, і завдяки цьому вдало продавати продукцію з прийнятними фінансовими результатами для виробника
Піддубний І.О., Піддубна А.І.	Конкурентоспроможність – це потенційна або реалізовані здатність економічного суб'єкта до функціонування в релевантної зовнішньому середовищі, яке ґрунтується на конкурентних перевагах і відображає його позицію щодо конкурентів
Райзберг Б.А.	Конкурентоспроможність – це реальна і потенційна можливість фірм в існуючих для них умовах проектувати, виготовляти та збувати товари, які за ціновими і неціновими характеристиками є більш привабливими для споживачів, ніж товари їх конкурентів

Розбіжності та різноманітність авторських позицій стосовно визначення поняття конкурентоспроможності пов'язані з:

- ототожненням конкурентоспроможності підприємства та конкурентоспроможності продукції або послуг;
- масштабами розгляду конкурентоспроможності: на регіональному, національному або світовому ринку (підприємство, галузь, країна);
- заміною одного поняття іншим (конкурентний статус, конкурентний рівень).

