

Віорел БУРЛАКУ

Здобувач вищої освіти ОС «Магістр»

спеціальності «Менеджмент»,

Науковий керівник: **Покотильська Н.В.**,

канд. екон. наук, доцент кафедри менеджменту,

публічного управління та адміністрування ЗВО "ПДУ",

м. Кам'янець-Подільський

СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Розвиток галузей економіки в умовах посилення конкуренції та глобалізації ринків сприяє зростанню ролі стратегічного управління суб'єктами господарювання в виробництві країни. Це визначає необхідність пошуку сучасною економічною наукою нових методів та інструментів стратегічного управління конкурентоспроможністю підприємств.

Здатність господарюючих суб'єктів вести конкурентне суперництво з іншими виробниками в межах ринкового простору визначає базис категорії конкурентоспроможність. Існуючий в ринковій економіці безперервний процес суспільного відтворення неможливий без підприємств як фундаментальних суб'єктів конкуренції, які являють собою активну сторону конкурентних відносин. З іншого боку відносини між суб'єктами позбавлені будь-якого змісту, якщо вони не пов'язані з продуктивними силами економіки. Соціально-економічним системам різного рівня конкуренції в ринковій економіці притаманна багаторівнева ієрархія, яка складається: об'єктів мікро,- мезо- та макрорівня. До них можемо віднести відокремлені господарські одиниці, їх об'єднання і структури різного рівня інтегрованості, суб'єкти управління яких мають право приймати та реалізовувати самостійні управлінські рішення, а також регіони, держава [1].

Б. Збарський зазначає, що об'єкти конкурентоспроможності, розподілені ієрархічно таким чином: на конкурентоспроможному товарі ґрунтується конкурентоспроможність підприємства, конкурентоспроможність галузі

формують конкурентоспроможні підприємства, які функціонують у даній галузі, а конкурентоспроможність країни формується з конкурентоспроможних галузей [2]. З цієї позиції підкреслюється провідна роль конкурентоспроможності товару як найнижчого ланцюга в ієрархії конкурентоспроможностей і концентрують увагу саме на забезпеченні останньої, обґрунтовують це тим, що конкурентоспроможність товару дасть змогу забезпечити конкурентоспроможність на вищих рівнях. Протилежною є точка зору дослідників для яких «базовим рівнем є конкурентоспроможність підприємства, яка включає до свого складу конкурентоспроможність продукції. Таким чином, конкурентоспроможні виробники в змозі не тільки випускати продукцію, яка за своїми споживчими параметрами перевершує конкуруючі товари, але й протистояти конкурентам внутрішнього і зовнішнього середовища. Конкурентоспроможність продукції в цьому випадку відображає тактичну можливість суб'єкта конкурувати в конкретний проміжок часу» [1]. Отже, між конкурентоспроможністю підприємства і товару існує діалектичний взаємозв'язок і єдність, що засвідчує необхідну умову міцних конкурентних позицій підприємства – конкурентоспроможність товару, яка водночас виступає і як наслідок високого рівня конкурентоспроможності підприємства.

А. Гальчинський та В. Геєць розглядають конкурентоспроможність «...як ступінь відповідності конкретного товару в даний момент часу вимогам обраного ринку з економічних, екологічних і інших характеристик» [1]. Перевагою такого підходу є його динамічність, тобто конкурентоспроможність товару аналізується і оцінюється як динамічна функція в певному фіксованому часовому інтервалі.

За визначенням З. Шершньова, конкурентоспроможність підприємства – це «рівень його компетенції відносно інших підприємств-конкурентів у накопиченні та використанні виробничого потенціалу певної спрямованості, а також його окремих складових: технології, ресурсів, менеджменту (особливо – стратегічного планування), навичок і знань персоналу, що знаходить вираження в таких результативних показниках, як якість продукції, прибутковість,

продуктивність тощо» [3, с. 59]. Н. Ботвіна визначає конкурентоспроможність як концентрований вираз сукупності можливостей підприємства та резервів виробляти й реалізовувати на ринку якісну сільськогосподарську продукцію (ресурсного потенціалу, спеціалізації та диверсифікації виробництва, інновацій, організації та управління) [4, с. 4]. С. Мочерний розуміє під конкурентоспроможністю «...здатність працювати прибутково, використовуючи всі наявні фактори виробництва і виробляти продукцію за певними параметрами кращу, ніж продукція конкурентів» [5, с. 164].

Під конкурентоспроможністю підприємства також розуміється «можливість отримання певних конкурентних переваг, яких можна добитися за рахунок досягнень науково-технічного прогресу та інновацій». Г. Азоев, А. Челенков розглядають конкурентоспроможність фірми як її «...можливість ефективно розпоряджатися власними й залученими ресурсами в умовах конкурентного ринку». В. Збарський, М. Місевич дають таке визначення: «...конкурентоспроможність підприємства це комплексна порівняльна характеристика підприємства, яка відображає переваги сукупності показників його діяльності та забезпечує успіх на певному сегменті ринку за певний проміжок часу щодо сукупності показників підприємств-конкурентів» [1]. Отже, важливими та невід'ємними складовими компонентами конкурентоспроможності, які свідчать про її факторну природу, є конкурентні переваги.

На думку І. Герчикової, поняття «конкурентоспроможність підприємства» має багато граней і поширюється на всі складові діяльності підприємства, в тому числі на такі, як вироблений товар і його основні характеристики, а також організаційні, фінансові та виробничі характеристики самого підприємства. Дослідження підходів науковців до розкриття сутності конкурентоспроможності підприємства дозволило виокремити характерні риси, які притаманні цій категорії: виробництво конкурентоспроможної продукції з відповідним рівнем якості, що задовольняє потреби споживачів; наявність та реалізація конкурентних переваг; ефективне використання економічного

потенціалу і протистояння конкуренції з боку інших учасників ринку; адаптація до зовнішніх умов господарювання та досягнення стійкого становища підприємства на ринку. Конкурентоспроможність підприємства необхідно розглядати і як систему, яка складається з безперервно взаємодіючих факторів, і характеризує ступінь реалізації потенційних можливостей підприємства з придбання і утримання протягом досить тривалого періоду часу конкурентної переваги [1]. Тому під конкурентоспроможністю слід розуміти не тільки ефективність, але й ступінь динамічності пристосування підприємства до мінливих умов зовнішнього середовища.

Список використаних джерел

1. Сітковська А.О. Стратегічне управління конкурентоспроможністю аграрних підприємств: науково-методичні аспекти формування, імплементації та контролінгу : автор. дис. докт. екон. наук : 08.00.04 / Київ, 2023. 30 с.
2. Збарський В.К., Місевич М.А. Конкурентоспроможність високотоварних сільськогосподарських підприємств. К.: ННЦ ІАЕ, 2009. 310 с.
3. Шершньова З. Є. Стратегічне управління: підручник К.: КНЕУ, 2004. 699 с.
4. Ботвіна Н.О. Підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств: автореф. дис. канд. екон. наук: 08.00.04. Сімферополь, 2008. 19 с.
5. Мочерний С.В. Економічна теорія: навчальний посібник. Київ: «Академія», 2008. 640 с.