

ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ПОНЯТТЯ «КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ»

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Доповідь присвячена проблемі конкурентоспроможності підприємств, розглядаються теоретичні аспекти поняття «конкуренція» та «конкурентоспроможність». Наводяться погляди вчених на проблеми конкуренції та виділені основні підходи до загального розуміння цих понять.

Ключові слова: конкуренція, конкурентоспроможність, рівень конкурентоспроможності, підприємство.

Abstract

The report is devoted to the problem of the competitiveness of enterprises, the theoretical aspects of the concept of "competition" and "competitiveness" are considered. The views of scientists on the problems of competition and the main approaches to the general understanding of these concepts are highlighted.

Keywords: competition, competitiveness, level of competitiveness, enterprise.

Вступ

В нинішніх умовах глобалізованого світу конкурентоспроможність підприємства є однією з найбільш актуальних проблем між науковцями, менеджерами, інвесторами та робітниками підприємств. Адже саме вона показує здатність підприємства пристосовуватись до швидкозмінного ринкового середовища, змін фіскальної системи, законодавчих нововведень, залучати кошти інвесторів для фінансування своєї діяльності, прогнозувати цінову та асортиментну політику конкурентів, оптимізувати ефективність використання наявних виробничих потужностей та сировини, забезпечувати постійний високий рівень кваліфікації власних кадрів та інші аспекти, які відповідають за формування рівня успішності організації на ринку.

Відповідно, конкурентоспроможність підприємства передбачає, що ринкові суб'єкти підприємництва постійно проводять моніторинг аналогічних підприємств та самі знаходяться під спостереженням конкурентів, а їх здатність пристосуватись до внутрішніх та зовнішніх змін та витримувати конкуренцію зі сторони суперників і визначає рівень їхньої конкурентоспроможності.

Результати дослідження

Конкуренція є важливим атрибутом ринкової економіки. Сам ринок не може нормально існувати без розвинутих форм конкуренції.

Конкуренція є необхідною і найважливішим елементом ринкового механізму господарювання, але характер і форми її на різних ринках і в різних ринкових ситуаціях неоднакові. В умовах ринкової економіки конкуренція є важливим механізмом економічних зв'язків між виробниками та споживачами. Хоча конкуренція і пов'язана з певними витратами (зокрема, з посиленням соціально-економічної диференціації в суспільстві), вона забезпечує чималий економічний ефект, стимулюючи зниження цін, підвищення якості та асортименту випускаємої продукції, впровадження науково-технічних досягнень [1, с. 86].

У Законі України «Про захист економічної конкуренції» конкуренція визначається як «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» [2 с.12].

Конкурентоспроможність — синтетичний показник, який відбиває сукупний прояв багатьох факторів — від динаміки та рівня розвитку національної економіки до вміння організувати й керувати процесом формування якості й конкурентоспроможності в рамках будь-якої господарської одиниці.

Г. М. Скудар продовжив думку М. Портера, стверджуючи, що конкурентоспроможність – це багатостороння економічна категорія, яка може розглядатися на рівні товару, товаровиробника, галузі, країни. Він обґрунтовує те, що конкурентоспроможність обумовлена економічними, соціальними та політичними факторами позиції країни або товаровиробника на внутрішньому та зовнішньому ринках [3, с. 31].

В загальному поняття «конкурентоспроможність» класифікується за різними ознаками:

1. за територіально-географічною сферою:
 - 1.1 міжнародна;
 - 1.2 внутрішньо-національна;
 - 1.3 регіональна;
2. за рівнем конкуруючих об'єктів:
 - 2.1 комплекс галузей;
 - 2.2 підприємства;
 - 2.3 товару;
3. за фіксацією у часі:
 - 3.1 на визначену дату в минулому;
 - 3.2 поточна;
 - 3.3 прогнозна.

Розглядаючи класифікації категорії «конкурентоспроможність» за різними параметрами можна підвести підсумок, що вона застосовується по відношенню до різних об'єктів: підприємств, регіонів, товарів, галузей та країн. Що стосується «конкурентоспроможності підприємства» то воно відноситься до ознаки за рівнем конкуруючих об'єктів та займає проміжне місце між конкурентоспроможністю галузі та конкурентоспроможністю товару.

В наш час існує безліч різноманітних трактувань поняття «конкурентоспроможність підприємства», проте не існує єдиної думки, адже частина вчених припускає, що конкурентоспроможність підприємств – це різновид, який прямо визначається характеристиками їх товарів та продукції, інші науковці вважають фундаментом результативність виробничого процесу та стратегічного планування росту підприємств, їх здатність запроваджувати новітні технології та конкурувати із суперниками на ринку.

Конкурентоспроможність підприємства дає можливість споживачу оцінювати підприємство на ринку, що означає давати відгуки по якості продукції, знати як давно працює підприємство на ринку.

Конкурентоспроможність підприємства є найважливішим критерієм для успіху організації в сучасних умовах господарювання. Вона визначається здатністю організації закрити потреби покупців у порівнянні із конкурентами, виявити запити споживачів та запропонувати те, що їм необхідне.

Огляд сутності поняття «конкурентоспроможність підприємства» показав, що це поняття розглядають як – «обумовлена економічними, соціальними і політичними факторами позиція країни або товаровиробника на внутрішньому і зовнішньому ринках» [4, с. 121].

Конкурентоспроможність спрямована на оцінювання підприємства на ринку, що означає давати відгуки по якості продукції, знати як давно працює підприємство на ринку. Слід відзначити, що ринок не може нормально існувати без розвинутих форм конкуренції.

Таким чином, можна сказати, що конкурентоспроможність підприємства - це здатність компанії ефективно задовольнити потреби клієнтів порівняно з іншими підприємствами, які пропонують аналогічну послугу.

Висновки

Отже, на основі вищевикладеної інформації, варто сказати що, конкурентоспроможність підприємств формується на основі параметрів продукції, оскільки саме за рахунок власних товарів, робіт та послуг кожне підприємство створює репутацію на ринку. Цей фактор є важливим, але не єдиним, адже це лише один із шляхів формування конкурентних переваг підприємства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Филлюк Г.М. Конкуренція і монополія в епоху глобалізації: монографія / Г.М. Филлюк. – Житомир: Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2019. – 404 с

2. Закон України , «Про захист економічної конкуренції» від 11.01.2001р. № 2210-III// Відомості Верховної Ради України. – 2023. – №12.
3. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов / А. Смит, 2021. – 432 с.
4. Скудар Г.М. Управління конкурентоспроможністю АО: проблеми та рішення/ Г.М. Скудар. – К. : Наук. думка, 2019. – 496 с.

Дейчук Владисава Сергіївна - студентка групи МЗД-21мсз, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, спеціальність 073 – Менеджмент, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: slavadeichuk09@gmail.com

Науковий керівник: **Вітюк Анна Валеріївна** - кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту, маркетингу та економіки, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця

Deychuk Vladysava S. - Faculty of Management and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: slavadeichuk09@gmail.com

Supervisor: **Vityuk Anna V.** - Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Management, Marketing and Economics, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia