

Тому мета обслуговуючого персоналу повинна полягати в тому, щоб створити відкриту, доброзичливу атмосферу, щоб будь-який співробітник готелю міг знайти гостя по імені або прізвищу. Гості та співробітники повинні встановити відносини взаємної поваги та стати рівноправними діловими партнерами. Вкрай важливо, щоб кожен гість звернувся зі своїми запитаннями та занепокоєннями до будь-кого з працівників готелю, щоб їхні очікування виправдалися. Саме такий рівень сервісу стане запорукою успіху та конкурентоспроможності готелю на ринку готельних послуг.

1. Барков С. А. Управління персоналом. К. : Юрист, 2021. 314 с.
2. Архіпов В. В., Русавська В. А. Організація обслуговування у закладах ресторанного господарства: навч. посібник. 2-ге вид. К. : Центр навчальної літератури, 2021. 342 с.
3. Гірняк Л. І. Сучасні аспекти управління якістю у закладах готельно-ресторанного комплексу. *Актуальні проблеми економіки та торгівлі в сучасних умовах євроінтеграції: матеріали щорічної наукової конференції професорсько-викладацького складу та аспірантів Львівського торговельно-економічного університету* / відп. за вип. Б. Б. Семак. Львів: вид-во Львівського торговельно-економічного університету, 2018. С. 226–227.
4. Полінкевич О. М. Регіональний ринок підприємств готельно-ресторанного бізнесу. *Економічні науки. Сер. «Регіональна економіка»*. зб. наук. праць. 2020. Вип. 17 (67). С. 341–347.
5. Полінкевич О. М., Камінські Р., Ліпич Л. Г. Концепція управління маркетинговими стратегіями підприємств індустрії гостинності. *Вісник Львівського університету. Серія економічна*. 2021. Вип. 60. С. 110–118. DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/ves.2021.60.0.6010>

Гусєва П. М.

Науковий керівник: Іпполітова І. Я., к.е.н., доцент
ХНЕУ ім. С. Кузнеця

АНАЛІЗ ОСНОВНИХ ВИЗНАЧЕНЬ ПОНЯТТЯ ТА ФАКТОРІВ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Однією з рушійних сил підприємництва є конкуренція. Існують різноманітні форми та методи конкурентної боротьби, які по-різному впливають на підприємницьку діяльність і конкурентоспроможність фірми. Конкуренція відіграє важливу роль як рушійна сила розвитку економічної системи капіталізму, змушує підприємців мобілізувати всю енергію і здібності для підвищення конкурентоспроможності своїх підприємств.

Проблемам конкурентоспроможності підприємств присвячені роботи таких вчених-економістів, як Дулісова І. Л. [1], Малярець Л. [2], Полозова Т. В. [3], Піддубна Л. І. [4].

Метою роботи є аналіз основних визначень поняття та факторів конкурентоспроможності підприємства.

Конкуренція є невід’ємною частиною механізму функціонування ринкової економіки. Саме в процесі конкуренції відбувається «природній відбір» найбільш ефективних підприємств – суб’єктів ринкових відносин. Основною характеристикою господарюючого суб’єкту, з точки зору конкурентної боротьби є його конкурентоспроможність. Вона визначає життєздатність підприємства, результати його діяльності в умовах конкуренції. Конкурентоспроможність проявляється тільки в умовах конкуренції та через конкуренцію.

Існує багато підходів до визначення поняття конкурентоспроможності підприємства, які наведені у табл. 1. Загалом після вивчення визначень поняття «конкурентоспроможність підприємства» можна зробити висновок, що воно є досить широким. Я вважаю, що визначення Портера М. є найдоречнішим, що конкурентоспроможність підприємства – це

можливість ведення ефективної господарської діяльності і її практичної прибуткової реалізації в умовах конкурентного ринку. Це узагальнюючий показник життєвої стійкості підприємства, його вміння ефективно використовувати свій фінансовий, виробничий, науково-технічний і трудовий потенціали.

Таблиця 1 – Основні визначення поняття «конкурентоспроможність підприємства»

Джерело	Визначення
Зав'ялов П. С.	Конкурентоспроможність підприємства – це здатність фірми, компанії конкурувати на ринках з виробниками й продавцями аналогічних товарів за допомогою забезпечення більш високої якості, доступних цін, створення зручних умов для покупців, споживачів.
Клименко С. М.	Конкурентоспроможність підприємства - здатність протидіяти на ринку іншим виробникам і постачальникам аналогічної продукції (конкурентам) як за рівнем задоволення своїми товарами або послугами конкретної суспільної потреби, так і за ефективністю виробничої діяльності.
Портер М.	Конкурентоспроможність підприємства – це можливість ведення ефективної господарської діяльності і її практичної прибуткової реалізації в умовах конкурентного ринку. Це узагальнюючий показник життєвої стійкості підприємства, його вміння ефективно використовувати свій фінансовий, виробничий, науково-технічний і трудовий потенціали.
Гармашов В. С.	Конкурентоспроможність підприємства – її порівняльна перевага по відношенню до інших фірм даної галузі всередині країни та за її межами

Доцільно виділяти наступні фактори конкурентоспроможності підприємства (рис. 1) [3]:

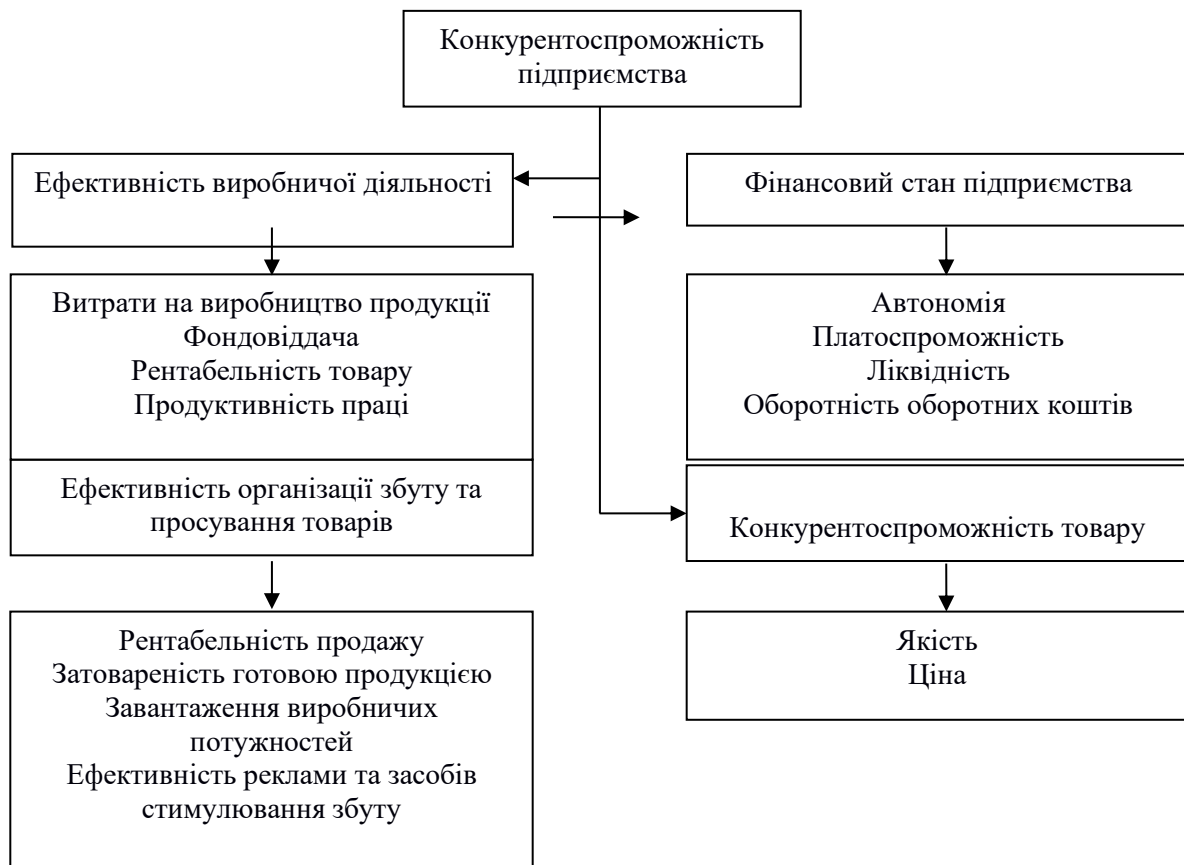


Рис. 1. Фактори конкурентоспроможності підприємства

Наведені вище переліки факторів конкурентоспроможності підприємства є найправильнішими і мають використовуватися для аналізу її рівня на певному підприємстві.

Отже, узагальнюючи проведений аналіз основних визначень поняття «конкурентоспроможність підприємства» можна запропонувати наступне формулювання

визначення конкурентоспроможності підприємства - це здатність підприємства досягати найвищих економічних та соціальних переваг у порівнянні з іншими промисловими підприємствами на доступних їм сегментах ринку і отримувати прибуток.

Таким чином, конкурентоспроможність підприємства є складним та дуже важливим для його діяльності узагальненим відносним показником, на який впливають різноманітні фактори. Для досягнення високого рівня конкурентоспроможності необхідно ефективно нею управляти, а також створювати певні конкурентні переваги підприємства перед його конкурентами.

1. Клименко С. М., Дуброва О. С., Барабась Д. О., Омельяненко Т. В., Вакуленко А. В. Управління конкурентоспроможністю підприємства : навч. посібник. К. : КНЕУ, 2019. 527 с.
2. Malyarets L., Dorokhov O., Koybichuk V., Dorokhova L. Obtaining a Generalized Index of Bank Competitiveness Using a Fuzzy Approach. *Journal of Central Banking Theory and Practice*. 2019. Vol. 8. No. 1. P. 163–182. URL: <https://www.cbcg.me/repec/cbk/journal/vol8no1-8.pdf>.
3. Polozova T. V., Beliaevceva V. V., Perepeliukova O. V. Study on the state of international competitive positions of Ukraine. *Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики*. 2018. Том 3, № 26. С. 236–244. URL: <http://fkd.org.ua/article/download/144369/142825>
4. Poddubna L. I., Gorobinska M. V. Key requirements for the synthesis of the enterprise competitiveness management system. *Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики*. 2018. Том 2, № 25. С. 139–147. URL: <http://fkd.org.ua/article/download/136481/136546>

Пишнюк М. В.©

Науковий керівник: Хмарська І. А., к.е.н., доцент

Первомайський навчально-науковий інститут НУК ім. адм. Макарова

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ: ФАКТОРИ ТА ПРОБЛЕМИ, ЩО НА НЕЇ ВПЛИВАЮТЬ

Одним із першочергових завдань національних підприємств, особливо в період фінансової нестабільності, є підвищення рівня конкурентоспроможності на національному та міжнародному ринках.

Аналізувати конкурентоспроможність ми можемо лише попередньо з'ясувавши сутність конкуренції, адже саме вона лежить в основі конкурентоспроможності і є визначальною для її розуміння. Термін «конкуренція» є одним з найважливіших і найбільш часто використовуваних в економічній літературі.

Дослідження поняття «конкурентоспроможність підприємства» передбачає з'ясування сутності категорії «конкуренція», оскільки вони тісно взаємопов'язані – про конкурентоспроможність можна говорити тільки при наявності конкуренції між виробниками певної продукції (послуги). Конкуренція змушує суб'єктів підприємницької діяльності не зупинятися на досягнутому, а постійно самовдосконалюватися, знижувати витрати на виробництво, покращувати якість продукції (послуг), що пропонуються на ринку, підвищувати свою конкурентоспроможність.

Вчена О. Корецька визначила конкуренцію як економічний процес взаємодії, взаємозв'язку й боротьби між виступаючими на ринку підприємствами з метою забезпечення кращих можливостей збуту своєї продукції, задоволення різноманітних потреб покупців [4].

Погоджуючись з Т. В. Воронько-Невідничою, яка зазначає, що конкурентоспроможність підприємства – це узагальнює, синтетичне поняття, яке складається під впливом сукупності різних чинників, що впливають на всі сфери