

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

господарювання суб'єкта. До цих факторів належать фінансова стійкість, прибутковість підприємства, рівні автоматизації і механізації праці підприємства, доступ до ринку ресурсів та нових технологій, якість вироблених товарів, масштабність проведення та впровадження науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт тощо [1].

Конкурентоспроможність продукції – здатність підприємства створювати, виробляти і продавати товари та послуги, цінові й нецінові якості яких привабливіші, ніж в аналогічній продукції конкурентів.

Конкурентоспроможність підприємства є одним із важливих аспектів ринкового середовища, який характеризує можливість підприємства адаптуватися до умов ринку и посісти провідне місце і втримати його якомога довше. Проблема управління та підвищення конкурентоспроможності підприємства зумовлена складністю самого підприємства як об'єкта управління, наявністю залежності конкурентоспроможності підприємства від умов зовнішнього середовища.

Конкуренція на ринку стає все жорсткіша, йде суперництво між товаровиробниками за вигідніші умови виробництва та реалізації продукції, за одержання найвищого прибутку та інших переваг, ця конкуренція здійснюється різними методами та може виступати в різних формах. Тому виникає необхідність у постійному пошуку нових шляхів для підвищення конкурентоспроможності підприємства.

В умовах нестабільної економіки простежується надмірне підвищення цін на ту чи іншу продукцію, кожен виробник, продавець, змушений вести боротьбу за кожного споживача. В такій ситуації вподобання будь якого споживача віддаються товару, який буде найбільш доступний як за вартістю, так і за якістю, – він і буде визначатися, як конкурентоспроможний.

Проблема підвищення конкурентоспроможності від окремого виду продукції, бізнес-процесу до підприємства в цілому залежить від вирішення проблеми використання наявних резервів. Управління конкурентоспроможністю підприємств повинно базуватися на системному підході до цілеспрямованого пошуку всіх резервів, їх аналізу та можливості використання для розвитку.

З метою цілеспрямованого використання резервів для підвищення конкурентоспроможності пропонується їх поділити на дві групи:

- 1) резерви, пов'язані із зовнішніми факторами конкурентоспроможності;
- 2) резерви, пов'язані з невикористанням потенціалу підприємства.

У реальній дійсності можливості підвищення конкурентоспроможності, закладені в зовнішніх і внутрішніх чинниках функціонування підприємств, реалізуються неоднаково і не повністю. Резерви, як невикористані можливості підвищення конкурентоспроможності підприємства, виникають тому, що завжди є розрив у часі між виникненням конкретних науково-технічних досягнень та їх використанням у виробничій практиці [2].

Проблеми пошуку і реалізації резервів з'являються перед кожним підприємством не тільки в кризові періоди, а й при роботі в стабільному економічному середовищі. В умовах сучасної економічної кризи виживання підприємств залежить багато в чому від використання внутрішніх виробничих резервів розвитку. На підприємствах повинні запрацювати механізми скорочення витрат, використання прихованих ресурсів, ефективного застосування знань навченого персоналу, посилення активності вищого менеджменту.

Комплексний підхід до реалізації внутрішніх резервів підприємства забезпечується в процесі модернізації виробничих систем, що дає можливість підвищення конкурентоспроможності підприємств шляхом підвищення продуктивності праці та якості продукції без залучення масштабних інвестиційних ресурсів [3].

Важливим фактором конкурентоспроможності продукції є її ціна. Під час встановлення ціни враховуються завдання, які ставить перед собою підприємство, а саме отримання максимального прибутку, входження до певного сегменту ринку тощо. Тому в одному випадку ціну підтримують на високому рівні (для досягнення максимального прибутку), а в

іншому – на низькому (для завоювання ринку).

Застосування новітніх технологій, зокрема ресурсозберігаючих, сучасної техніки та обладнання, матеріалів, високоякісної сировини є одними з факторів конкурентоспроможності продукції.

Кожна продукція цінна настільки, наскільки вона може задовольнити потреби споживача, тому в усіх показниках, що характеризують продукт, будуть використовуватися об'єктивні та суб'єктивні, кількісні та якісні параметри й показники, які більшою чи меншою мірою відбивають рівень задоволення потреб. Чим вищий цей рівень, тим більш конкурентоспроможний продукт випускає підприємство. Ось тому науковці розрізняють параметри конкурентоспроможності за допомогою яких проводиться оцінювання конкурентоспроможності продукції.

Конкурентоспроможність є вирішальним фактором успіху бізнесу й економічної безпеки будь-якого суб'єкта господарювання. Конкурентоспроможність підприємства є перевагою одного підприємства по відношенню до інших підприємств тієї ж галузі як на внутрішньому, так і на зовнішніх ринках.

Варто зазначити, що в умовах конкуренції кожному підприємству для підтримки належного рівня конкурентоспроможності необхідно вибирати найбільш досконалі способи розвитку, що гарантують йому конкурентні переваги. При цьому важливо, щоб основу конкурентоспроможності становили конкурентні переваги вищого рівня, які складно скопіювати конкурентам, і чітко розроблена конкурентна стратегія.

1. Воронько-Невіднича Т. В., Василенко М. В., Лещин Д. І. Управління конкурентоспроможністю підприємства в умовах нестабільного ринкового середовища. *Економіка та управління підприємствами*. 2018. Випуск 21. С. 251–254.

2. Довбенко В. І. Чинники підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств за умов глобалізації. *Зовнішня торгівля: право та економіка*. 2018. № (6). С. 29–35.

3. Панасенко Д. А. Конкурентоспроможність підприємства: шляхи підвищення. *Львівська політехніка*. 2019. № (727). С. 270–276.

4. Бугай В. З. Основні напрями підвищення конкурентоспроможності підприємства. *Електронне наукове фахове видання з економічних наук «Modern Economics»*. 2019. № 14. С. 33–38. URL: <https://modecon.mnau.edu.ua>

5. Економіка підприємства : підручник / за заг. ред. Л. Г. Ліпич; Луцьк : Вежа-Друк, 2021. 1 електрон. опт. диск (CD-ROM). Об'єм даних 14,95 Мб.

6. Полінкевич О. М., Волинець І. Г. Обґрунтування господарських рішень та оцінювання ризиків: навч. посібник. Луцьк : Вежа-Друк, 2018. 336 с.

7. Khovrak I., Sivyakova G., Khovrak I. Management of Lifelong Education Projects for Sustainable Development. *2022 IEEE 4th International Conference on Modern Electrical and Energy System (MEES)*. P. 1–4.