

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ СЬОГОДЕННЯ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

На сьогодні конкурентоспроможність підприємства є вирішальним фактором успіху бізнесу та економічної стабільності в умовах розвитку ринкових відносин в Україні. Конкуренція як ключова складова ринкового механізму є однією з найпоширеніших економічних категорій сучасності.

Конкуренція змушує підприємства постійно контролювати поведінку власних суперників, приймати рішення, які дозволяють подолати негативні наслідки їхнього конкурентного тиску й сприяють стабільному розвитку підприємства в конкурентних умовах, тобто забезпечуючи його конкурентоспроможність.

В умовах глобалізації економіки спостерігається посилення конкуренції, притаманне для всіх країн та галузей економіки. Через посилення глобалізації та рівень конкуренції у світі, оцінка конкурентоспроможності, формування методологічних основ для підвищення національної конкурентоспроможності сьогодні набуває все більшого значення.

Слово «конкуренція» перекладається як конфлікт або змагання. Конкурентоспроможність підприємства – це узагальнююче поняття, що формується під впливом ряду факторів, що впливають на всі сфери господарювання суб'єкта. До числа цих факторів належать: фінансова стійкість, прибутковість підприємства, рівні автоматизації та механізації на підприємстві, доступ до ринкових ресурсів і нових технологій, масштабність проведення, якість вироблених товарів тощо. Тактичне управління конкурентоспроможністю направляється на розробку і здійснення конкретних заходів щодо реалізації стратегічних планів управління конкурентоспроможністю підприємства.

М. Саєнко під поняттям конкурентоспроможності розуміє комплексну порівняльну характеристику, що відбиває ступінь переваг над конкурентами по сукупності оціночних показників діяльності на певних ринках, за певний період часу [1].

Наявність розбіжностей у трактуванні обумовлена різними позиціями авторів щодо відображення особливих характеристик конкурентоспроможності підприємств, виявлення першооснови, форми представлення, ступеня деталізації поняття, а також метою та завданням дослідження. Переважна більшість авторів, що досліджують проблему конкурентоспроможності підприємства, виділяють чотири наукових підходи: системний, ресурсний, компаративний, поєднання ресурсного та компаративного. Проте кожний з названих підходів характеризується відповідними напрямками [2, с.107].

Підвищення конкурентоспроможності передбачає розробку та вибір відповідних стратегій, які майже постійно розробляються та адаптуються. Стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства повинні бути сформульовані в основі парадигми інноваційного розвитку сучасного підприємства, орієнтованої на клієнтів. Вони не повинні бути тісно функціональними, але повинні бути узгоджені зі своїм власним стратегічним набором та логічними інструментами сучасного менеджменту.

Перелік посилань:

1. Бундюк А.М. Забезпечення міжнародної конкурентоспроможності підприємства / А.М. Бундюк, К.О. Лихащанко // Матеріали НПК "Енергія. Бізнес. Комфорт, 20.12.19. ОНАХТ, 2020, с. 16-18
2. Богма О. С., Болдуєва О. В., Роль інновацій у забезпеченні конкурентоспроможності національної економіки // Вісник Запорізького національного університету, №3 (7), с. 166–170, 2020.
3. Стахова М. В., Малик О. В. Конкурентний потенціал як основа формування конкурентоспроможності підприємства. Глобальні та національні проблеми економіки. 2017. № 16. С. 468–473.