

УДК 621.326

Греченюк О. – ст. гр. БКм-51

*Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя*

## **КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ТА ЇЇ ВАЖЛИВІСТЬ НА СУЧАСНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ**

Науковий керівник: к.е.н., доцент Оксентюк Д.А.

Категорія «конкурентоспроможність» є одним із тих фундаментальних економічних понять, що дозволяє розкрити зміст конкурентних відносин. Досліджуване питання абстрагується залежно від рівня й об'єкта аналізу: конкурентоздатність націй, держави, галузі, підприємства, товару. Однак серед цих суб'єктів ринку базовим є підприємство, конкурентоспроможність якого виступає найважливішим «локомотивом» конкурентоздатності галузей і країн, базисом, який оцінюють за стабільним зростанням продажу, частки ринку та прибутку.

Вивчення, аналіз й узагальнення усієї різноманітності думок щодо конкурентоспроможності фірми дозволяє охарактеризувати досліджувану категорію з точки зору конкурентоздатності товару, продуктивності підприємства, вміння адаптуватися до змін навколишнього середовища, взаємозв'язку із задоволенням потреб споживачів, взаємозв'язку з результатами одиниці бізнесу та ін. Потрібно відмітити одну важливу обставину, яка так чи інакше об'єднує точки зору більшості авторів – зі всіх зрізів, по яких прийнято аналізувати конкурентоспроможність підприємства, основу складає мікрорівень, а саме – конкурентоздатність товару/послуги.

Конкурентоспроможність продукції і конкурентоспроможність фірми-виробника продукції відносяться поміж собою як частина і ціле. Можливість компанії конкурувати на визначеному товарному ринку безпосередньо залежить від конкурентоспроможності товару і сполуки економічних засобів діяльності фірми, надаючи перевагу в умовах конкурентної боротьби.

Так чи інакше, значна кількість дослідників визначає такі основні риси цієї економічної категорії: порівняльність, часовий характер (динамічність). Найбільш поширеним є наступне визначення поняття „конкурентоспроможність” – це динамічна характеристика здатності підприємства адаптуватися до змін зовнішнього середовища і забезпечувати при цьому визначений рівень конкурентних переваг.

Конкурентоспроможність визначається безліччю факторів, передусім споживчими властивостями товарів, мірою маркетингової їх підтримки, характеристиками цільових ринків, поведінкою споживачів, потенціалом і ресурсами підприємства тощо. Набір факторів, які визначають конкурентоспроможність підприємства виявляється настільки значимим і своєрідним, що неможливо запропонувати єдину методика збирання даних стосовно, їхньої обробки та ідентифікації для прийняття відповідних рішень.

Незважаючи на різноманіття підходів до визначення суті поняття, вони подібні нечіткістю вираженого системоутворюючого підходу. У зв'язку з цим пропонується таке визначення конкурентоспроможності, що враховує як мультиплікативність з'єднання трудових, фінансових, маркетингових підсистем фірми, стратегічні цілі, що виступають в якості орієнтирів та задають загальний напрямок розвитку бізнес-одиниці, так і здатність конкурувати своїми товарами з іншими учасниками ринку у певному інтервалі часу, при існуючому рівні та характері впливу факторів зовнішнього середовища, задовольняючи запити конкретної групи споживачів.