

*Дідух Анастасія
Рисан Максим
Вернер Карл*

Науковий керівник: доктор економічних наук,
професор *Зварич Роман*
Західноукраїнський національний університет
м. Тернопіль

ФАКТОРИ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Сучасні умови спонукають підприємців до постійного моніторингу рівня конкурентоспроможності підприємства. Від рівня його конкурентоспроможності залежить здатність та ефективність адаптації підприємства до умов конкурентного середовища. Високий рівень конкурентоспроможності підприємства є гарантією отримання високого прибутку. Тому управління конкурентоспроможністю підприємства є важливим. Якщо розглядати конкурентоспроможність як економічну категорію, то це здатність індивідуального підприємця перевершити опонента в досягненні поставлених цілей на конкурентному ринку.

Проте сучасна наука не дає єдиного загальноприйнятого трактування змісту категорії «конкурентоспроможність». Вчені-економісти неоднозначно трактують категорію «конкурентоспроможність підприємства», ця різноманітність зумовлює складність і багатоаспектність феномену конкурентоспроможності. Різноманітність авторських позицій щодо визначення поняття «конкурентоспроможність» пов'язана:

- з ідентифікацією конкурентоспроможності підприємства та конкурентоспроможності продукції/товарів;
- з масштабом розглянутої конкурентоспроможності: на регіональному, національному чи світовому ринках;
- із заміною одного поняття іншим (конкурентний статус, конкурентоспроможний рівень);
- з характеристиками будь-якої складової конкурентоспроможності підприємства: виробничого потенціалу, трудового потенціалу та ін.

В цілому, дуже важко визначити точний механізм управління конкурентоспроможністю підприємства, який призведе до його необхідної продуктивності.

Щодо факторів конкурентоспроможності, то економісти також не виділили спільних, але можна виділити фактори, які найчастіше зустрічаються в економічній літературі. Тому існує кілька версій, які висвітлюють конкурентоспроможність підприємства різними авторами. Аджитабх і Момайя (2004 р.) зосереджуються на основних джерелах конкурентоспроможності компанії. Автори припускають, що конкурентоспроможність підприємства залежить від

поєднання матеріальних і нематеріальних активів (наприклад, людських ресурсів, матеріальних ресурсів, галузевої інфраструктури, технологій, репутації, торгових марок) і процесів всередині організації, які разом забезпечують конкурентну перевагу і можуть бути названі джерелами конкурентоспроможності. Багато вчених вважають, що аналіз конкурентоспроможності підприємства на ринку дозволяє вивчити фактори, що впливають на ставлення покупців до підприємства та продукції, і як наслідок, зміну частки продукції на ринку.

Усі фактори конкурентоспроможності можна поділити на внутрішні та зовнішні. Фактори зовнішнього середовища – неоднорідні за походженням і мають різний рівень впливу на конкурентні переваги підприємства. Зміцнення та розвиток існуючих конкурентних переваг відбувається в процесі адаптації підприємства до нового стану середовища. Процес адаптації полягає в регулюванні внутрішнього середовища підприємства з метою посилення позитивного впливу та усунення негативних наслідків зміни факторів зовнішнього середовища. У зовнішньому середовищі слід виділити фактори: макrorівня, що характеризують міжнародні та національні умови створення та реалізації підприємствами конкурентних переваг; мезорівень (фактори, що визначають конкретні умови господарювання в галузі та регіоні); мікрорівень (або близьке оточення), які визначають безпосередню взаємодію підприємств із суб'єктами зовнішнього середовища.

Управління конкурентоспроможністю підприємства – це виконання загальних функцій управління, які визначають політику у сфері створення і реалізації конкурентоспроможних товарів, цілі й відповідальність у даній сфері діяльності суб'єкта господарювання, що реалізуються за допомогою таких засобів, як планування конкурентоспроможності, оперативне управління нею, її забезпечення й підвищення в рамках певної системи конкурентоспроможності. Стратегія управління базується на певному поєднанні теорій стратегічного менеджменту та маркетингу і трактується як діяльність, спрямована на досягнення поставлених цілей в умовах нестабільного конкурентного ринкового середовища, які містять діагностичний аналіз стану регіону, стратегічне планування і реалізацію вибраної стратегії. Тактика управління – сукупність моделей і відповідних засобів, які вибирає і практично використовує підприємство проти зовнішнього оточення, конкурентів і за допомогою якого реалізовує вибрану стратегію.

Перелік використаних джерел:

1. *Ajitabh A., Momaya K., 2004. Competitiveness of Firms: Review of Theory, Frameworks and Models. Singapore Management Review 26(1), 45–61.*
2. *Nemashkalo K. Features of enterprise competitiveness management. World Scientific News. 2018. No 104. P. 39–50. URL: http://repository.hneu.edu.ua/bitstream/123456789/20423/1/Репозитарий_Nemashkalo_English.pdf.*
3. *Кузьмін О. С., Горбаль Н. І. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства : підручник. Львів : Компакт-ЛВ, 2005. С. 304.*
4. *Яременко О. Ф. Науково-практичні аспекти стратегічного і тактичного управління конкурентоспроможністю підприємства. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2011. № 5. Т. 1. С. 35–37.*