

надвиробництва, помножена на боргову кризу, збережену та збільшену після 2008 року [3].

Задля ефективного регулювання державного боргу та покращення і запобігання боргової ситуації в Україні необхідно: завершити військові дії на території країни; встановити ліміт надання державних гарантій; диверсифікувати джерела фінансування державного боргу; провести детальний аналіз основних факторів, що впливають на розвиток економіки.

#### Використані джерела

1. Ліфанова М.І. Шляхи виходу з боргової кризи країн-членів Європейського союзу (на прикладі країн – PIIGS) / М.І. Ліфанова // Електронний журнал «Ефективна економіка» № 9, 2013. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=2321>
2. Davos 2019: Світ в очікуванні фінансової та боргової кризи. URL: <https://www.mfaua.org/uk/publications/davos-2019-svit-v-ochikuvanni-finansovoi-ta-borhovoi-kryzy>
3. Юлія Самаєва. Світова економічна криза: що робити і очікувати Україні. URL: <http://finbalance.com.ua/news/svitova-ekonomichna-kriza-shcho-robiti-ukrani>
4. Офіційний сайт Євростату. URL: Режим доступу: <https://ec.europa.eu/eurostat/documents/2995521/9510404/2-21012019-AP-EN.pdf/97de2ad5-5b7e-4de9-ab36-7bbf8773aad0>
5. Національний банк України. URL: Режим доступу: <https://bank.gov.ua/news/all/mijnarodni-rezervi-ukrayini-stanovili-214-mlrd-dol-ssha-za-pidsumkami-veresnya>

**Лукавецький Ростислав**

Тернопільський національний економічний університет  
(науковий керівник: к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки та економічної теорії Навольська Н.В)

## СУТНІСТЬ КОНКУРЕНЦІЇ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Актуальною проблемою сучасної економічної теорії і практики менеджменту є управління конкурентоспроможністю підприємства, яка виступає головною умовою його розвитку та економічного зростання. Динамічність сучасного середовища, у якому функціонують підприємства, вимагає від них швидко реагувати на зміни, приймаючи оперативні рішення, розробляючи та коригуючи тактичні дії, а також стратегічні наміри в умовах конкурентного ринку.

Існують різні підходи до класифікації конкурентоспроможності. Залежно від об'єкту застосування цього терміну виокремлюють такі поняття як: «конкурентоспроможність національної економіки», «конкурентоспроможність продукції», «конкурентоспроможність підприємства», «конкурентоспроможність галузі» і ін. [3]. Кожна з цих категорій має істотні

відмінності й характерні риси, які підтверджують правомірність і доцільність такої їх диференціації. Узагальнюючим для всіх розглянутих категорій є те, що вони відображають здатність досліджуваного об'єкту ефективно виконувати свої функції в умовах формування конкурентного середовища [1].

У вітчизняних дослідженнях проблема конкурентоспроможності частіше розглядалася винятково з позицій конкурентоспроможності продукції. Такий підхід був обумовлений тим, що в період панування адміністративно-командної системи управління відкритої конкуренції між підприємствами не існувало і не було необхідності говорити про їх здатність конкурувати. Положення змінилося з переходом на нові принципи господарювання.

Конкурентоспроможність підприємства є складне й комплексне поняття, що вивчалось багатьма дослідниками на основі різних підходів. Так, М. Портер визначає конкурентоспроможність підприємства як «порівняльну перевагу відносно інших підприємств» [3]. Розвиваючи це визначення, А. Градов підкреслює, що конкуренція в загальному своєму вигляді може бути представлена як порівняльна перевага підприємства стосовно інших підприємств даної галузі усередині країни та за її межами [1].

Вчені-економісти неоднозначно трактують поняття «конкурентоспроможність підприємства» і в різноманітності їх тлумачень проявляється складність і багатоаспектність феномена конкурентоспроможності. Такий стан затрудняє розробку ефективних методичних підходів до оцінки, аналізу й регулювання конкурентної стратегії підприємства.

Зазначена різноманітність авторських позицій [1; 2; 3] щодо формулювання категорії «конкурентоспроможність підприємства» пов'язана з:

- ототожненням конкурентоспроможності підприємств і конкурентоспроможності продукції;
- масштабами розглянутої конкурентоспроможності на регіональному, національному або світовому ринках;
- підміною одного поняття іншим (конкурентний статус, конкурентний рівень);
- характеристикою якої-небудь однієї складової конкурентоспроможності підприємства: конкурентоспроможність виробничого, трудового потенціалу та ін.

Поняття конкурентоспроможності можна охарактеризувати такими особливостями:

- конкурентоспроможність не є іманентною якістю підприємства, вона може бути виявлена та оцінена тільки в умовах наявності конкурентів (реальних або потенційних);
- поняття конкурентоспроможності відносне, тобто вона буде мати різний

рівень стосовно різних конкурентів;

– визначається конкурентоспроможність підприємства продуктивністю використання притягнутих їм у виробничий процес ресурсів;

– рівень конкурентоспроможності підприємства залежить від рівня конкурентоспроможності його продукції, галузі, країни [1].

Виходячи з вищевикладеного, пропонується розуміти конкурентоспроможність підприємства як його відносну характеристику, що проявляється в умовах конкуренції у вигляді здатності залучення необхідних ресурсів і можливості зробити з них конкурентоспроможний товар, що визначається продуктивністю використання виробничих ресурсів, що формує стійку конкурентну позицію на ринку і залежна від аналогічної властивості галузі й країни.

#### **Використанні джерела**

1. Дикань В. Л. Обеспечение конкурентоустойчивости предприятия: монографія. Х.: Основа, 1995. 160 с.
2. Навольська Н.В., Груб'як С.В. Підвищення рівня конкурентоспроможності хлібопекарських підприємств. Вісник Національного університету водного господарства та природокористування. Збірник наукових праць. Економіка Ч.2, Випуск 4. Рівне. 2006. С. 361-365
3. Портер М. Стратегія конкуренції. К.: Основи, 1998. 390 с.

**Мартинюк Тарас**

Тернопільський національний економічний університет  
(науковий керівник: к.е.н., доцент кафедри економіки та економічної теорії Берницька Д.І)

#### **ФАКТОРИ ВИБОРУ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ**

Значна частина вітчизняних підприємств працює без визначеної наперед стратегії свого розвитку, що призводить до відсутності цільових орієнтирів у прийнятті виробничих, маркетингових, фінансових та інших управлінських рішень. Відсутність чітко визначеної стратегії послаблює позиції підприємства у конкурентній боротьбі, особливо у разі виходу підприємства на зовнішні ринки збуту.

Вибір стратегії передбачає прийняття низки рішень з метою досягнення найкращих показників діяльності у конкретно обраній сфері діяльності. Погляди науковців і практиків на вибір стратегій в управлінні суттєво різняться, наслідком чого є відсутність єдиної концепції стратегій підприємства. Одними вченими стратегія розглядається як звичайний інструмент, іншими – як орієнтир, що вказує на сегмент ринку чи тип