

П.В. Смірнова, канд. екон. наук, доц. (ХДУХТ, Харків)
Р.М. Бугріменко, канд. екон. наук, доц. (ХДУХТ, Харків)

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ІНТЕГРОВАНА ХАРАКТЕРИСТИКА

Конкурентоспроможність підприємства є однією з найважливіших категорій ринкової економіки і характеризує можливість та ефективність адаптації підприємства до умов конкурентного середовища.

Конкуренція є основним інструментом регулювання ринкової економіки і важливою частиною ринкового середовища діяльності торговельного підприємства. Конкуренція (від лат. *concurrere* – зіштовхуюсь) – економічний процес взаємодії, взаємозв'язку і боротьби між підприємствами, що виступають на ринку з метою забезпечення кращих можливостей збуту своєї продукції, задоволення різноманітних потреб покупців і одержання найбільшого прибутку. У загальному розумінні конкуренція трактується як суперництво, боротьба за досягнення великих вигод, переваг.

Сьогодні вчені визначають конкурентоспроможність підприємства як узагальнюючу оцінку його конкурентних переваг у питаннях формування ресурсного потенціалу, якості задоволення споживчого попиту та досягнутої за рахунок цього ефективності функціонування господарчої системи на момент чи протягом періоду оцінювання.

Для виживання та укріплення позицій на ринку будь-яке підприємство повинно забезпечувати власну конкурентоспроможність. Як свідчать проведені дослідження, забезпечення конкурентоспроможності підприємства – це перманентний цілеспрямований процес підтримання наявних та формування нових конкурентних переваг в межах існуючих та потенційних для підприємства конкурентних ринків у динамічних умовах функціонування, котрий повинен з високою ймовірністю гарантувати очікувані результати у цій сфері. Забезпечення конкурентоспроможності підприємства на відповідному ринку здійснюється насамперед за рахунок його управлінських систем та механізмів. Проте певне значення у цьому процесі можуть мати і зацікавлені особи – стейкхолдери, до яких зараховують інвесторів, кредиторів, споживачів, контрагентів, представників державних органів влади тощо. Стейкхолдери можуть різноманітними способами підтримувати підприємство, розповсюджувати про нього позитивну інформацію на ринку, конкурувати за можливість взаємодіяти із ним.

З огляду на те, що конкурентоспроможність є інтегрованою характеристикою, то забезпечення її досягнення також повинно бути багатовекторним, враховуючи усі сфери функціонування підприємства. Конкурентоспроможність підприємства необхідно забезпечувати, зважаючи на таке:

- високий рівень конкурентоспроможності створює певні гарантії для підприємства щодо його успішного функціонування та розвитку на певному ринку; хороші параметри у сфері конкурентоспроможності є позитивним сигналом для усіх суб'єктів ринку щодо ефективності діяльності підприємства, характеристик його продукції;

- висока конкурентоспроможність підприємства є остаточним комплексним результатом його ефективного функціонування та свідчить про високий рівень розвитку менеджменту;

- систематична робота над покращенням та створенням конкурентних переваг підприємства забезпечує йому шанси на подальший успішний розвиток тощо.

Визначення рівня конкурентоспроможності може бути необхідним для вирішення великої кількості як загальних, так і конкретних завдань. Таких завдань є багато і головним джерелом їх формування є розвиток ринкових відносин та ситуація на товарному ринку. З огляду на велику кількість завдань, які можуть бути виконані за допомогою визначення рівня конкурентоспроможності підприємства, його необхідно проводити шляхом вивчення підприємства не як окремої субстанції, а у взаємозв'язку з зовнішнім та внутрішнім середовищем. Оцінка рівня конкурентоспроможності підприємства може складатись з таких етапів, як вивчення ринку та вибір бази порівняння; визначення факторів та показників конкурентоспроможності, за якими буде проводитись оцінка; проведення аналізу одержаних результатів; визначення резервів росту рівня конкурентоспроможності; розробка рекомендацій по впровадженню виявлених резервів.

Отже, конкурентоспроможність підприємства – це рівень його компетенції відносно інших підприємств-конкурентів у нагромадженні та використанні виробничого потенціалу певної спрямованості, а також його окремих складових: технології, ресурсів, менеджменту (особливо – стратегічного поточного планування), навичок і знань персоналу тощо, що знаходить вираження в таких результуючих показниках, як якість продукції, прибутковість, продуктивність тощо.