

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**Полтавський державний аграрний університет**

**Кафедра обліку і оподаткування**

**«АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ОБЛІКУ,  
АНАЛІЗУ ТА КОНТРОЛЮ В СОЦІАЛЬНО-ОРІЄНТОВАНІЙ СИСТЕМІ  
УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ»**

*Матеріали VI Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції,  
присвяченої пам'яті професора, заслуженого працівника вищої школи  
Дмитра Мусійовича Фесенка*



**ПОЛТАВА 2023**



УДК 657

*Актуальні проблеми та перспективи розвитку обліку, аналізу та контролю в соціально-орієнтованій системі управління підприємством* : Матеріали VI Всеукраїнської науково-практичної конференції. Частина 2. м. Полтава, 30 – 31 березня 2023 р. Полтава, 2023. 865 с.

## **ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ:**

**Голова організаційного комітету:**

**КАНЦЕДАЛ НАТАЛІЯ** – к.е.н., доцент, завідувач кафедри обліку і оподаткування Полтавського державного аграрного університету

**Секретар організаційного комітету:**

**ЛЕГА ОЛЬГА** – к.е.н., доцент, професор кафедри обліку і оподаткування Полтавського державного аграрного університету

**Члени організаційного комітету:**

**ГНАТИШИН ЛЮДМИЛА** – д.е.н., професор, завідувач кафедри обліку та оподаткування Львівського національного університету природокористування

**МАЛИШКІН ОЛЕКСАНДР** - д.е.н., професор, САРА, експерт з обліку та оподаткування

**ПЕРЕРВА ПЕТРО** - д.е.н., професор, завідувач кафедри економіки бізнесу і міжнародних економічних відносин Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут»

**СЛАВКОВА ОЛЕНА** - д.е.н, професор кафедри бухгалтерського обліку, завідувач кафедри публічного управління та адміністрування Сумського національного аграрного університету

**СУК ПЕТРО** - д.е.н., професор, професор кафедри обліку і оподаткування Відокремленого підрозділу Національного університету біоресурсів і природокористування України «Ніжинський агротехнічний інститут»

**ВОРОНЬКО-НЕВІДНИЧА ТЕТЯНА** - к.е.н., доцент, завідувач кафедри менеджменту ім. І.А. Маркіної Полтавського державного аграрного університету

**ГУБАРИК ОЛЬГА** - к.е.н., доцент, доцент кафедри обліку, оподаткування та управління фінансово-економічною безпекою Дніпровського державного аграрно-економічного університету

**КАРПОВА ВЛАДА** - к.е.н, доцент кафедри митної справи і фінансових послуг Харківського національного економічного університету ім. Семена Кузнеця

**ПРОКОПИШИН ОКСАНА** – к.е.н., доцент, доцент кафедри обліку та оподаткування Львівського національного університету природокористування

**ПРИЙДАК ТЕТЯНА**– к.е.н., доцент, доцент кафедри обліку і оподаткування Полтавського державного аграрного університету

**РИЛЄЄВ СЕРГІЙ** - к.е.н, доцент, доцент кафедри фінансів, обліку і оподаткування Чернівецького торговельно-економічного інституту Державного торговельно-економічного університету

**ЯЛОВЕГА ЛЮДМИЛА** – к.е.н., доцент, доцент кафедри обліку і оподаткування

Конференція присвячена пам'яті видатного науковця, Заслуженого працівника вищої школи Української РСР, професора Дмитра Мусійовича Фесенка. У збірнику матеріалів науково-практичної конференції розміщено результати досліджень вітчизняних науковців, присвячених актуальним проблемам та перспективам розвитку обліку, аналізу та контролю в соціально-орієнтованій системі управління підприємством.

© Автори, 2023

© Кафедра обліку і оподаткування, 2023

© Полтавський державний аграрний університет, 2023



**ПОМОГАЙБО М.С., КОВАЛЬ В.С.**, здобувачі вищої освіти

Науковий керівник – **САГАЧКО Ю.М.** к.е.н., доцент,  
доцент кафедри менеджменту, бізнесу і адміністрування  
*Державний біотехнологічний університет, м. Харків*

## **ПОНЯТТЯ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ТОВАРУ З ПОЗИЦІЇ СИСТЕМНОГО ПІДХОДУ**

**Актуальність.** Ще декілька десятиліть тому наукова теорія конкурентоспроможності практично була повністю відсутня. Перелом внесли роботи сучасного американського економіста Майкла Портера і його концепція цінності товару для споживача [1]. Необхідність подолання кризового стану економіки України зумовила необхідність розвитку конкурентних відносин та конкурентоспроможної економіки в цілому. Не всі вітчизняні підприємства готові до конкуренції. Через відсутність практики використання комплексу маркетингу навіть володіння конкурентоспроможною продукцією не дозволяє багатьом з них ефективно реалізувати цю перевагу. Проблеми функціонування та розвитку вітчизняних підприємств загострилися у зв'язку з насиченням ринків і посиленням конкуренції на них, що робить проблему оцінки рівня конкурентоспроможності надзвичайно гострою і актуальною і зумовлює необхідність пошуку шляхів формування конкурентних переваг підприємства, а передусім є необхідність вивчення поняття управління конкурентоспроможністю товару з позиції системи.

**Результати дослідження.** Погляд на поняття управління конкурентоспроможністю з позиції системного підходу час від часу виникає в дискусії про економіку розвитку. Зазвичай це стосується, дещо розпливчастих факторів, які впливають на зусилля окремих підприємства стати конкурентоспроможними. Це може стосуватися макроекономічних умов, інфраструктури, державного втручання чи інших факторів.

Різноманітність трактування термінів, що стосуються теоретичних проблем конкурентоспроможності та системи управління конкурентоспроможністю, призводить до непорозумінь і помилок у науковому тлумаченні досліджуваних явищ. Зазвичай поняття конкурентоспроможності товару пов'язують зі споживачем і визначають як рівень привабливості певного товару для реального споживача. Важливе значення у дослідженні теоретико-методологічних засад управління конкурентоспроможністю продукції має питання різноманітності підходів до цього поняття. Фатхутдінов і Осовська [2] досліджують ряд підходів до управління конкурентоспроможністю: системний; логічний; репродуктивно-еволюційний; інноваційний; комплексний; глобальний; інтегративна; віртуальний; стандартизований; маркетинг; ексклюзивний; функціональний; процес; структурний; ситуаційні (варіаційні); нормативний; оптимізація; зверху вниз (адміністративний); поведінковий; бізнес.

Зауважимо, що поняття конкурентоспроможності в економічній науці



розглядається з позицій системного підходу до управління та застосовується залежно від продукту (товару, послуги), виробника, яким може бути окрема особа, підприємство, галузь, регіон чи країна загалом. Багаторівнева модель конкурентоспроможності наведена на рис. 1.

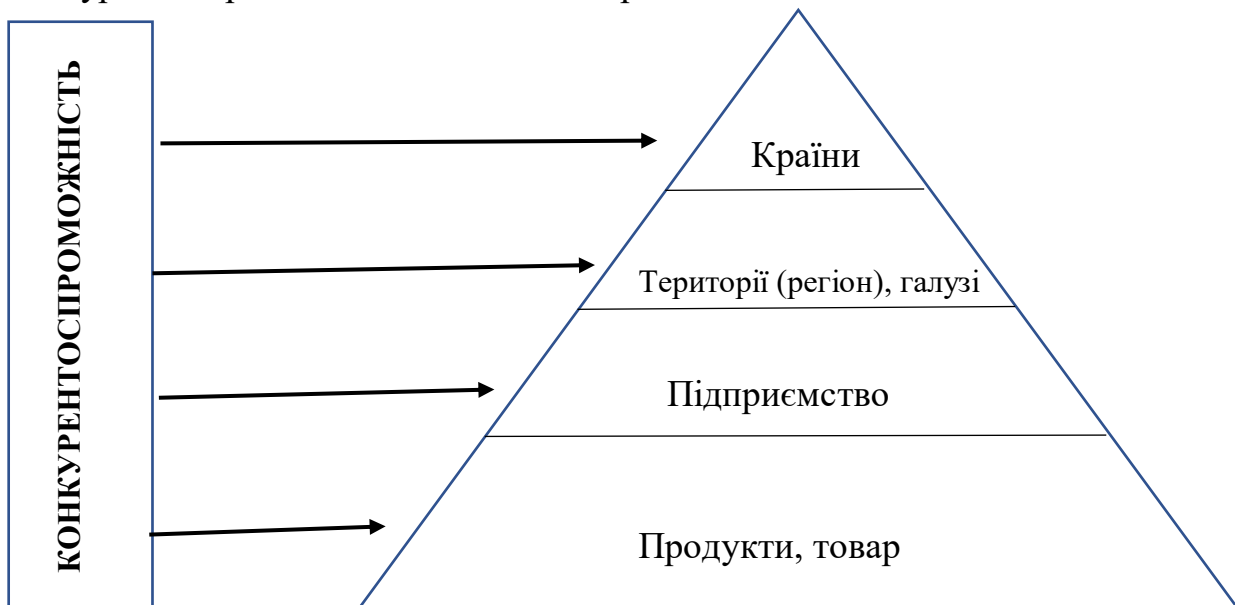


Рис. 1. Багаторівнева модель конкурентоспроможності [3, 5, 6]

Конкурентоспроможність країни розуміється як здатність національних виробників продавати свою продукцію, здатність збільшити або принаймні утримати частину ринків збуту, достатню для розширення та вдосконалення виробництва, підвищення рівня життя, для підтримки сильної та успішного стану [3]. М. Портер визначає конкурентоспроможність країни як місце, яке вона займає у світовій економіці [6].

Таким чином, рівень конкурентоспроможності країни забезпечується рівнем конкурентоспроможності окремих підприємств цієї країни, а країна досягає успіху, коли умови сприяють реалізації найкращої стратегії підприємствами будь-якої галузі чи її сегмента. Деякі особливості країни сприяють або, навпаки, ускладнюють реалізацію стратегії.

Більш широке поняття конкурентоспроможності галузі характеризується сукупністю показників ефективності галузей і діяльності виробничих структур, які визначають їх стабільний розвиток і успішність у конкуренції на внутрішньому та зовнішньому ринках. Вона оцінюється за рівнем конкурентоспроможності окремих її підприємств та їх продукції.

Найнижчим рівнем у багаторівневій ієрархічній моделі конкурентоспроможності є конкурентоспроможність продукту або товару, яка показує його здатність найкраще відповідати запитам споживачів порівняно з аналогічними продуктами, представленими на ринку [3]. Таким чином, ми трактуємо поняття управління конкурентоспроможністю продукції, під якою розуміють набір методів, інструментів, механізмів, спрямованих на



забезпечення реальної та потенційної здатності харчових продуктів домінувати над товарами конкурентів протягом тривалого часу, постійно вдосконалюючи її, розвиваючи ключові бізнес-процеси для їх удосконалення. Тобто ми говоримо про переваги, а конкурентні переваги виникають через зовнішні та внутрішні джерела змін. Зовнішні джерела змін можуть призвести до збільшення диференційованого впливу на певні підприємства, наприклад відбулася зміна запитів споживачів, які віддали перевагу підприємствам, які пропонують певну функцію продукту. Зовнішні джерела змін можуть краще використовуватися деякими фірмами, досягаючи конкурентних переваг, оскільки вони реструктурують галузь або створюють нову галузеву нішу. Внутрішні джерела змін — це коли підприємство по-новому використовує свої можливості для створення різних типів інновацій, що змінює конкурентний набір. Однак конкурентні переваги ніколи не зберігаються, це лише питання часу, коли конкуренти наслідують або впровадять інновації навколо них, що потребує постійного вдосконалення та змін [7].

**Висновки.** Таким чином, підприємства повинні бути унікальними та різними, щоб бути конкурентоспроможними. Щоб і надалі залишатися, різні підприємства повинні використовувати переваги зовнішніх змін, а також включати внутрішні зміни. Таким чином, усе зводиться до того, як підприємствам вдається диференціювати себе, незалежно від того, чи йдеться про вартість, канали збуту, якість продукту, місцезнаходження клієнта, мережу постачальників тощо. Щоб мати можливість диференціювати підприємства, необхідно враховувати вплив галузі, вплив динамічних сил та вплив власних ресурсів і можливостей [7].

Отже, дане дослідження, показало, що найбільш ефективним управління конкурентоспроможністю продукту або підприємства в цілому буде в тому випадку, коли воно враховує позитивні сторони всіх існуючих підходів, а також врахує багаторівневість поняття конкурентоспроможність.

#### **Список використаних джерел:**

1. Клименко С.М., Дуброва О.С., Барабась Д.О. Управління конкурентоспроможністю підприємства. К.: КНЕУ, 2006. 527 с.
2. Фатхутдінов Р.А., Осовська Г.В. Управління конкурентоспроможністю організації. Київ: Кондор. 2009 р. 470 с.
3. Іванов Ю.Б., Кизим М.О., Тищенко О.М., Іванова О.Ю., Ревенко О.В., Чечетова-Терашвілі Т.М. Управління конкурентоспроможністю підприємства. Харків: ІНЖЕК. 2010 р. 320 с
4. Фатхутдінов Р.А., Осовська Г.В. Управління конкурентоспроможністю організації. Київ: Кондор. 2009 р. 470 с
5. Олексенко Р.І. Методичні підходи до формування конкурентоспроможності продукції. *Економіка та держава*. No5: 2007 р. 48–50.
6. Porter, M.E. *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. New York: The Free Press. 1992 р. 557 р.
7. Grant R.M. *Contemporary strategy analysis: text and cases*, Hoboken, N.J.: John Wiley & Sons, 2010.

