

Заїка Анна Вікторівна,
*здобувачка 2 року навчання магістратури,
Національний університет біоресурсів
та природокористування (м. Київ, Україна)*
Науковий керівник:
Кубіцький Сергій Олегович
*кандидат педагогічних наук, професор,
Національний університет біоресурсів
та природокористування (м. Київ, Україна)*

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ЗМІСТУ ПОНЯТТЯ «КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ» В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

У сучасних умовах динамічного розвитку ринкових відносин, посилення глобалізаційних процесів та загострення конкурентної боротьби, питання забезпечення підприємствами відповідного рівня своєї конкурентоспроможності набуває особливої значущості. Конкуренція як соціально-економічне явище відіграє стимулюючу роль у підвищенні ефективності функціонування підприємств, а отже, вимагає системного управлінського підходу до забезпечення конкурентоспроможності. З метою ефективного функціонування та довгострокового розвитку суб'єктів господарювання в умовах нестабільного економічного середовища необхідним є не лише вміння адаптуватися до зовнішніх змін, але й здатність формувати й утримувати стійкі конкурентні переваги.

У науковій літературі представлено велику кількість підходів до трактування категорії «конкурентоспроможність», що свідчить про її багатовимірність та складну структурну природу. Багатогранність цього феномену обумовлена системним характером взаємозв'язків між елементами зовнішнього середовища, внутрішнім потенціалом підприємства та управлінськими рішеннями. Враховуючи зазначену обставину, дослідження сутності та природи конкурентоспроможності є необхідною передумовою для

формування ефективної системи управління, здатної забезпечити стійке позиціонування підприємства на ринку в умовах обмежених ресурсів, високої конкуренції та постійної змінності зовнішнього середовища.

З метою здійснення загальної характеристики конкурентоспроможності, у першу чергу слід проаналізувати сутність поняття «конкуренція». Конкуренція в умовах ринкової економіки виступає не лише як зовнішній фактор впливу на підприємницьку діяльність, а й як ключовий елемент, який визначає стратегічні орієнтири розвитку підприємства залежно від типу та інтенсивності конкурентного середовища.

Зважаючи на багатоаспектність та багатогранність поглядів на таке явище як «конкуренція» Чіков І.А. узагальнив і виокремив теорії, які розкривають сутність «конкуренції» [1, с. 75], а саме:

а) теорія абсолютних переваг (А. Сміт, Д. Рікардо, Дж. Мілль). Приватна ініціатива й вільний конкурентний ринок, на якому рівновага між виробництвом і споживанням підтримувалась, з одного боку, завдяки конкуренції між великою кількістю незалежних виробників, а з другого - завдяки наявності масових індивідуальних споживачів.

б) теорія рівноваги (А. Маршалл). Конкуренція слугувала ідеальним механізмом встановлення рівноваги на ринку завдяки дії законів граничної корисності та граничної продуктивності. Вона забезпечувала розвиток технологій та споживацьких переваг на основі визначених відносних цін.

в) еволюційна теорія (Й. Шумпетер). Конкуренція враховувала не лише процеси регулювання кон'юнктури ринку, а й вміння суб'єктів ефективно впроваджувати інноваційні технології.

г) теорія конкурентних переваг (М. Портер). Конкуренція проявлялась завдяки конкурентним перевагам підприємств залежно від зміни конкурентного середовища та від їх ефективного використання.

д) теорія інтелектуального лідерства (Г. Хамел, К. Прахалад). Використання нових форм бізнесу, інноваційних технологій в глобальному масштабі, прийняття нестандартних рішень щодо задоволення несформованих потреб споживачів стали новими чинниками конкуренції.

Незважаючи на різноманітність визначень конкуренції у науковій літературі, Момот О.М. [2] наголошує на тому, що всі наявні визначення поняття «конкуренція» зводяться до того, що це комплексна категорія, де в протиборстві сходяться дві та більше сторін в одному сегменті та визначають стан взаємовідносин продавця та покупця на ринку, що в кінцевому підсумку сприяє одержанню вигоди продавцем і задоволення потреб покупця.

Тобто, можна дійти висновку, що конкуренція – це багатоаспектне поняття, яке доцільно визначити як суперництво між виробниками товарів і послуг за ринок збуту з метою збільшення прибутку та розширення масштабів діяльності, завоювання певного сегмента ринку за рахунок здобуття та реалізації найвигідніших умов виробництва і збуту товарів та послуг, що реалізується шляхом створення та використання конкурентних переваг.

Вчені щодо конкуренції підприємства розрізняють такі терміни як «конкурентоспроможність підприємств» та «конкурентоздатність підприємства», які розглядаються як дві взаємозалежні, так і взаємодоповнюючі категорії [3, с. 233].

Зав'ялов П.С. трактує конкурентоспроможність підприємства як здатність такого підприємства конкурувати на ринках з виробниками й продавцями аналогічних товарів за допомогою забезпечення більш високої якості, доступних цін, створення зручних умов для покупців, споживачів [4, с. 33]. Заремба О.В. вважає, що «конкурентоспроможність підприємства» можна розглядати як: [5]

1) здатність підприємства успішно розвиватися в умовах конкурентної боротьби та протидіяти конкурентам;

2) прилаштовуватися до змін зовнішнього середовища та забезпечувати чіткий рівень конкурентних переваг;

3) перевага над конкурентами відносно інших підприємств в межах однієї галузі в країні і закордоном;

3) можливість (спроможність) підприємства виробляти і реалізовувати конкурентоспроможну продукцію та ефективно керувати ресурсами;

4) ефективне забезпечення вимог клієнтів порівняно з конкурентами.

Конкурентоспроможність підприємства є змінною характеристикою, яка постійно перебуває в процесі формування та трансформації під впливом як внутрішніх, так і зовнішніх чинників, що надає їй динамічного характеру. Ефективне управління конкурентоспроможністю передбачає детальне дослідження та аналіз широкого спектра показників, серед яких: виробничі, маркетингові, організаційні, кадрові, економічні й інноваційні. Комплексне врахування зазначених аспектів дозволяє забезпечити адаптивність підприємства до змін ринкового середовища та підтримувати його стабільну позицію в конкурентному полі.

Список використаних джерел:

1. Чіков І.А. Конкуренція: теоретичні підходи до розуміння сутності поняття. Журнал «Агросвіт». № 10, 2019, с. 74 – 80
2. Зінчик С. М., Момот О. М. Поняття конкурентоспроможності як економічної категорії суспільного розвитку. Режим доступу: https://www.confcontact.com/20130214_econ/1_zinchik.htm
3. Павлова В. А. Формування конкурентних переваг підприємств на різних стадіях економічного розвитку. Економіка та підприємництво. Держава та регіони. 2006. № 5, с. 232–235.
4. Омеляненко Т. В., Барабась Д. О., Вакуленко А. В. Управління конкурентоспроможністю підприємства. К. КНЕУ. 2006, 527 с.
5. Заремба О. В. Фактори конкурентоспроможності підприємства. Режим доступу: <https://ir.lib.vntu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/33658/Заремба.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

**Національний університет біоресурсів і
природокористування України
Гуманітарно-педагогічний факультет
Кафедра управління та освітніх технологій**



МАТЕРІАЛИ

**МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
«Сталий розвиток суспільства в цифрову епоху: інновації, технології,
провідництво та менеджмент в освіті»
«Sustainable Growth of Society in the Digital Era: Innovation, Technology,
Guidance and Management of Education»**

**Національний університет біоресурсів і природокористування України,
кафедра управління та освітніх технологій
AKG Global Support Services (OPC) Private Limited – Індія,
Університет Патил Відьяпіт – Індія,
Навчально-реабілітаційний заклад вищої освіти «Кам'янець-Подільський
державний інститут»,
Херсонським навчально-науковим інститутом Національного
університету кораблебудування імені адмірала Макарова,
Поліський національний університет,
*кафедра комп'ютерних технологій та системного моделювання***

1 жовтня 2025 р.

Київ 2025 р.

Рекомендовано до друку та поширення через мережу Internet рішенням Вченої ради гуманітарно-педагогічного факультету НУБіП України (протокол № 3 від 17.10.2025 р.)

Сталий розвиток суспільства в цифрову епоху: інновації, технології, провідництво та менеджмент в освіті / Матеріали міжнародної дистанційної науково-практичної конференції, м. Київ, 1 жовтня 2025 р. Київ : НУБіП України. 2025. 192 с.

Збірник наукових праць укладено за матеріалами Міжнародної дистанційної наукової конференції «**Сталий розвиток суспільства в цифрову епоху: інновації, технології, провідництво та менеджмент в освіті**», яка відбулась 1 жовтня 2025 року в Національному університеті біоресурсів і природокористування України. В матеріалах збірника висвітлюються сучасні тенденції подальшого розвитку освіти в Україні й світі в епоху цифровізації, розв'язання нагальних проблем у соціокультурній та соціально-гуманітарній сферах шляхом синергетичної інтеграції інновацій, управління та технологій, освітнього менеджменту та провідництва.

Тези подано в авторській редакції. Автори тез відповідають за достовірність викладеного матеріалу, за правильність цитування джерел, посилання на них та інші відомості. Передруковувати опубліковані в збірнику наукових праць матеріали дозволяється тільки за згодою авторів.

Редакційна колегія:

Савицька І.М., канд. філос. наук, доц. декан факультету (голова);

Кубицький С. О., канд пед. наук, проф. завідувач кафедри управління та освітніх технологій;

Гречаник Н. І., д-р пед. наук, проф.

Шумілова І. Ф., д-р пед. наук, доц.;

Базелюк В.Г., канд. пед. наук, доц.

Відповідальна за випуск – Гречаник Н.І., д-р пед. наук, проф.

ISBN 973-966-8063-79-4