

# ***ПІДПРИЄМСТВО ТА ЙОГО КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ***

**Пулянович О.В., к.е.н., доцент**

**Херсонська філія Національного університету кораблебудування**

Підприємство представляє собою суб'єкта соціально-економічної діяльності, суть та зміст якого визначається в залежності від певного підходу:

а) з інституціональних позицій – це суб'єкт економічної діяльності, гравець за інституціональними нормами та в певному інституціональному середовищі. Будучи частиною інституту підприємство само формує систему норм та правил, які визначають його внутрішню інституціональну архітектуру. В даному підході на перший план виходить мета створення та функціонування бізнесу, цінності, політика взаємовідносин з персоналом, контрагентами, покупцями, навколишнім оточенням; б) з економічних позицій – це автономний суб'єкт, що створюється для реалізації економічних задач і представляє собою єдність процесів залучення ресурсів, їх перетворення на товар та реалізації продукції. З економічних позицій основними, утворюючими підприємство компонентами є ресурси, внутрішні бізнес-процеси, взаємозв'язок з різноманітними ринками; в) з системних позицій - це обмежений розмірами та часовими рамками комплекс взаємопов'язаних елементів, дія яких спрямована на перехід системи на більш високий рівень розвитку. З системних позицій ключову роль у визначенні сутності та змісту підприємства відіграє структура, управлінська та комунікаційна мережі, взаємодія з системою більш високого порядку.

Конкурентоспроможність підприємства розглядається в широкому колі підходів, які представлені [1]:

- як сукупність властивостей, що відрізняють підприємство від інших господарюючих суб'єктів більш високим ступенем задоволення своїми товарами (роботами, послугами) потреб населення, ефективністю діяльності, можливістю і динамікою адаптації до умов ринкової кон'юнктури, здатністю до економічного розвитку на основі розробки і реалізації стратегій конкурентоспроможності;

- як сукупність особливостей і можливостей підприємства, що забезпечують йому перемогу в конкурентній боротьбі з іншими агентами;

- як сукупність властивостей суб'єкта, що має певну частку відповідного динамічного ринку, яка характеризує ступінь відповідності вироблюваних їм об'єктів вимогам споживачів в умовах конкуренції на вільному ринку;

- як здатність фірми, компанії конкурувати на ринках з виробниками та продавцями аналогічних товарів за допомогою забезпечення більш високої якості, доступних цін. створення зручності для покупців, споживачів;

- як здатність протистояти на ринку іншим виробникам і постачальникам аналогічної продукції (конкурентам) як за ступенем задоволення своїми товарами або послугами конкретної суспільної потреби, так і по ефективності виробничої діяльності;

- як можливість ефективної господарської діяльності та її практичної прибуткової реалізації в умовах конкурентного ринку. Це узагальнюючий показник життєстійкості підприємства, його вміння ефективно використовувати свій фінансовий, виробничий, науково-технічний і трудовий потенціали;

- інші.

На наш погляд, поняття конкурентоспроможності підприємства потрібно узгоджувати з підходом, який закладено при визначенні сутності та змісту підприємства.

Конкурентоспроможність в широкому сенсі представляє собою здатність суб'єкта створювати та реалізовувати конкурентні переваги.

При визначенні підприємства з інституціональних позицій конкурентоспроможність розглядаємо як сукупність конкурентних переваг, які побудовані підприємством на основі більш ефективного у порівнянні з іншими підприємствами використання можливостей, наданих визначеними правилами, нормами та культурними цінностями суспільства. Конкурентні переваги полягають у гудвілі, іміджі, бренді підприємства, які є кращими та більш ціннішими, ніж у конкурентів.

В межах економічного підходу конкурентоспроможність підприємства запропоновано визначати як сукупність переваг, що отримані внаслідок раціонального залучення ресурсів, оптимальної будови бізнес-процесів та використанні ринкових переваг. Конкурентні переваги полягають у економічній ефективності, що дозволяє активно застосовувати цінові важелі боротьби з конкурентами.

З позиції системного підходу конкурентоспроможність підприємства представлена як сукупність конкурентних переваг, які сформовані раціональною, узгодженою системною взаємодією підрозділів підприємства та його взаємовідносинами з системою національної економіки. Конкурентні переваги створюються у сфері управління та організації бізнесу, застосування провідних методів кадрового, фінансового, виробничого менеджменту, раціональній комунікаційній мережі.

#### Література:

1. Конкурентоспособность предприятия. – [Електроний ресурс] . – Режим доступу: <http://www.grandars.ru/college/ekonomika-firmy/konkurentosposobnost-organizacii.html>