

# ФАКУЛЬТЕТ ФІЛОЛОГІЇ І ЖУРНАЛІСТИКИ

Грицько М.

Науковий керівник – доц. Григорук А.А.

## КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ТА ЙОГО ПРОДУКЦІЇ

За умов функціонування підприємств у конкурентному середовищі все більше уваги приділяється рівню їх конкурентоспроможності, оскільки саме він, обумовлює якість та ефективність діяльності суб'єктів господарювання за умов нестабільної економіки. Конкурентоспроможність підприємства представляє собою стан підприємства, що характеризує наслідки конкурентної боротьби та результати її впливу, що відображаються у динаміці показників фінансової звітності підприємств. Саме конкурентна боротьба є механізмом, що з одного боку стимулює і сприяє підвищенню рівня конкурентоспроможності, а з іншого гальмує і відповідно має негативний вплив на її рівень.

Питанням оцінки конкурентоспроможності суб'єктів господарювання приділяється значна увага зарубіжних та вітчизняних науковців, таких як Азоев Г.Л., Ансофф И. Г., Войнаренко М.П., Кіт А.Ф., Косянчук Т.Ф., Лук'янова В.В., Мочерний С.В., Портер М., Пастернак-Таранушенко Г., Покропивний С.Ф., Петрович Й.М., Фатхутдінов Р.А., Щепіцен О.А., Швид В.В. та ін. Ринкові перетворення активізували інтерес окремих науковців до питань оцінки рівня конкурентоспроможності суб'єктів господарювання.

Метою даної статті є визначення характеристик оцінки конкурентоспроможності підприємства, окреслення блоків її дослідження та обґрунтування їх взаємодії. Мета статті досягається шляхом виконання наступних завдань: встановити характеристики рівня конкурентоспроможності підприємства; окреслити умови їх оцінки та визнання; обґрунтувати відповідність рівнів балансової напруги та операційної безпеки.

Дослідження поняття «конкурентоспроможність підприємства» передбачає з'ясування сутності категорії «конкуренція», оскільки вони тісно взаємопов'язані – про конкурентоспроможність можна говорити тільки при наявності конкуренції між виробниками певної продукції (послуги).

Конкуренція (від лат. *concurrentia* – стикатися, змагатися) – суперництво між товаровиробниками за найбільш сприятливі, економічно вигідні умови виробництва та реалізації продукції [1, с.114]. Конкуренція змушує суб'єктів підприємницької діяльності не зупинятися на досягнутому, а постійно самовдосконалюватися, знижувати витрати на виробництво, покращувати якість продукції (послуг), що пропонуються на ринку, підвищувати свою конкурентоспроможність.

Згідно з Законом України «Про захист економічної конкуренції», «економічна конкуренція (конкуренція) — змагання між суб'єктами господарювання з метою здобуття завдяки власним досягненням переваг над іншими суб'єктами господарювання, внаслідок чого споживачі, суб'єкти господарювання мають можливість вибирати між кількома продавцями, покупцями, а окремий суб'єкт господарювання не може визначати умови обороту товарів на ринку» [12].

Різні вчені мають різні погляди на категорію «конкурентоспроможність». Наприклад, Р.А. Фатхутдінов розглядає конкурентоспроможність як «властивість об'єкта, яка характеризується ступенем реального або потенційного задоволення ним конкретної потреби у порівнянні з аналогічними об'єктами на даному ринку» [7, с. 22].

У «Великому економічному словнику» (під ред. А.Н. Азріліяна) подано досить загальне тлумачення: «Конкурентоспроможність – це властивість товару нарівні з присутніми там аналогічними товарами, послугами або конкуруючими суб'єктами ринкових відносин» [7, с. 22].

Російські вчені М. Гельвановський, В. Жуковська, І. Трофімова розглядають поняття конкурентоспроможності в широкому сенсі: «Конкурентоспроможність у самому загальному вигляді – володіння властивостями, що створюють переваги для суб'єкта економічного змагання» [7, с. 22].

Вчені визначають три рівні суб'єктів конкурентної боротьби: мікрорівень (певні види продукції підприємства); мезорівень (галузі, корпоративні об'єднання підприємств та організації конгломеративного рівня); макрорівень (народногосподарські комплекси).

Конкурентоспроможність (тобто здатність (спроможність) підприємства вести суперництво у базовій галузі, на міжгалузевому та світових ринках) – це комплексна категорія, її переваги остаточно реалізуються через торгівлю, але базис конкурентних переваг створюється на всіх ланках суспільного виробництва, у тому числі значною мірою за рахунок структурної перебудови та дійової економічної політики [10].

Зростання конкурентоспроможності підприємства залежить, з одного боку, від управлінських рішень на рівні самих підприємств, з іншого – від державної та регіональної політики у сфері створення відповідного економіко правового середовища й державної підтримки зусиль суб'єктів господарювання щодо підвищення їх конкурентоспроможності.

Підвищення конкурентоспроможності підприємства потрібно розглядати як довготерміновий послідовний процес пошуку й реалізації управлінських рішень у всіх сферах його діяльності, здійснюваний планомірно, відповідно до обраної стратегії довготермінового розвитку, із врахуванням змін у зовнішньому

оточенні та стану засобів самого підприємства, і внесенням відповідних коректив.

Конкурентоспроможність залежить від низки чинників, які об'єктивно впливають на підприємство, а також суб'єктивних, які залежать від команди управління підприємства, організації, цілеспрямованості робіт, пов'язаних із забезпеченням конкурентоспроможності.

Основними завданнями у сфері підвищення конкурентоспроможності можна визначити такі:

- усунення бар'єрів підприємницької діяльності, зменшення податкового тиску;
- удосконалення законодавства в галузі підприємницької діяльності, розроблення антимонопольного законодавства;
- забезпечення платоспроможного попиту населення;
- державна підтримка новостворених підприємств: створення служб інформації про новітні технології, зміни у законодавстві, перспективні ринки збуту;
- фінансове стимулювання інноваційної діяльності підприємств щодо створення нових товарів і послуг.

Перелічені заходи будуть сприяти підвищенню конкурентоспроможності не тільки підприємства та його продукції, а й усієї економіки загалом.

Конкуренція змушує товаровиробників впроваджувати у виробництво інноваційні процеси та технології для зменшення витрат на виробництво. Тим самим вони підвищують якість товару та привертають увагу нових покупців, а отже й збільшують власні прибутки. В умовах конкуренції завжди проявляється конкурентоспроможність, причому на різних рівнях, які необхідно враховувати при управлінні нею.

Проведене дослідження доводить, що конкурентоспроможність підприємства – це складне багатоаспектне поняття, яке означає суперництво, боротьбу за досягнення найкращих результатів, отримання конкурентних переваг шляхом ефективного використання всіх наявних ресурсів, виготовлення та реалізації конкурентоспроможної продукції та отримання прибутку від ведення ефективної господарської діяльності.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Азоев Г.Л. Конкурентные преимущества фирмы / Г.Л. Азоев, А.П. Челенков. - М.: Тип.Новости, 2000. – 256с.
2. Близнюк С.В, Остапенко А.В. Конкурентний потенціал підприємництва як категорія сучасних економічних досліджень / С.В. Близнюк, А.В. Остапенко / Інвестиції: практика та досвід. – 2011. – №7. – с. 41-42.
3. Должанський І.З. Конкурентоспроможність підприємства / І.З. Должанський, Т.О. Загорна/. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 384с.
4. Драган О.І. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теоретичні аспекти : монографія / Драган О.І. – К. : ДАККІМ, 2006. – 160 с.
5. Закон України "Про захист економічної конкуренції" від 11 січня 2001 року №2210. – 14 (Редакція від 11.08.2013, підстава 406-18) // Відомості Верховної Ради України. – 2001. – № 12. – С. 64.
6. Коломієць І.Ф. Підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства в системі факторів інтернаціоналізації / І.Ф. Коломієць / Конкуренція. – 2007. – № 3. – с. 16-26.
7. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення : [монографія] / за заг. ред. О.Г. Янкового. – Одеса : Атлант, 2013. – 470 с.
8. Мазаракі А.А. Економіка торговельного підприємства /А.А. Мазаракі, Л.О. Лігоненко, М.М. Ушакова; за ред. М.М. Ушакової./ - К.:Хрещатик, 1999. – 707 с.
9. Портер М. Международная конкуренция / М. Портер.– М.: Международные отношения, 1993. – С. 495.
10. Рибаківа О.В. Конкуренція і конкурентоспроможність: економічна суть та фактори підвищення / Рибаківа О.В. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://archive.nbuv.gov.ua>.
11. Управління конкурентоспроможністю підприємства : Навчальний посібник. – С.М. Клименко, О.С. Дуброва та ін. – К. : КНЕУ, 2006. – 527 с.
12. Шевельова С.О. Конкурентоспроможність молочного підкомплексу [С.О. Шевельова]. Монографія – Тернопіль: Збруч, 2001. – 408 с.

*Полиняк М.*

*Науковий керівник – доц. Пігур М.В.*

#### **РІЗНОВИДИ ПОРІВНЯНЬ У РОМАНІ Р. ІВАНИЧУКА «ОРДА»**

Розгляд своєрідної мовної майстерності кожного з письменників дає можливість схарактеризувати історичний розвиток української мови. Уваги заслуговують художні прийоми у історичному романі «Орда» Р. Іванчука, зокрема використання порівнянь для створення виразного словесного образу.

Метою статті є аналіз порівняльних конструкцій у історичному романі Р. Іванчука «Орда», що дає можливість всебічно і глибоко усвідомити, наскільки мовні засоби дозволяють автору виразно змалювати образи персонажів, розкрити їх характери.

О. О. Потєбня у свій час наголошував, що «...порівняння так само, як і слова-образи та слова в переносному значенні, свідчать про індивідуальну природу світосприйняття [3, с. 264]». Природа порівняння, його семантична наповненість, залежить від світогляду мовця, характеру його світовідчуття. Звичайно, матеріалістичною основою творення порівнянь є реалістичний, предметний опис побуту, природи, стосунків між