

УДК 338.43:339.9:631.11:001.8

Зось-Кіор М.В.*доктор економічних наук, доцент,
в.о. завідувача кафедри менеджменту і логістики
Полтавського національного технічного університету
імені Юрія Кондратюка***Германенко О.М.***кандидат економічних наук, доцент,
в.о. декана біологічних і харчових технологій
Луганського національного аграрного університету (м. Харків)***Собакар Д.Т.***магістрант
Полтавського національного технічного університету
імені Юрія Кондратюка*

СУЧАСНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

АНОТАЦІЯ

Стаття присвячена сучасним аспектам управління конкурентоспроможністю. Узагальнено поняття, що характеризує конкурентоспроможність підприємства. Розглядається ієрархія факторів формування конкурентоспроможності підприємства. Обґрунтовується необхідність створення на підприємствах ефективної системи управління конкурентоспроможністю на основі виробничо-фінансових, інтелектуальних та трудових можливостей.

Ключові слова: управління, конкурентоспроможність підприємства, фактори формування конкурентоспроможності, ієрархія, можливості.

АННОТАЦИЯ

Статья посвящена современным аспектам управления конкурентоспособностью. Обобщено понятие, характеризующее конкурентоспособность предприятия. Рассматривается иерархия факторов формирования конкурентоспособности предприятия. Обосновывается необходимость создания на предприятиях эффективной системы управления конкурентоспособностью на основе производственно-финансовых, интеллектуальных и трудовых возможностей.

Ключевые слова: управление, конкурентоспособность предприятия, факторы формирования конкурентоспособности, иерархия, возможности.

ANNOTATION

The article is concerned with modern aspects of competitive capacity of enterprises management. There has been generalized the concept, that characterizes the competitive capacity of enterprises. This article presents the hierarchy of enterprises' competitive strengths formation. The authors also substantiate the necessity to create at enterprises an effective system of management of enterprises' competitive capacity on basis of production, financial, intellectual and labor opportunities.

Key words: management, competitive capacity of enterprises, factors of competitiveness formation, hierarchy, possibilities.

Постановка проблеми. Для функціонування ринкової економіки необхідною умовою є присутність конкурентного середовища між суб'єктами господарювання. Конкуренція вимагає від підприємств швидкої реакції на зміни, що відбуваються на ринку, та пошуку інноваційних рішень задля здобуття переваги перед конкурентами.

Вітчизняні підприємства мають можливість конкурувати не тільки між собою, а й на світовому ринку. Саме в конкурентній боротьбі відбувається «природний відбір» підприємств, що

є найбільш ефективними. Таким чином, ці особливості економічних відносин ставлять перед підприємствами завдання постійного моніторингу та підвищення власних позицій на внутрішньому чи світовому ринку. Виходячи з цього, тема дослідження є надзвичайно актуальною.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Поняття «конкурентоспроможність» із погляду етимології походить від англійського дієслова «compete» (з англ. «конкурувати»), яке лежить в основі слова «competitiveness» (з англ. «конкурентоспроможність»). В українському трактуванні об'єднано два слова: «конкуренція» і «спроможність», що означає здатність, наявність можливостей до конкуренції, змагання.

Поняття конкурентоспроможності було введено М. Портером у праці «Стратегія конкуренції», в якій він розглядає цю категорію як сукупність певних конкурентних переваг об'єкта серед аналогічних на ринку. Самі ж конкурентні переваги характеризуються як сукупність характеристик товару чи послуги, які створюють певну перевагу перед конкурентами. Причому конкурентні переваги можуть бути технічними, технологічними, інформаційними, географічними, організаційними тощо.

Теоретичні аспекти конкурентоспроможності, обґрунтовані М. Портером, отримали подальший розвиток у працях як вітчизняних, так і зарубіжних учених. Нині в науці є різні підходи до трактування поняття «конкурентоспроможність підприємства», тому для пошуку більш універсального визначення необхідно систематизувати найбільш поширені думки з цього приводу.

Г.Л. Азоев описує її таким чином: конкурентоспроможність підприємства – це здатність ефективно розпоряджатися власними та позиковими ресурсами в умовах конкурентного ринку, це результат його конкурентних переваг по всьому спектру проблем управління підприємством [1, с. 27].

О.В. Михайленко, К.Г. Орлова вважають, що конкурентоспроможність підприємства – це

здатність підприємства конкурувати на ринках із виробниками та продавцями аналогічних товарів за допомогою забезпечення більш високої якості, доступних цін, створення зручних умов для покупців, споживачів [10, с. 115]. На думку Д.С Терехова, О.В. Блідар, конкурентоспроможність підприємства – здатність протидіяти на ринку іншим виробникам і постачальникам аналогічної продукції (конкурентам) як за рівнем задоволення своїми товарами або послугами конкретної суспільної потреби, так і за ефективністю виробничої діяльності [12, с. 78].

А.О. Касич, Д.О. Глущенко розглядають конкурентоспроможність підприємства як можливість ведення ефективної господарської діяльності та її практичної прибуткової реалізації в умовах конкурентного ринку; це узагальнюючий показник життєвої стійкості підприємства, його вміння ефективно використовувати свій фінансовий, виробничий, науково-технічний і трудовий потенціали [7, с. 66].

Як зазначає Р.А. Фатхутдінов, конкурентоспроможність підприємства – це його здатність виробляти конкурентоспроможну продукцію, перевага підприємства порівняно з іншими підприємствами цієї галузі як усередині країни, так і за її межами [13, с. 63].

У дослідженнях В.Є. Хруцького та І.В. Корнеевої зазначено, що конкурентоспроможність підприємства – це здатність успішно оперувати на конкретному ринку (регіоні збуту) шляхом випуску й реалізації конкурентоспроможних товарів та послуг [14, с. 17].

На думку Г.М. Скударя, конкурентоспроможність підприємства – відносна характеристика, що віддзеркалює відмінності процесу розвитку одного виробника від виробника-конкурента як за ступенем задоволення своїми товарами чи послугами конкретної суспільної потреби, так і за ефективністю виробничої діяльності [11, с. 97].

О.І. Драган розуміє конкурентоспроможність підприємства як його можливість ефективно розпоряджатися власними й залученими ресурсами в умовах конкурентного ринку [10, с. 37].

Розглядаючи визначення поняття «конкурентоспроможність підприємства», М. Дядюк зазначає, що це – це певна система, що складається з безперервно взаємодіючих факторів і характеризує ступінь реалізації потенційних можливостей підприємства зі створення та утримання впродовж тривалого періоду часу конкурентної переваги; конкурентоспроможність слід розуміти не тільки як ефективність [5, с. 96], але і як динаміку пристосування підприємства до умов зовнішнього середовища, що постійно змінюються.

О.П. Єлець відзначає, що конкурентоспроможність підприємства – система економічних категорій, елементами якої є конкурентоспроможність продукції і фінансова конкурентоспроможність; це економічна категорія, за допомогою якої виявляється перевага цього виробника

за рівня задоволення споживачів продукцією з урахуванням ефективності фінансово-господарської діяльності [6, с. 59].

Згідно з визначенням швейцарської організації European management forum, конкурентоспроможність підприємства – його реальна потенційна здатність проектувати, виробляти та продавати за наявних умов товари, які за ціновими і неціновими характеристиками є привабливішими для споживачів, ніж товари їхніх конкурентів [15, с. 85].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. У ситуації недовговічності майже будь-якого бізнесу, непередбачуваності, складності та неоднозначності управляти конкурентоспроможністю стає все складніше. Тому необхідним є дослідження факторів, що формують конкурентоспроможність підприємства в сучасних умовах.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження аспектів управління конкурентоспроможністю підприємства в сучасних умовах.

Виклад основного матеріалу дослідження. У більшості сучасних наукових досліджень підкреслюється пріоритетність саме поняття конкурентоспроможності продукції (товару). Віддаючи належне такому підходу, все ж варто зауважити, що товар виступає вже як результат господарської діяльності, яку здійснює підприємство. Саме в процесі виробництва продукції і закладаються ті якісні характеристики товару, що формують його споживчу цінність і відповідність ринковим вимогам. Враховуючи обставини зовнішнього середовища та оцінюючи власні можливості, підприємство визначає стратегію просування та збуту продукції, створюючи умови для успішної її реалізації споживачам.

Також необхідно враховувати, що аналіз процесів конкурентоспроможності на макrorівні (галузі, регіону, країни) може бути проведений тільки через дослідження господарської діяльності відповідних підприємств, тому можна дійти висновку про пріоритетність проведення дослідження саме категорії конкурентоспроможності підприємства як найбільш важливої з мікро- і макроекономічних позицій.

Схематично згрупуємо розглянуті вище поняття за напрямками (рис. 1).

Отже, конкурентоспроможність підприємства – це здатність підприємства вчасно й ефективно коректувати параметри своєї діяльності залежно від змін у зовнішньому середовищі для підтримання наявних і створення нових конкурентних переваг з метою досягнення власних стратегічних цілей, що дає можливість розглядати це поняття не тільки як результат діяльності, а як системну категорію, яка відображає процес діяльності підприємства з позицій його стратегічних цілей.

Важливою передумовою формування конкурентоспроможності підприємства є визначення сукупності факторів, вплив яких може підвищувати та зменшувати її загальний рівень.



Рис. 1. Групування визначень «конкурентоспроможність підприємства» за напрямками

Джерело: узагальнено авторами

Крім того, аналіз факторів допомагає виявити сильні й слабкі сторони діяльності як самого підприємства, так і його конкурентів, розробити заходи щодо підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Поняття «фактор» походить від лат. factor – той, що робить, той, що виготовляє. Зазвичай він визначається як істотна обставина в явищі, процесі; що досліджується, вихідна складова частина чого-небудь. Таким чином, можна сказати, що фактор – це причина, що впливає на певний результат. На думку Б. Райзберга та Р. Фатхутдінова, фактори – це параметри, що визначають характер і результативність протікання економічних процесів, що зумовлюють кількість і якість економічного продукту, який виготовляється [13, с. 125].

Система факторів конкурентоспроможності підприємства, що наведена на рис. 2, має чітку ієрархічну структуру. Множину факторів, що формують конкурентоспроможність підприємства, класифіковано на три групи, які, в свою чергу, формують підсистему факторів нижчого рівня: фактори макrorівня відображають вплив умов функціонування національної й міжнародної економіки; фактори мезорівня характеризують галузь, до якої належить підприємство; фактори мікрорівня безпосередньо впливають на конкурентоспроможність підприємства.

До основних факторів макrorівня віднесемо:

– конкурентоспроможність економіки країни загалом та імідж держави на міжнародній

арені, що визначаються: обсягом реального ВВП, обсягом промислового виробництва, сумою капітальних інвестицій, індексом інфляції, показниками дефіциту бюджету та зведеного платіжного балансу, рівнем реальних доходів населення;

– політичні фактори: стабільність політичної ситуації в державі, сталість політико-економічного розвитку;

– якість державного регулювання: законодавча база, рівень корупції в країні;

– правові фактори: законодавча база, що сприяє процесу виробничої діяльності та розвитку економіки, її прозорість та стабільність, рівень відповідності європейським та світовим нормам права;

– економічні: зв'язки з іншими країнами; експортно-імпортні відносини; система стандартизації та сертифікації продукції, що випускається в державі; розроблення та реалізація програм у пріоритетних сферах економіки; регулюванні валютного курсу, податкова, кредитна системи;

– науково-технічний потенціал: рівень науково-технічного прогресу, обсяги інноваційної діяльності, частка витрат на науково-дослідні роботи, кількість запатентованих технологій, рівень екологізації виробництва, технологічний рівень використовуваного у виробництві обладнання тощо;

– розвиток інфраструктури: транспортної, систем комунікацій;

- природно-географічні фактори: розміщення продуктивних сил; наявність джерел сировини; вартість ресурсів; кліматичні умови господарювання;
- соціокультурні фактори: культурні традиції, національні звичаї, менталітет мешканців країни.

До факторів мезорівня окремі дослідники відносять ті з них, що впливають на конкурентні переваги підприємства та формуються на рівні регіону, галузі, отже, залежать від їх особливостей та специфіки: конкурентоспроможність та інвестиційна привабливість галузі або регіону; наявність входних бар'єрів; доступність ресурсів, їх вартість; наявність регіональних програм підтримки бізнесу та їх дієвість; рівень розвитку регіональної інфраструктури; наявність та дієвість спеціальних економічних зон та інші.

Фактори формування конкурентоспроможності макrorівня зазвичай ототожнюються із внутрішніми факторами. В економічній літературі розглядається два можливих підходи до формування конкурентоспроможності під-

приємства. Відповідно до першого, дослідження ґрунтуються на відведенні провідної ролі у формування конкурентоспроможності підприємства найнижчому ланцюгу в ієрархії, а саме – конкурентоспроможності продукції. Обґрунтовується це тим, що конкурентоспроможність конкретної продукції забезпечує можливість формування конкурентоспроможності на вищих рівнях (рис. 2).

Зокрема, І.О. Геращенко, О.О. Шмадченко до факторів, які визначають конкурентоспроможність підприємства, відносять: товар, положення на ринку, збут, просування товарів, виробництво. Дослідники пропонують враховувати такі чинники: якість товарів, умови їх продажу і доставки, рівень їх допродажного та післяпродажного сервісу, ефективність реклами, імідж товару, його виробника та інші фактори, що прямо чи опосередковано пов'язані з властивостями товару [3, с. 298].

Н. Ліфіц під час визначення конкурентоспроможності підприємства виділяє фактори, які впливають на забезпечення необхідної



Рис. 2. Ієрархія факторів формування конкурентоспроможності підприємства

якості і рівня ціни продукції, доповнюючи їх факторами макроекономічними. До першої групи автор відносить фактори виробничі (сировина, конструкція, рецептура, технологія), збутові (умови транспортування, зберігання), сервісні (допомога у виборі товару тощо), а до другої: економічну політику держави, стан нормативно-технічної бази, фінансової системи, зовнішньоекономічну стратегію країни, її науково-технічний потенціал, рівень розвитку інформаційних технологій, вартість ресурсів, географічне, політичне й економічне становище країни, продуктивність праці, витрати виробництва [9, с. 157]. У процесі формування конкурентоспроможності підприємства рівень конкурентоспроможності продукції визначається співвідношенням між показниками, що оцінюють рівень корисності продукції для споживача, а саме якістю продукції, сервісних послуг, споживчими якостями, рівнем маркетингового сприяння збуту продукції.

Безперечно, фактори конкурентоспроможності продукції є досить вагомими під час формування конкурентоспроможності підприємства – воно не може бути конкурентоспроможним, якщо його товар не має збуту. Проте, акцентуючи увагу на формуванні конкурентоспроможності підприємства за рахунок випуску і реалізації конкурентоспроможної продукції, дослідники цієї проблеми розглядають переважно поточну конкурентоспроможність, але не враховують інших конкурентних переваг підприємства. Не встановлено вплив факторів потенціалу підприємства, недостатньо уваги приділяється можливості досягнення конкурентоспроможності підприємства у довгостроковій перспективі.

До другої групи віднесемо підходи, що ґрунтуються на дослідженні взаємозв'язку конкурентоспроможності підприємства з рівнем потенціалу та ефективністю його діяльності, завдяки чому забезпечується досягнення довготривалого успіху діяльності з формування конкурентоспроможності підприємства.

Зазначимо, що в дослідженнях вітчизняних та зарубіжних науковців по-різному здійснюється врахування факторів конкурентоспроможності потенціалу підприємства. Зокрема, М.В. Зось-Кіор, К.О. Брижань під час встановлення стратегії підвищення ефективності використання наявного потенціалу та подальшого розвитку підприємства пов'язують потенціал його конкурентоспроможності з виробничим потенціалом, частковим потенціалом ціни товару, якісних характеристик асортиментних груп товару [2, с. 64].

За визначенням Н. Краснокутської, конкурентоспроможність потенціалу підприємства – це комплексна порівняльна характеристика потенціалу, яка відображає рівень переваги сукупності індикаторів якості використання ресурсів та організації взаємозв'язків між ними, що визначають ефективність потенціалу на певному ринку в певний проміжок

часу щодо сукупності індикаторів підприємств-аналогів [8, с. 192].

Отже, конкурентоспроможність потенціалу можна розглядати як сукупність виробничо-фінансових, інтелектуальних і трудових можливостей підприємства, які забезпечують йому стійкі конкурентні позиції на ринку.

При цьому структура конкурентоспроможного потенціалу складається з: виробничо-фінансових можливостей (виробничий, фінансовий, комунікаційний потенціал); інтелектуальних можливостей (інноваційний, маркетинговий, управлінський потенціал); трудових можливостей (трудоий, мотиваційний потенціал) підприємства.

Такими визначаються: виробничий потенціал (здатність виробничої системи виробляти матеріальні блага, використовуючи ресурси виробництва), техніко-технологічний потенціал (здатність до технологічної оптимізації всього циклу виробництва), маркетинговий потенціал (здатність підприємства ефективно виявляти, формувати та задовольняти потреби споживачів), фінансовий потенціал (здатність до оптимізації фінансової системи із залучення та використання фінансових ресурсів), організаційний потенціал (здатність до прийняття ефективних управлінських рішень), трудовий потенціал (сукупна трудова дієздатність колективу підприємства, ресурсні можливості у сфері праці облікового складу, виходячи з їх віку, фізичних можливостей, наявних знань і професійно-кваліфікаційних навичок) та інноваційний потенціал (здатність генерувати високу інноваційну активність, яка проявляється в ефективному забезпеченні нових і майбутніх технологій).

Усі складники конкурентоспроможного потенціалу підприємства взаємопов'язані між собою. Поєднання визначених складників у сукупності характеризує стан та можливості підприємства зі створення, зміцнення та розвитку власних конкурентних переваг.

Висновки. Таким чином, визначено, що конкурентоспроможність підприємства слід розглядати з урахуванням факторів конкурентоспроможності продукції, потенціалу підприємства, галузей, регіонів і країни загалом. Оцінка стану використання взаємопов'язаних та взаємозалежних рівнів визначається насамперед здатністю конкретних виробників випускати конкурентоспроможну продукцію. Критерії, характеристики і фактори динаміки конкурентоспроможності для кожного її рівня мають власну специфіку. Залежно від комбінації факторів впливу конкретне підприємство характеризується досягнутим рівнем та особливим характером формування конкурентоспроможності. До того ж, специфічна комбінація факторів є об'єктивною передумовою формування стійких конкурентних позицій підприємства на ринку. Запропонована ієрархія факторів конкурентоспроможності підприємств дає змогу розробити систему показників конкурентоспроможності та методи її оцінки, спрямувати їх на нейтралі-

зацію наявних проблем підприємства. Наведена система факторів дає змогу створити і підтримувати належний рівень конкурентних переваг об'єкта дослідження, а також визначити стратегічні, поточні та оперативні заходи управління конкурентоспроможністю підприємства.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика. М.: Центр экономики и маркетинга, 1996. 208 с.
2. Зось-Кіор М.В., Брижань К.О. Управління конкурентоспроможністю підприємства в умовах нестабільності. Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія: «Економічні науки». 2017. № 6. С. 62–65.
3. Геращенко І.О., Шмадченко О.О. Управління конкурентоспроможністю підприємства. Вісник економіки транспорту і промисловості. 2015. Вип. 50. С. 297–301.
4. Драган О.І. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теоретичні аспекти: монографія. К.: ДАККіМ, 2016. 160 с.
5. Дядюк М. Удосконалення методологічних засад управління конкурентоспроможністю підприємства в умовах кризи. Agricultural and resource economics: international scientific e-journal. 2016. Vol. 2, № 4. С. 95–105.
6. Єлець О.П. Сутність конкуренції та конкурентоспроможності підприємства. Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. 2016. Вип. 1. С. 58–64.
7. Касич А.О., Глушенко Д.О. Теоретичні та практичні аспекти управління конкурентоспроможністю підприємства. Економіка та держава. 2016. № 11. С. 65–70.
8. Краснотутська Н.С. Управління потенціалом торговельного підприємства: монографія. Х.: ХДУХТ, 2012. 321 с.
9. Лифиц І.М. Теория и практика оценки конкурентоспособности товаров и услуг. М.: Юрайт-М, 2001. 223 с.
10. Михайленко О.В., Орлова К.Г. Система управління конкурентоспроможністю продукції підприємства. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2017. Вип. 13 (2). С. 114–117.
11. Скударь Г.М. Управление конкурентоспособностью крупного акционерного общества: проблемы и решения. К.: Наукова думка, 1999. 495 с.
12. Терехов Д.С., Блідар О.В. Стратегічне управління конкурентоспроможністю підприємства. Наука й економіка. 2016. Вип. 2. С. 76–80.
13. Фатхутдінов Р.А., Осовська Г.В. Управління конкурентоздатністю організації. К.: Кондор, 2009. 470 с.
14. Хруцкий В.Е., Корнеева И.В. Современный маркетинг. М.: Финансы и статистика, 1999. 528 с.
15. Якименко Н.В. Управління конкурентоспроможністю підприємств торгівлі. Вісн. Хмельниц. нац. ун-ту. Сер.: Економіка. 2015. № 1. С. 51–55.

REFERENCES:

1. Azoyev, G. L. (1996), Konkurentsija: analiz. strategiya i praktika [Competition: Analysis, Strategy and Practice], Center for Economics and Marketing, Moscow, Russia.
2. Zos-Kior, M.V. and Britshan, K.O. (2017), "Managing the competitiveness of the enterprise in conditions of instability", International scientific magazine "Internet Science", Series: "Economic Sciences", no. 6, pp. 62–65.
3. Gerashchenko, I.O. and Shmadchenko, O.O. (2015), "Managing the competitiveness of the enterprise", Bulletin of the Economy of Transport and Industry, no. 50, pp. 297–301.
4. Dragan, O.I. (2016), Upravlinnia konkurentospromozhnistiu pidpriemstv: teoretychni aspekty [Managing the Competitiveness of Enterprises: Theoretical Aspects]: Monograph, DAKK-KiM, Kyiv, Ukraine.
5. Dyaduk, M. (2016) "Improvement of methodological principles of enterprise competitiveness management in the conditions of crisis", Agricultural and Resource Economics: international scientific e-journal, vol. 2, no. 4, pp. 95–105.
6. Yelets, O.P. (2016), "The essence of competition and competitiveness of the enterprise", Economic Bulletin of the Zaporizhzhya State Engineering Academy, no.1, pp. 58–64.
7. Kasich, A.O. and Glushchenko, D.O. (2016), "Theoretical and practical aspects of enterprise competitiveness management", Economy and the state, no. 11, pp. 65–70.
8. Krasnokutskaya N.C. (2012), Upravlinnia potentsialom torhov-elnoho pidpriemstva [Management of the potential of a trading company]: a monograph, KGUFT, Kharkiv, Ukraine.
9. Lyfits, I.M. (2001), Teoriya i praktika otsenki konkurentosposobnosti tovarov i uslug [Theory and practice of evaluating the competitiveness of goods and services], Yurayt-M, Moscow, Russia.
10. Mikhailenko, O.V. and Orlova, K.G. (2017), "System of enterprise competitiveness control of production", Scientific herald of Uzhgorod National University, Series: International Economic Relations and World Economy, no. 13 (2), pp. 114–117.
11. Scudar, G.M. (1999), Upravleniye konkurentosposobnostyu krupnogo aktsionernogo obshchestva: problemy i resheniya [Managing the Competitiveness of a Large Joint Stock Company: Problems and Solutions], Naukova Dumka, Kyiv, Ukraine.
12. Terekhov, D.S. and Bliidar, O.V. (2016), "Strategic management of enterprise competitiveness", Science and Economics, no.2, pp. 76–80.
13. Fatkhuddinov, R.A. and Osovskaya, G.V. (2009), Upravlinnia konkurentozdatnistiu orhanizatsii [Managing the competitiveness of the organization], Condor, Kyiv, Ukraine.
14. Khrutsky, V.E. and Korneeva, I.V. (1999), Sovremenny marketing [Modern marketing], Finance and Statistics, Moscow, Russia.
15. Yakimenko, N.V. (2015), "Managing the competitiveness of trade enterprises", Visn. Khmelniysky nats un, Series: Economy, no. 1, pp. 51–55.

Zos-Kior M.V.

*Doctor of Economic Sciences, Associate Professor,
Acting Head of Department of Management and Logistics
Poltava National Technical Yurii Kondratyuk University*

Hermanenko O.M.

*Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Acting Dean of Bio and Food Technology
Lugansk National Agrarian University, Kharkiv*

Sobakar D.T.

*Graduate Student,
Poltava National Technical Yurii Kondratyuk University*

MODERN ASPECTS OF COMPETITIVE CAPACITY OF ENTERPRISES MANAGEMENT

This article is devoted to modern aspects of management of enterprises' competitive capacity. The authors have given their own definition to competitive capacity of enterprises as the ability of the enterprise to adjust the parameters of its activities timely and efficiently, depending on changes in the external environment so as to maintain the existing and to create new competitive advantages in order to achieve their own strategic targets, which gives the opportunity to consider this concept not only as the result of activity but as a system category that reflects the process of enterprise activity from the standpoint of its strategic targets.

It is proved in this scientific paper that the competitive capacity of enterprises should be considered taking into account the factors of product marketability, the potential of the enterprise, industries, regions, and the country as a whole. The offered hierarchy of enterprises' competitive strengths allows developing the system of indexes of competitiveness and methods of its estimation, as well as aiming them at the counteraction to the existing problems of the enterprise. The necessity to create an effective system of management of enterprises' competitive capacity on the basis of possibilities is substantiated in this article. The authors have proposed to consider the competitiveness of potential as a set of production, financial, intellectual, and labour opportunities of the enterprise, which provide it with a firm competitive position in the market.

The given system of factors allows creating and maintaining the appropriate level of competitive advantages of the target of research, as well as determining strategic, current, and operational management control measures of the enterprise competitiveness. They include: production, technical and technological, marketing, financial, organizational, labour and innovative potential.

It is proved in the article that all the components of the competitive potential of the enterprise are interconnected. The combination of certain components altogether characterizes the state and capabilities of the enterprise to create, strengthen, and develop its own competitive advantages. The authors of the article have determined that the criteria, characteristics, and factors of competitiveness dynamics for its every level have their own peculiarities. Depending on the combination of impact factors, a particular enterprise is characterized by the achieved level and by the special character of competitiveness formation.