

Виноградова О.В., д.е.н., проф.,
Асан А. Ж., аспірантка,
Чарна О.О., студентка,
Державний університет телекомунікацій

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ЕКОНОМІЧНА КАТЕГОРІЯ

У статті проведено дослідження конкурентоспроможності підприємства як економічної категорії. Надано комплексну характеристику конкурентоспроможності та визначено її місце в системі економічних категорій; надано визначення термінам «конкурентоспроможність» та «конкурентоспроможність підприємств»; систематизовано рівні забезпечення конкурентоспроможності підприємства: оперативний (забезпечується конкурентоспроможність продукції), тактичний (характеризується загальним станом підприємства), стратегічний (забезпечує інвестиційну привабливість підприємства).

Ключові слова: конкурентоспроможність, економічна категорія, конкурентоспроможність підприємства, рівні забезпечення конкурентоспроможності підприємства.

Постановка проблеми. Всі підприємства і організації в більшій чи меншій мірі, стикаються з такою проблемою, як конкуренція. Щоб вижити в таких умовах, а також для розробки, необхідно проаналізувати ситуацію на ринку та прийняти рішення про заходи щодо поліпшення конкурентоспроможності. Таким чином, актуальність теми випускної кваліфікаційної роботи пояснюється тим, що підвищення конкурентоспроможності торгового підприємства є необхідною умовою виживання при діяльності організації в умовах ринкової економіки, що зумовлює актуальність теми дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема управління конкурентоспроможністю підприємства, а також творчі дослідження окремих аспектів маркетингових досліджень для оцінки конкурентоспроможності підприємства знайшли відображення в працях: Виноградової О.В. [8, 16], Дмитрієва І.А. [17], Дрокіної Н.І. [6], Ємець О.І. [14], Кирчата І.М. [17], Крижко О.В. [8], Мазаракі А.А. [9], Портера М. [4], Совершеної І.О. [7], Шершенюка О.М. [17] та ін.

Аналіз наукової літератури показав, що закордонні та вітчизні вчені ведуть постійний пошук шляхів удосконалення методів оцінки конкурентоспроможності.

Виділення невіршених раніше частин загальної проблеми. Проте слід зазначити, що наукову розробленість проблеми формування та реалізації шляхів удосконалення методів оцінки конкурентоспроможності, орієнтованих на торгове підприємство, не можна вважати вичерпною. Таким чином, вимагають продовження дослідження в частині теоретичного обґрунтування.

Мета статті полягає в теоретичному обґрунтуванні та розробці науково-практичних рекомендацій щодо оцінки конкурентоспроможності підприємства як економічної категорії.

Виклад основного матеріалу. Конкурентоспроможність підприємства являє собою економічну категорію, що характеризує здатність організації здійснювати виробництво конкурентоспроможної продукції, використовуючи свій потенціал краще, ніж конкуренти. В даному випадку особливе значення має можливість організації оперативно і адекватно реагувати на зміни в купівельній середовищі, проявляти реакцію на смаки і переваги

покупців [1, с. 25]. Вихід конкурентоспроможного товару на ринок є вихідним моментом в роботі компанії в галузі освоєння ринку і закріплення на ньому, після чого починається тривалий етап управління конкурентоспроможністю та її оцінки, що вимагає максимальної систематизації та уваги.

Рівень конкурентоспроможності підприємства є відносним поняттям і може бути виявлений і оцінений виключно в процесі порівняння організацій, які займаються випуском аналогічної продукції або надають відповідні послуги на місцевому, регіональному, національному або світовому ринку. Це обумовлює той факт, що одне і те ж підприємство може бути конкурентоспроможним на місцевому або національному ринку і не бути таким на регіональному і світовому рівні.

Теорія конкурентоспроможності підприємства та його конкурентних переваг почала розвиватися ще в XVIII столітті в працях таких вчених і економістів як Адам Сміт, Давид Рікардо, Елі Хекшер і Бертіль Олін. Проте, сучасні динамічно розвиваючі тенденції світової економіки вимагають перегляду ортодоксальних поглядів на поняття конкуренції та конкурентоспроможності [2]. За останні десятиліття найбільш значний внесок у вивчення питання конкурентоспроможності підприємства внесли такі економісти як Ігор Ансофф і Майкл Юджин Портер, що проаналізували причини високого рівня конкурентоспроможності підприємств [3-4].

Після проведення відповідного аналізу, економісти дійшли висновку, що рівень конкурентоспроможності підприємства в сильному ступені залежить від умов і ефективності їх використання в державі, на території якого функціонує підприємство. До вищевказаних умов відносяться: необхідні чинники виробництва; розвинений попит, зрілість конкурентного середовища; якість управління; раціональна державна політика [5, с. 89].

Для визначення економічної сутності конкурентоспроможності підприємства слід розглядати ринок, всередині якого воно діє, як єдину економічну систему, яка включає в себе функціонально однорідні об'єкти і зовнішнє середовище, формує вимоги даних об'єктів. Вимоги зовнішнього середовища і результати діяльності об'єктів можна уявити як деякі показники, які мають різні економічні смисли. Слід зазначити, що мета кожного з вищевказаних об'єктів - досягти максимально можливих результатів функціонування, які пред'являються споживачам.

Конкурентоспроможність, як економічна категорія, характеризує специфічну область, яка включає в себе проектні, виробничі, розподільні і споживчі аспекти результату економічної діяльності. Конкурентоспроможність притаманна всім структурним елементам економічної системи і проявляється в боротьбі, результатом якої стає перерозподіл ринкової частки в свою користь. Проведення аналізу численних визначень поняття «конкурентоспроможність», які відомі і поширені в сучасній економічній науці, дозволяє виділити певний спектр аспектів, які, безумовно, важливі для виводу комплексної характеристики конкурентоспроможності та визначення її місця в системі економічних категорій. Дані показники представлені на рис. 1 [6-8].

Виходячи з вищесказаного, американський професор економіст Майкл Юджин Портер визначав конкурентоспроможність як властивість об'єкта, який володіє певною часткою ринку, що характеризує ступінь його відповідності техніко-функціональних, економічних, організаційних та інших характеристик. Частка ринку, що належить даному об'єкту, визначається рівнем вимог споживача, що перешкоджає перерозподілу цього ринку на користь інших об'єктів [4].

Тож, виходячи з перерахованих вище визначень і характеристик конкурентоспроможності як економічної категорії, справедливо стверджувати, що:

1. Повністю конкурентоспроможною можна вважати тільки продукцію, яка має на конкретному ринку різні показники, які не доступні конкурентам.

2. Основа для оцінки конкурентоспроможності - комплексне дослідження ринку, що дозволяє правильно визначити в ньому місце досліджуваного підприємства.

3. Споживач завжди робить вибір на користь того об'єкта, який задовольняє його потреби в найбільшій мірі, враховуючи при цьому величину матеріальних витрат.

4. Ринкова частка об'єкта залежить від займаної ним частки в попередній період і потенціалу конкурентоспроможності зараз: високий рівень потенціалу може порушити рівновагу, встановлену на ринку, або змінити перебіг перехідних процесів перерозподілу, а низький рівень потенціалу, в свою чергу, не може надавати належний вплив на ринкові процеси.

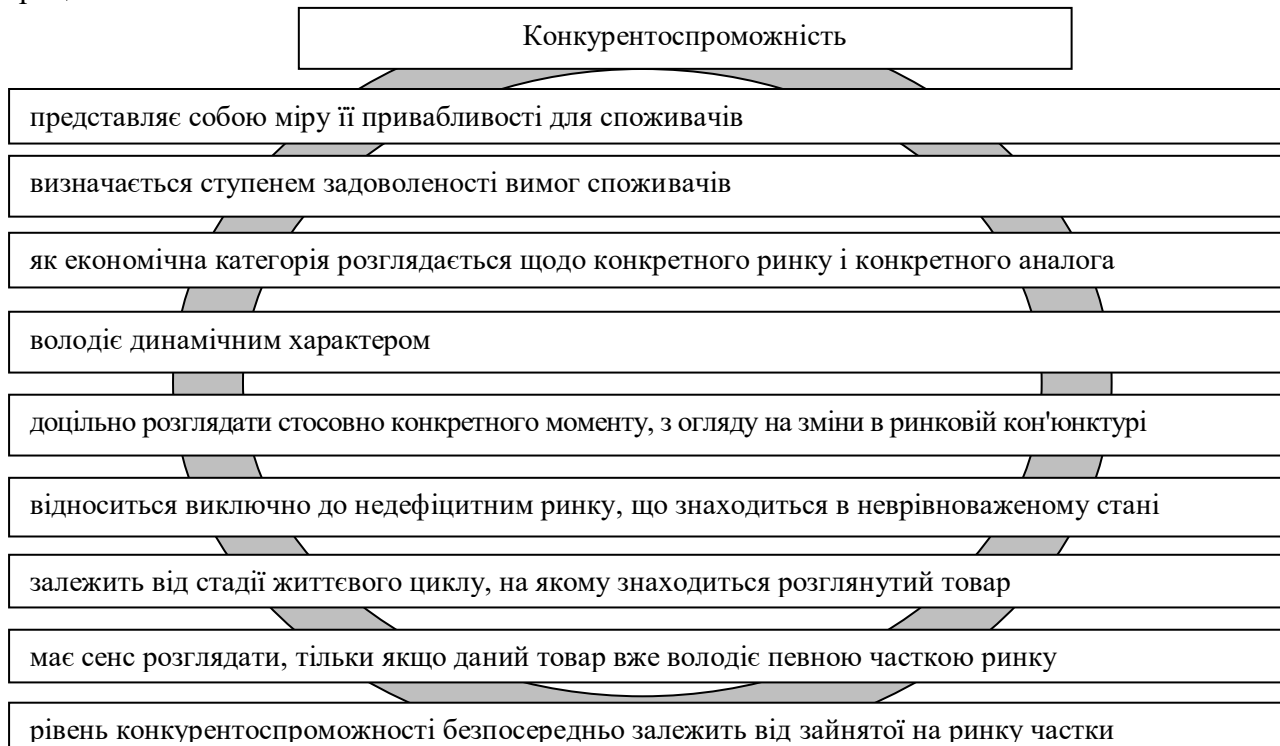


Рис. 1. Характеристика конкурентоспроможності як економічної категорії (побудовано авторами за [6-8])

Таким чином, конкурентоспроможність являє собою важливу економічну і ринкову категорію, яка відображає одну з найважливіших ринкових властивостей - наявність конкуренції. Якщо якісні характеристики ринкової одиниці залишаються незмінними, її конкурентоспроможність може змінюватися в досить широкому спектрі, реагуючи на різноманітні чинники, які визначаються конкурентним ринковим середовищем. Проблема конкурентоспроможності - комплексна, і вимагає всебічного вивчення. Для правильного визначення сутності конкурентоспроможності, можливості і виправданості заміни властивості конкурентоспроможності властивостями якості та ефективності, подання конкурентоспроможності як самостійної категорії, слід оцінювати і аналізувати конкурентоспроможність на різних рівнях:

- на локальному рівні - конкретному підприємстві;
- на галузевому рівні;
- на регіональному рівні - в конкретному суб'єкті;
- на рівні національної економіки в цілому.

Для обґрунтування поняття конкурентоспроможності підприємства слід розглянути термін конкуренція. Конкуренція є суперництвом, змаганням людей, груп, організацій з досягнення подібних цілей, кращих результатів у певній сфері суспільства [9-10]. У процесі будь-якої конкуренції відбувається зіткнення інтересів: політичних, економічних, наукових і т.д.

Важливу роль у розвитку конкуренції в сучасному ринковому середовищі відіграє рівень розвитку законодавчої бази в області відповідних питань. Конституції України

говориться: «В Україні гарантуються єдність економічного простору, вільне переміщення товарів, послуг і фінансових коштів, підтримка конкуренції, свобода економічної діяльності» [11], що підкреслює незаперечну важливість наявності конкуренції в сучасному ринковому середовищі. Цивільний кодекс України також не допускає обмеження конкуренції та гарантує її свободу, визначає основні поняття суб'єктів ринкової діяльності, регламентує їх діяльність в рамках здійснення своєї фінансової діяльності [12]. Саме перераховані вище правові аспекти конкуренції дозволяють говорити про конкурентоспроможність підприємств, так як серед безлічі економічних, організаційних, технологічних та соціальних проблем, що впливають на діяльність підприємств, розвинена законодавча база та підтримка підприємництва з боку держави мають вирішальний вплив на перспективи його розвитку [13-15].

Наявність вільної конкуренції - необхідна умова визначення конкурентоспроможності підприємства. Конкуренція здійснюється в ринковому середовищі - умовному місці купівлі-продажу конкретних товарів, укладання торговельних угод, що здійснюються в певних за інтенсивністю умовах конкуренції з дотриманням етичних і правових норм і правил. Таким чином, конкурентоспроможність підприємства є відносною характеристикою, що виражає ступінь відмінності підприємства від конкурентів в сфері задоволення потреб споживачів. Високий рівень конкурентоспроможності підприємств обумовлений задоволеністю і готовністю споживача повторно купувати продукцію, що випускається підприємством, а також відсутністю у споживачів претензій до підприємства.

Конкурентоспроможність підприємства є багатогранне поняття, яке включає якісні і цінові параметри промислової продукції і залежне від рівня розвиненості менеджменту, системи управління фінансовими потоками, інвестиційної та інноваційної складовими його діяльності. Більш того, конкурентоспроможність підприємства знаходиться під впливом кон'юнктури, що складається на ринку, ступеня конкуренції, яку випробовують підприємством з боку інших суб'єктів ринку, технічної оснащеності, ступеня впровадження інновацій, мотивації та кваліфікації персоналу, фінансової стійкості. Основою формування конкурентоспроможності підприємств є система його конкурентних переваг. Чинники конкурентної переваги підприємства можна поділити на зовнішні (прояв яких мало залежить від підприємства), і внутрішні (які визначаються керівництвом підприємства) [17]. Типовими конкурентними перевагами організацій є структурні, ресурсні, технічні, управлінські, ринкові, ефективності підприємства. З огляду на всі різноманіття трактувань поняття «конкурентоспроможність підприємства» можна виділити ряд його характерних особливостей:

- конкурентоспроможність підприємства дає характеристику величиною і ефективності використання його ресурсного потенціалу;
- конкурентоспроможність підприємства розвивається динамічно, в залежності від зовнішніх і внутрішніх чинників середовища підприємства;
- конкурентоспроможність підприємства є відносним показником, а базою, по якій проводиться порівняння, є аналогічні показники конкурентів або організацій, взятих за еталон;
- конкурентоспроможність підприємства безпосередньо взаємопов'язана з конкурентоспроможністю продукції, що випускається досліджуваним підприємством;
- конкурентоспроможність є властивістю об'єкта, яке характеризується ступенем задоволення ним конкретної потреби в порівнянні з аналогічними об'єктами, які представлені на ринку;
- конкурентоспроможність підприємства є його здатність витримувати конкуренцію в порівнянні з аналогічними підприємствами в рамках відповідного ринку;
- конкурентоспроможність підприємства позначає рівень розвитку підприємства в порівнянні з рівнем розвитку конкурентів в ступеня задоволеності споживачів їх товарами і послугами;
- конкурентоспроможність підприємства характеризує його інвестиційну привабливість;
- конкурентоспроможність підприємства знаходиться під впливом екологічного та соціального середовища [18, с. 108].

Більш того, часто конкурентоспроможність підприємства співвідносять зі здатністю підприємства виробляти конкурентоспроможну продукцію. В даному контексті під конкурентоспроможністю підприємства розуміється його здатність користуватися своїми сильними сторонами і концентрувати свої зусилля в тих областях виробництва товарів або послуг, де воно має можливість отримати лідируючу позицію, як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринку.

Проте, з урахуванням того, що на сучасному етапі розвитку соціально-економічних відносин підприємство має можливість виробляти різні види продукції і одночасно працювати на різних товарних (галузевих) ринках в рамках стратегії диверсифікації, рівень конкурентоспроможності підприємств і рівень конкурентоспроможності продукції, яка виробляється ними, часто не збігаються. Таким чином, наявності одного або декількох видів конкурентоспроможної продукції в номенклатурі підприємства недостатньо для забезпечення його повної конкурентоспроможності.

Забезпечення високого рівня конкурентоспроможності підприємства передбачає наявність певних організаційних рівнів, представлених у табл. 1.

Таблиця 1

Рівні забезпечення конкурентоспроможності підприємства (систематизовано авторами)

Рівень	Характеристика рівня
Оперативний	На даному рівні забезпечується конкурентоспроможність продукції. <i>Критерій конкурентоспроможності</i> - показник конкурентоспроможності продукції
Тактичний	Даний рівень характеризується загальним станом підприємства. <i>Критерій конкурентоспроможності</i> - комплексний показник стану підприємства
Стратегічний	Даний рівень забезпечує інвестиційну привабливість підприємства. <i>Критерій конкурентоспроможності</i> - зростання вартості підприємства

У широкому сенсі конкурентоспроможність підприємства розглядається як здатність досягнення власної мети в умовах протидії конкурентам. Мета, в даному випадку, носить тимчасовий характер, що дозволяє визначити конкурентоспроможність підприємства його здатність вести, відповідно до поставленої мети, успішну діяльність в умовах жорсткої конкурентної боротьби на протязі певного періоду часу [18, с. 37].

Особлива роль в процесі підвищення конкурентоспроможності підприємства відводиться стратегічного підходу в управлінні його конкурентоспроможністю. На практиці виділяється чотири основних типи стратегій: віолентна (силова) стратегія; пацієнтная (нішева) стратегія; коммутантная (з'єднує) стратегія; експлерентная (піонерська) стратегія. Більш того, для досягнення високого рівня конкурентоспроможності підприємства, воно повинно володіти рядом внутрішніх конкурентних переваг, таких як: конкурентоспроможність продукції, стабільне фінансове становище, ефективний маркетинг, рентабельність продажу, хороший імідж (марочний капітал), а також ефективна система менеджменту на підприємстві.

В цілому, для досягнення високого рівня конкурентоспроможності підприємства необхідно регулярно проводити ряд заходів, таких як:

1. Забезпечення конкурентоспроможності продукції, що випускається в цільових сегментах ринку - тобто підтримка відповідного рівня якісних і цінових властивостей продукції, що забезпечують перевагу даній продукції над продукцією конкурентів, без шкоди для підприємства;

2. Підняття потенціалу конкурентоспроможності підприємства та його підрозділів до рівня світових виробників в даному сегменті ринку, що характеризує можливість успішної роботи підприємства в майбутньому.

Таким чином, разом з постійним доповненням і більш широким розкриттям поняття конкурентоспроможності підприємства відбувається модернізація і вдосконалення шляхів її підвищення та оцінки.

Висновки. Таким чином, проведене дослідження дозволяє сформулювати основні рекомендації з розгляду конкурентоспроможності підприємства як економічної категорії:

1. Надано комплексну характеристику конкурентоспроможності як економічної категорії, а саме: конкурентоспроможність будь-якої системної одиниці, яка представляє собою міру її привабливості для споживачів; привабливість визначається ступенем задоволеності вимог споживачів; конкурентоспроможність як економічна категорія розглядається щодо конкретного ринку і конкретного асоціата; склад заявлених до продукції вимог і їх перевага залежить від виду продукції, що виробляється і типу її споживачів; конкурентоспроможність володіє динамічним характером; конкурентоспроможність доцільно розглядати стосовно до конкретного моменту часу, з огляду на зміни в ринковій кон'юнктурі; конкурентоспроможність відноситься виключно до недефіцитним ринку, що знаходиться в неврівноваженому стані; конкурентоспроможність залежить від стадії життєвого циклу, на якому знаходиться розглянутий товар; проблему конкурентоспроможності товару має сенс розглядати, тільки якщо даний товар вже володіє певною часткою ринку; рівень конкурентоспроможності безпосередньо залежить від зайнятої на ринку частки.

2. Надано визначення термінам «конкурентоспроможність» (важлива економічна і ринкова категорія, яка відображає одну з найважливіших ринкових властивостей - наявність конкуренції), «конкурентоспроможність підприємств» (відносна характеристика, що виражає ступінь відмінності підприємства від конкурентів в сфері задоволення потреб споживачів).

3. Систематизовано рівні забезпечення конкурентоспроможності підприємства: оперативний (забезпечується конкурентоспроможність продукції), тактичний (характеризується загальним станом підприємства), стратегічний (забезпечує інвестиційну привабливість підприємства).

Список використаної літератури

1. Яковлев Д.П. Конкурентоспроможність сучасного підприємства. Х.: Абсолют, 2014. 215 с.
2. Сміт А., Вебер М. Класика економіки. 2018. 952 с. URL: <https://www.yakaboo.ua/klasika-ekonomiki-komplekt-iz-2-knig.html#tab-attributes>.
3. Ансофф І. Стратегічне управління. М.: Економіка, 1989. 519 с.
4. Портер Е. Майкл. Конкурентна стратегія: Методика аналізу галузей і конкурентів. М.: Альпіна Бізнес Букс, 2017. 456 с.
5. Мескон М., Майкл А., Хедоурі Ф. Основи менеджменту. Л.: Справа, 2012. 305 с.
6. Євтушенко Н.О., Дрокіна Н.І., Савенко Н.В. Стратегічне управління конкурентоспроможністю підприємства: теоретичний аспект. *«Економічний простір»*: Збірник наукових праць. Дніпро: ПДАБА, 2020. №156. Режим доступу: <http://www.eprostir.dp.ua>.
7. Совершенна І.О., Остролуцький О.О. Маркетингові стратегії конкуренції: аналіз сучасних концепцій. Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». 2020. №1. URL: <http://bit.ly/2wTsuW9>.
8. Виноградова О. В., Крижко О.В. Маркетинговий менеджмент. ч.2. Навчальний посібник. Київ: ДУТ, 2018. 137 с. URL: http://www.dut.edu.ua/uploads/1_1702_36465668.pdf
9. Мазаракі А.А. Основи менеджменту: підручник для студентів вищих навчальних закладів; Харків: Фоліо, 2014. 846 с.
10. Баєва О.В., Новальська Н.І., Згалаг-Лозинська Л.О. Менеджмент і адміністрування: навч. посіб. К.: ДП «Вид. дім «Персонал», 2017. 326 с.
11. Конституція України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80#Text>
12. Цивільний Кодекс України. URL: <https://ips.ligazakon.net/document/T030435?an=843030>.
13. Валінкевич Н.В. Основи підприємництва: Підручник. Житомир: ЖДТУ, 2019. 492 с.

14. Ємець О.І. Основи підприємництва: навчальний посібник. Івано-Франківськ: Лілея-НВ, 2012. 147 с.
15. Панченко С.В. Підприємництво: підручник. Харків: УкрДУЗТ, 2018. 241 с.
16. Виноградова О.В., Микуляк С.В. Чинники впливу зовнішнього середовища на конкурентоспроможність підприємств в умовах COVID-19. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука»*. Вип. №9 (89). 2020. URL: <https://bit.ly/3fuM7Wf>.
17. Дмитрієв І.А., Кирчата І.М., Шершенюк О.М. Конкурентоспроможність підприємства: навчальний посібник. Х.: ФОП Бровін О.В., 2020. 340 с.
18. Рубін Ю.М. Конкуренція: 10 правил успішного дебюту. Управління компанією. 2014. . URL: <https://zakmars.wixsite.com/mars/--1-cvz7>

REFERENCES

1. Yakovlev D.P. (2014). Konkurentospromozhnist' suchasnoho pidpryyemstva. [Competitiveness of a modern enterprise]. H.: Absolute.
2. Smith A., Weber M. (2018). Klasyka ekonomiky [Classics of economics]. Retrieved from: <https://www.yakaboo.ua/klasika-ekonomiki-komplekt-iz-2-knig.html#tab-attributes>.
3. Ansoff I. (1989). Stratehichne upravlinnya [Strategic management]. M.: Economy.
4. Porter E. Michael (2017). Konkurentna stratehiya: Metodyka analizu haluzey i konkurentiv [Competitive strategy: Methods of analysis of industries and competitors]: Alpina Business Books.
5. Mescon M., Michael A., Hedoury F. (2012). Osnovy menedzhmentu [Fundamentals of management], L.: Sprava.
6. Yevtushenko N. (2020). Stratehichne upravlinnya konkurentospromozhnostyu pidpryyemstva: teoretychnyy aspekt [Economye competitiveness: theoretical aspect], *Economic space: Collection of scientific works. Dnipro: PDABA, №156*. Retrieved from: <http://www.eprostir.dp.ua> .
7. Sovershenna I.O., Ostrolutsky O.O. (2020). Marketynhovi stratehiyi konkurenciyi: analiz suchasnykh kontseptsiy [Marketing strategies of competition: analysis of modern concepts]. *International scientific journal «Internauka»*. №1. Retrieved from: <http://bit.ly/2wTsuW9>.
8. Vynogradova O.V., Krizhko O.V. (2018). Marketynhovyy menedzhment [Marketing management]. Tutorial. Kyiv: DUT. Retrieved from: http://www.dut.edu.ua/uploads/l_1702_36465668.pdf .
9. Mazaraki A.A. (2014). Osnovy menedzhmentu [Fundamentals of management]. Textbook for students of higher educational institutions Kharkiv: Folio.
10. Baeva OV, Novalska NI, Zgalat-Lozynska LO (2017). Menedzhment i administruvannya: v 2 ch.. [Management and administration: at 2 p.m.]: Tutorial; K.: DP "Vid. House «Staff».
11. Konstytutsiya Ukrainy [Constitution of Ukraine]. Retrieved from: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80#Text>.
12. The Civil Code of Ukraine. [Tsyvil'nyy Kodeks Ukrainy]. Retrieved from: <https://ips.ligazakon.net/document/T030435?an=843030> .
13. Valinkevich N.V. (2019). Osnovy pidpryyemnytstva [Fundamentals of entrepreneurship]: *Textbook*. Zhytomyr: ZhSTU.
14. Yemets O.I. (2012). Osnovy pidpryyemnytstva [Fundamentals of entrepreneurship]. Tutorial. Ivano-Frankivsk: Lileya-NV.
15. Panchenko S.V. (2018). Pidpryyemnytstvo [Entrepreneurship]. Kharkiv: UkrDUZT.
16. Vinogradova O.V., Mikulyak S.V. (2020). Chynnyky vplyvu zovnishn'oho seredovyscha na konkurentospromozhnist' pidpryyemstv v umovakh COVID-19 [Factors influencing the external environment on the competitiveness of enterprises in terms of COVID-19]: *International scientific journal «Internauka»*. Vip. №9 (89) Retrieved from: <https://bit.ly/3fuM7Wf> .
17. Dmitriev I.A., Kirchata I.M., Shershenyuk O.M. (2020). Konkurentospromozhnist' pidpryyemstva [Competitiveness of the enterprise]. H.: FOP Brovin O.V.

18. Rubin Yu.M. (2014). Konkurentsia: 10 pravyl uspishnoho debyutu [Competition: 10 rules for a successful debut]. Retrieved from: <https://zakmars.wixsite.com/mars/--1-cvz7>.

ВИНОГРАДОВА ЕЛЕНА ВЛАДИМИРОВНА, АСАН АЙСУЛА ЖАНБЕКОВНА, ЧАРНА ЕЛЕНА АЛЕКСАНДРОВНА. КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ КАК ЭКОНОМИЧЕСКАЯ КАТЕГОРИЯ. В статье проведено исследование конкурентоспособности предприятия как экономической категории. Дана комплексная характеристика конкурентоспособности и определено ее место в системе экономических категорий; дано определение терминам «конкурентоспособность» и «конкурентоспособность предприятий»; систематизированы уровни обеспечения конкурентоспособности предприятия: оперативный (обеспечивается конкурентоспособность продукции), тактический (характеризуется общим состоянием предприятия), стратегический (обеспечивает инвестиционную привлекательность предприятия).

Ключевые слова: конкурентоспособность, экономическая категория, конкурентоспособность предприятия, уровни обеспечения конкурентоспособности предприятия.

VYNOGRADOVA OLENA, ASAN AISULA, CHARNA OLENA. ENTERPRISE COMPETITIVENESS AS AN ECONOMIC CATEGORY.

The article studies the competitiveness of an enterprise as an economic category. A comprehensive characteristic of competitiveness is given and its place in the system of economic categories is determined; the definition of the terms "competitiveness" and "competitiveness of enterprises" is given; the levels of ensuring the competitiveness of the enterprise are systematized: operational (the competitiveness of products is ensured), tactical (characterized by the general state of the enterprise), strategic (ensures the investment attractiveness of the enterprise).

Key words: competitiveness, economic category, enterprise competitiveness, levels of ensuring enterprise competitiveness.