

УДК 339.137:159.9

DOI: 10.31673/2415-8089.2026.014307

Пильнова Валентина Павлівна,
кандидат економічних наук, доцент,
Державний університет
інформаційно-комунікаційних технологій
Пильнов Дмитро Олександрович,
кандидат економічних наук,
Державний університет
інформаційно-комунікаційних технологій,
Горпинич Людмила Ігорівна
старший викладач,
Державний університет
інформаційно-комунікаційних технологій

РЕАЛІЗАЦІЯ КОНЦЕПЦІЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМЦІВ: ЕКОНОМІКО-ПСИХОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ

У статті досліджено фактори впливу на формування конкурентоспроможності суб'єктів підприємницької діяльності. Обґрунтовано, що конкурентоспроможність підприємців зумовлена особистісними та професійними перевагами. Встановлено, що конкурентоспроможність підприємців є психологічно складним об'єктом, має системні властивості, включає підсистеми конкурентоспроможності особистості та діяльності підприємців. Розроблено теоретичні моделі конкурентоспроможності підприємців та визначено їх особистісно-професійні ознаки, які мають пояснювальні, прогностичні та прикладні властивості. Показано, що у вивченні конкурентоспроможності підприємців провідну роль відіграють якісні та інтуїтивні методи, особливо метод експертного оцінювання. Визначено шляхи підвищення психологічної готовності підприємців до діяльності в умовах конкуренції. Встановлено, що конкурентоспроможність підприємців пов'язана з підприємницьким потенціалом, який має властивість ресурсного відтворення. Виявлено зв'язок між рівнем розвитку особистісно-професійних властивостей конкурентоспроможних підприємців та їх потенціалом. Визначено, що конкурентоспроможні підприємці мають систему значущих мотивів діяльності, серед яких провідним є мотив отримання прибутку у поєднанні зі стратегією орієнтації на досягнення та уникнення невдач. Показано, що зі зростанням професіоналізму та соціальної зрілості у підприємців підвищується роль і значення гуманістичних мотивів. Встановлено особистісно-професійні властивості підприємців, які впливають на їхній імідж та ділову репутацію. Визначено найважливіші особистісно-професійні якості підприємців, які зумовлюють інноваційну спрямованість та інноваційну активність, пов'язані з їхньою професійною творчістю, поліпрофесійною та компетентністю. Розроблено узагальнену модель конкурентоспроможності підприємців. Визначено психологічні бар'єри та обмеження, що перешкоджають розвитку конкурентоспроможності підприємців. Розроблено концепцію конкурентоспроможності підприємців, виявлено основні шляхи та умови для її реалізації.

Ключові слова: підприємницький потенціал, інноваційна активність, імідж та ділова репутація, психологічні бар'єри, модель конкурентоспроможності підприємців

Постановка проблеми. В сучасних економічних умовах особливої актуальності та значення набула проблема конкурентоспроможності суб'єктів підприємницької діяльності. Підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств та підприємців є стратегічним завданням забезпечення економічної безпеки країни. Зараз це особливо важливо, у зв'язку з війною та економічною кризою. Щоб підвищити конкурентоспроможність нашої країни,

необхідно насамперед збільшити потенціал людських ресурсів, особливо у сфері підприємництва. Підприємництво – це складний вид професійної діяльності, що вимагає від суб'єкта спеціальних здібностей, знань, умінь, мотивації, особливих особистісно-професійних якостей, високої інструментальної та психологічної готовності. Саме у сфері підприємництва найбільше проявляється конкуренція, тому що власне самі ринкові відносини засновані на конкуренції. Все зазначене висуває підвищені вимоги до підприємців. Незважаючи на велику увагу науки до проблеми конкурентоспроможності як такої та конкурентоспроможності підприємців, проблема, як і раніше, залишається гострою. Головна причина – недостатня вивченість сутнісних характеристик конкурентоспроможності та шляхів її розвитку, що обумовлює актуальність, наукову та практичну значимість проблеми конкурентоспроможності підприємців, необхідність проведення досліджень.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Сучасні наукові дослідження конкурентоспроможності підприємців перебувають на межі двох великих наукових напрямів. До першого напряму відносяться комплексні міждисциплінарні дослідження конкурентоспроможності, а також дослідження ефективності, надійності діяльності, особистісно-професійних якостей та професійних умінь, що забезпечують досягнення високих показників діяльності. В економічній науці проблема конкурентоспроможності відображена у класичній економічній теорії (Д. Ріккардо, А. Сміт); неокласичній економічній теорії (Л. Вальрас, А. Маршалл); теорії економіки пропозиції (Д. Гілдер, А. Різ, Р. Хол); теорії «людського капіталу» (Г. Бекер, Т. Шульц); теорії менеджменту (І. Ансофф, Ф. Вудкок, Т. Шульц та ін.). До розробки проблеми конкурентоспроможності особистості та суб'єктів професійної діяльності в останнє десятиліття активно включилася психологія та педагогіка (О.В. Лазорено, Н.В. Музика, Л.М. Карамушка, В.М. Захарова, Н.В. Колеснікова та ін.). У психологічних дослідженнях було виявлено окремі якості конкурентоспроможної особистості: працьовитість, моральна нормативність, творче ставлення до роботи, прагнення постійного розвитку, стресостійкість, професіоналізм, лідерські якості. Зазначалося вміння ставити цілі та досягати їх у ситуації, що змінюється, здатність до нетривіальних рішень, ефективний персональний імідж, ділова репутація. Конкурентоспроможність починає активно розроблятися з позицій міждисциплінарного підходу. Моделі конкурентоспроможної особистості відображають лише окремі її властивості і є інтегративними. Не виявлено психологічних закономірностей прояву конкурентоспроможності у конкретних сферах професійної діяльності. Отже, теоретичний аналіз проблеми, сама практика свідчить, що вивчати конкурентоспроможність лише на загальному рівні малоперспективно. У розробці проблеми другого напряму – вивчення підприємництва як соціального, економічного, психологічного феномену. Слід зазначити дослідження особистісно-професійних якостей, психологічних перешкод, здібностей до підприємницької діяльності, іміджу підприємців, культури підприємництва як умови конкурентоспроможності, професіоналізму. Однак, важливі аспекти систематизації факторів конкурентоспроможності разом із визначенням основних вимог, які пред'являються до підприємця в сучасних умовах, не дістали належного висвітлення.

Мета статті полягає у виявленні базових основ конкурентоспроможності суб'єктів підприємницької діяльності та визначенні напрямів та засобів її розвитку.

Методи дослідження. Теоретичною методологічною базою даного дослідження є загальнонаукові теоретичні методи (аналіз, порівняльний аналіз, узагальнення, систематизація, системні описи, моделювання та ін.); загальнонаукові емпіричні методи (експертне оцінювання, анкетування, інтерв'ювання, спостереження); психологічні методи (психологічна діагностика, психобіографічний метод); спеціальні методи («Рівень конкурентоспроможності особистості» та «Експрес-діагностика особистої конкурентоспроможності»; статистичні методи обробки результатів досліджень; інтерпретаційні методи (структурний, системно-структурний)).

Виклад основного матеріалу. В сучасних економічних умовах кожне підприємство постійно здійснює оцінку як свого конкурентного становища, так і конкурентоспроможності

продукції, товарів, робіт чи послуг. Незважаючи на різні методи та форми конкурентної боротьби, кожна компанія розробляє свою конкурентну стратегію, визначає конкурентні переваги для досягнення успіху. Конкуренція являється вищою рушійною силою, яка змушує підприємства підвищувати якість продукції, товарів, робіт чи послуг, знижувати витрати на виробництво, підвищувати продуктивність праці.

Перш ніж перейти до дослідження основних положень теорії конкурентоспроможності, логічно дати визначення суб'єкта підприємницької діяльності. Узагальнюючи викладені в сучасній літературі підходи до визначення підприємництва, вважаємо, що підприємництво є вільним економічним господарюванням у різних сферах діяльності, яке здійснюється суб'єктами ринкових відносин з метою задоволення потреб конкретних споживачів та суспільства в товарах (роботах, послугах) та отримання прибутку.

Основним суб'єктом підприємницької діяльності, і носієм підприємницької активності виступає підприємець. При цьому, під поняттям «підприємець» розуміють:

- індивідуального підприємця – фізичну особу, яка здійснює підприємницьку діяльність та зареєстрована в установленому порядку;
- організацію (юридичну особу).

Реалізація підприємницької активності передбачає функціонування за умов конкурентного середовища та вимагає від суб'єкта підприємництва підтримки заданого ринком рівня конкурентоспроможності.

Сучасні фахівці виділяють такі рівні конкурентоспроможності [7]:

- макрорівень – на ньому визначаються основні умови функціонування всієї господарської системи;
- мезорівень – на ньому формуються перспективи розвитку галузі чи корпорації, що охоплює групу підприємств;
- мікрорівень – тут конкурентоспроможність набуває свою остаточну, завершальну форму як співвідношення ціни і якості товару.

Конкурентоспроможність фірми – це реальна і потенційна здатність підприємства з урахуванням наявних в нього можливостей проектувати, виготовляти і реалізовувати у конкретних умовах товари, які за своїми споживчими і вартісними характеристиками у комплексі привабливіші для споживачів, ніж товари конкурентів.

Таким чином, конкурентоспроможність суб'єкта підприємницької діяльності – це багатопланова економічна категорія, яка є головним критерієм оцінки ефективності виробництва продукції, виконання робіт чи надання послуг, а також результируючим показником ефективності системи управління цим суб'єктом господарювання.

Оцінка конкурентоспроможності суб'єкта підприємництва проводиться з використанням спеціального інструментарію, що є сукупністю методів оцінки, використання яких на практиці обумовлено специфікою фінансово-господарської діяльності суб'єкта підприємництва, безпосередньо цілями проведення такої оцінки.

Вважаємо, що використання лише одного методу не дає адекватних оцінок про стан суб'єкта підприємництва та його потенційні можливості, тому для більш точної та об'єктивної оцінки необхідно комбінувати існуючі методи.

Як відомо, конкурентоспроможність залежить від ряду факторів і може бути оцінена за допомогою набору критеріїв. Критерій конкурентоспроможності - це якісна та (або) кількісна характеристика продукції, що служить основою для оцінки її конкурентоспроможності [1].

Для точної кількісної оцінки конкурентоспроможності фірми використовується метод, заснований на теорії ефективної конкуренції. Відповідно до цієї теорії найбільш конкурентоспроможними є підприємства, де найкраще організована робота всіх підрозділів і служб. На ефективність діяльності кожної із служб впливає безліч чинників – ресурсів фірми.

Вивчення деяких сучасних тенденцій у розвитку чинників конкурентоспроможності, дозволяє дійти висновку у тому, що ключовими характеристиками фірм-лідерів, які забезпечують їм конкурентні переваги, є такі: наявність власної ринкової ніші; контроль та

підтримання високої якості; інновації; партнерство; швидкість дій, мобільність до кон'юнктури ринку, що змінюється; кваліфікація персоналу; міжнародна діяльність; мінімальний розмір підприємств [8].

Основні чинники конкурентоспроможності фірми, запропоновані західними дослідниками: динаміка масштабів довгострокового попиту; динаміка структури попиту; оновлення продукту; технологічні інновації; маркетингові інновації; динаміка лідерства; динаміка ефективності; купівельні переваги; державне регулювання ринку [6].

Отже, розглянувши різні чинники конкурентоспроможності, які наводять сучасні вчені та економісти-практики, а також виходячи зі специфіки даного дослідження, виділимо суттєві фактори конкурентоспроможності сучасної підприємницької організації:

- здатність постійного вдосконалення процесу надання послуг;
- освоєння і використання нових видів послуг, що користуються попитом;
- використання передових технологій;
- підвищення якості послуг;
- управління вартістю послуг, що надаються;
- удосконалення та розвиток кадрового персоналу;
- міжнародна діяльність;
- чисельність та порівняльна сила конкуруючих підприємств.

Конкурентоспроможності у підприємстві слід приділити особливу увагу.

Конкурентоспроможність підприємця — це здатність суб'єкта господарювання перевершувати суперників, створюючи та реалізуючи товари/послуги з найкращим співвідношенням ціни, якості та сервісу, забезпечуючи високу рентабельність та лояльність клієнтів. Вона базується на ефективному використанні ресурсів, інноваціях, унікальних перевагах та швидкій адаптації до ринкових змін.

Ключові фактори конкурентоспроможності підприємця:

- Якість продукції: відповідність стандартам, надійність, довговічність, унікальність.
- Ціна та ефективність: оптимальна ціна, що забезпечує прибуток за мінімальних витрат.
- Маркетинг та сервіс: високий рівень обслуговування, пізнаваність бренду, швидкість реакції на запити клієнтів.
- Інновації: використання сучасних технологій, освоєння нових продуктів та методів керування.
- Фінансова стійкість: здатність підтримувати стабільне фінансове становище, оптимальне співвідношення власного та позикового капіталу [5].

Таким чином, конкурентоспроможність суб'єкта підприємницької діяльності як інтегруючий показник результативності фінансово-господарського функціонування з урахуванням галузевої специфіки, організаційно-правової форми, статусу, іміджу, положення у часі та просторі залежить від низки факторів зовнішнього та внутрішнього середовища. Для якісної та кількісної оцінки конкурентоспроможності економічною наукою розроблено та апробовано інструментарій, що дозволяє реалізувати системно-критеріальний підхід до визначення рівня конкурентоспроможності суб'єкта підприємницької діяльності.

Аналізуючи економічні чинники впливу на рівень конкурентоздатності суб'єктів підприємництва та підприємців, слід зазначити, що у дев'яностих роках минулого століття, через докорінні зміни суспільних та економічних відносин у нашій країні, розпочали досліджувати проблеми пов'язані із підприємництвом, крім економістів і вітчизняні психологи. У полі їх зору знаходилися особистісно-професійні якості, психологічні особливості діяльності та відносин підприємців, їхній імідж, спрямованість особистості, мотивація та особистісні смисли, особистісно-професійний розвиток. Дані дослідження мали психологічний та соціально-психологічний зміст та здійснювалися за різними напрямками: аналізувався понятійний апарат, пов'язаний проблемою підприємництва; розглядалися типології підприємців; досліджувалися загальні та спеціальні характеристики підприємців; аналізувалися психологічні чинники успіху підприємців, пов'язані з інноваційною спрямованістю, полікомпетентністю, професіоналізмом; вивчалися професійні орієнтації

підприємців, їхня психосоціальна ідентичність, вплив особистісної зрілості на підприємницьку діяльність та відносини; досліджувався підприємницький потенціал як система ресурсів, що поповнюються і примножуються; вивчався діловий імідж підприємців.

Проведений аналіз показав, що у сучасних психологічних дослідженнях конкурентоспроможність підприємців розглядається:

- як інтегральна особистісно-професійна властивість підприємців, що дозволяє добиватися переваг;

- як основна вимога до суб'єктів підприємницької діяльності, завжди здійснюваної за умов конкуренції;

- як умова ефективної підприємницької діяльності;

- як об'єкт формування та розвитку [3].

Проведений аналіз проблеми конкурентоспроможності підприємців дозволив обґрунтувати важливе положення щодо психологічної складності конкурентоспроможності підприємців як об'єкта досліджень. Психологічна складність конкурентоспроможності підприємців насамперед обумовлюється багатогранністю підприємницької діяльності, наявністю у суб'єкта складних спеціальних здібностей, особливих якостей та умінь. Конкурентоспроможність повинна постійно підвищуватися, у тому числі і за рахунок особистісно-професійного розвитку, що відрізняється інтенсивністю, динамічністю.

Підприємець повинен розвивати свою конкурентоспроможність не лише залежно від вимог конкурентного середовища та конкуруючих систем, а й впливати на дане середовище, змінюючи його характеристики, виходячи зі своїх уявлень щодо належного характеру конкуренції та конкурентоспроможності. Реалізація антропоцентричного підходу зумовила необхідність формування дослідницької позиції щодо сутності конкурентоспроможності. Розвиток поліпрофесіоналізму для забезпечення конкурентоспроможності підприємців зумовлений тим, що підприємницька діяльність є поліфункціональною, складно поєднаною, потребує полікомпетентності (професійної, управлінської, економічної, правової, організаторської, психологічної та комунікативної) [4].

Проведений теоретико-методологічний аналіз проблеми конкурентоспроможності суб'єктів підприємницької діяльності дозволив здійснити перші теоретичні узагальнення, що дають можливість цілісного представлення об'єкта, що вивчається, і його головних властивостей, якими є психологічні моделі у вигляді системних описів.

На завершення теоретико-методологічного аналізу проблеми були розроблені теоретичні психологічні моделі конкурентоспроможності підприємців. У цих моделях використовувалися різні види системних описів: якісно строго лінгвістичний, структурно-функціональне, структурно-лінгвістичне.

Розроблені узагальнені теоретичні моделі конкурентоспроможності підприємців та системні описи психологічних складових конкурентоспроможності виконують головні функції – пояснювальну, прогностичну та практичну [2].

Зважаючи на те, що об'єкт дослідження відрізнявся складністю, і мало інформації про його характеристики, початок психологічного аналізу здійснювався за допомогою методу експертного оцінювання. В експертному оцінюванні акумулювалися знання, досвід, інтуїція експертів переважно як якісних оцінок. Для експертного оцінювання було розроблено спеціальну анкету. У процесі експертного оцінювання було визначено головні психологічні детермінанти конкурентоспроможності підприємців, а також найважливіші особистісно-професійні якості, що забезпечують її високий рівень. В результаті узагальнення отриманих даних було розроблено розгорнутий і короткий опис характеристик конкурентоспроможного підприємця.

Конкурентоспроможним є підприємець, який відрізняється волею, активністю, силою особистості, комунікабельністю, має розвинений практичний інтелект і ділову хватку, справжній професіонал, що має лідерські якості. Експерти зазначили, що нинішній бізнес у нашій країні потребує насамперед високої вольової активності, стійкості, ділової хватки. Інноваційна діяльність має найменше значення. Було розкрито психологічний зміст ділової

хватки як важливу складову конкурентоспроможності. Думки експертів-підприємців та дослідників багато в чому збіглися. Експерти наголосили, що конкурентоспроможність можна успішно розвивати, використовуючи різні психологічні технології.

Внаслідок аналізу отриманих результатів було уточнено поняття конкурентоспроможність підприємців. Конкурентоспроможність підприємця визначається як особистісно-професійна лідерська властивість суб'єкта підприємницької діяльності, що виявляється в поліпрофесіоналізмі, особистісно-професійних якостях, діяльності, поведінці та відносинах, що здійснюються в умовах протистояння або змагальності, регулюються цілями діяльності, існуючими нормами та цінностями.

Конкурентоспроможність особистості підприємця обумовлюється високою поліпрофесійною компетентністю; розвиненими найважливішими особистісно-професійними та особистісно-діловими якостями, варіантами професіоналізму; умінням ризикувати; лідерськими якостями; наявністю високих професійних стандартів та еталонів; креативністю особистості; інноваційною спрямованістю; потребою у досягненнях; різноманітністю мотивів при домінуванні мотивів досягнень та самореалізації; моральною нормативністю діяльності поведінки та відносин; соціальною відповідальністю; спрямованістю на саморозвиток та самовдосконалення.

Конкурентоспроможність діяльності підприємця обумовлюється поліпрофесійними високорозвиненими навичками та вміннями; діловою хваткою; здатністю творчо розв'язувати нестандартні завдання; здатністю ефективно діяти в ускладнених, у тому числі екстремальних ситуаціях; стабільністю ефективності діяльності

В процесі дослідження вивчалися основні психологічні детермінанти та чинники забезпечення конкурентоспроможності підприємців. Було виявлено уявлення про найважливіші особистісно-професійні якості, що забезпечують високий рівень конкурентоспроможності.

На наступному етапі вивчалася роль готовності до підприємницької діяльності як фактора конкурентоспроможності, що зумовлено складністю підприємницької діяльності та особливими умовами її здійснення (ризик, навантаження, стреси, у ряді випадків і небезпека).

На думку респондентів, психологічна готовність має значення для конкурентоспроможності. Зазначалося, що готовність треба спеціально формувати, оскільки вона вимагає умінь мобілізувати наявні ресурси. Психологічна готовність пов'язується з умінням здійснювати взаємодії у різних ситуаціях та високим розвитком спеціальних особистісно-професійних якостей (стресостійкості, гнучкості, активності та ін.) та відповідних психологічних умінь. Головними ознаками готовності є вміння передбачати та довільно мобілізувати наявні резерви (табл. 1).

Узагальнення проведених досліджень, результати психологічної діагностики підприємців дозволили розробити два види системних описів потенціалу конкурентоспроможних підприємців – системний структурний та якісно суворий лінгвістичний. У кожній підсистемі було представлено основні психологічні складові підсистем потенціалу, розкрито їх психологічний зміст.

На цьому етапі проводилися дослідження мотиваційно - смислової сфери конкурентоспроможних підприємців. Вони показали, що з підприємців мотиваційно-смилова сфера має тенденцію до розширення, але за домінування мотиву - отримання прибутку. Розвиток цієї сфери залежить від рівня зрілості особистості підприємця та його професіоналізму. Великий спектр мотивів підприємницької діяльності зумовив необхідність виявлення та вивчення тих, які сприяють підвищенню конкурентоспроможності.

Узагальнення результатів психологічних досліджень мотиваційної сфери підприємців дозволило розробити її системний опис по чотирьох підструктур - як індивідів, як суб'єктів підприємницької діяльності, як особистостей і як індивідуальностей.

Таблиця 1.

Особливості прояву готовності до підприємницької діяльності в умовах конкуренції

№ з/п	Ознаки готовності до підприємницької діяльності в умовах конкуренції	Оцінки респондентів	
		Група -М	Група -Е
1.	Високий рівень спеціальних знань	15,8%	13,0%
2.	Високий рівень спеціальних умінь	14,7%	15,2%
3.	Високий рівень розвитку спеціальних особистісно-професійних якостей (стрес-стійкості, саморегуляції, волі, гнучкості, активності та ін.)	17,4%	22,6%
4.	Великий досвід	14,2%	13,0%
5.	Вміння передбачати	2,1%	7,8%
6.	Вміння взаємодіяти	17,9%	13,5%
7.	Здатність мобілізувати свої ресурси, налаштувати себе на успішну діяльність	17,9%	14,8%

Джерело: сформовано авторами

Також проводились дослідження ділової репутації. У психологічному розумінні ділова репутація підприємців є уявленням і формується під впливом ефективності діяльності, надійності, відповідальності. У результаті оцінювання проблеми було визначено психологічні зв'язки конкурентоспроможності та ділової репутації підприємців, які мають пропорційний характер. Встановлено, що ділова репутація підприємців визначається їх особистісною зрілістю.

На завершальному етапі проводилося дослідження інноваційної спрямованості та інноваційної активності підприємців як факторів їх конкурентоспроможності. Останніми роками активізувалися психологічні дослідження, пов'язані з інноваціями. Вони досліджувалися інноваційні якості суб'єктів поліфункціональних видів діяльності.

Було виявлено психологічні детермінанти інноваційної спрямованості та активності підприємців: потреба до творення та досягнення, зв'язки з поліпрофесійною компетентністю, схильністю до ризику, впевненість, креативність, продуктивна рефлексія, деякі помірно виражені акцентуації.

Виходячи з того, що конкурентоспроможність підприємців є психологічно складним об'єктом, такими є і психологічні критерії та показники. Було розроблено два види узагальненої психологічної моделі конкурентоспроможності підприємців, що включають створені раніше теоретичні та приватні психологічні моделі. Одна з них наведена на рис. 1.

Системна якість конкурентоспроможності підприємців представлена як властивість системи вищого ієрархічного рівня та проявляється у постійному розвитку, прагненні до вищих особистісно-професійних стандартів.

Конкурентоспроможність підприємців складається з кількох підсистем: конкурентоспроможності особистості та конкурентоспроможності діяльності; поліпрофесіоналізму особистості та діяльності; професійно важливі якості; мотивів та смислів; розвитку конкурентоспроможності.

У розробленій концепції конкурентоспроможності підприємців описані психологічні бар'єри та обмеження, що перешкоджають її формуванню та розвитку, шляхи їх подолання.

Обґрунтовано три основні шляхи реалізації концепції конкурентоспроможності підприємців. Перший шлях пов'язаний з використанням концепції подальших більш поглиблених досліджень психологічних підстав конкурентоспроможності підприємців. Другий шлях пов'язаний із використанням концепції для вдосконалення системи навчання підприємництва. Третій шлях пов'язаний з використанням концепції до створення системи саморозвитку конкурентоспроможності підприємців.



Рис. 1. Узагальнена модель конкурентоспроможності підприємств

Джерело: сформовано авторами

Важливою умовою розвитку конкурентоспроможності підприємств є сприятливі «стартові умови» майбутніх підприємств. Значною умовою підвищення рівня конкурентоспроможності підприємств є стимулювання розкриття підприємницького потенціалу, створення позитивних установок, орієнтація на вищі професійні досягнення.

Процес формування та розвитку конкурентоспроможності підприємств необхідно здійснювати у трьох сферах: діяльності, особистості та її самосвідомості та спілкування.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Основні результати проведеного дослідження дозволяють визначити загальні складові конкурентоспроможності особистості та діяльності підприємств як системи.

В процесі дослідження обґрунтовано застосування антропоцентричного підходу у вивченні та розвитку конкурентоспроможності суб'єктів підприємницької діяльності, сформульовано положення про провідну роль поліпрофесіоналізму у формуванні та розвитку конкурентоспроможності суб'єктів підприємництва. Розроблено теоретичну модель особистісно-професійних якостей конкурентоспроможних підприємств. Проведено дослідження уявлень про конкурентоспроможність підприємств як регулятора розвитку конкурентоспроможності та визначено шляхи її підвищення. Досліджено психологічну готовність до підприємницької діяльності за умов конкурентного середовища.

Проведено дослідження потенціалу конкурентоспроможних підприємств. Виявлено зв'язок між рівнем розвитку особистісно-професійних властивостей конкурентоспроможних підприємств та їх потенціалом. Встановлено, що конкурентоспроможні підприємці мають систему значущих мотивів своєї діяльності, серед яких провідним є мотив отримання прибутку. Показано, що зі зростанням професіоналізму та соціальної зрілості у діяльності підприємців підвищується роль і значення мотивів, що мають гуманістичний зміст. Розкрито зміст ділової репутації підприємців та її впливу на конкурентоспроможність. Виявлено найважливіші особистісно-професійні якості підприємців, які зумовлюють їхню інноваційну спрямованість та активність. Розроблено узагальнену модель конкурентоспроможності підприємців та визначено алгоритм її практичного впровадження.

References:

1. Bechko P. K., Holoborodko Ya. O. (2015) Teoretychni zasady sutnosti ekonomichnykh katehoriï «konkurentsii» i «konkurentospromozhnist [Theoretical foundations of the essence of the economic categories «competition» and «competitiveness»]. *Efektivna ekonomika– Efficient economy*, vol. 7. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4191>
2. Bulakh I. V. (2007) Matematychna model otsinky stratehichnoi konkurentospromozhnosti pidpriemstva [Mathematical model for assessing the strategic competitiveness of an enterprise]. *Visnyk Nats. un-tu vodnoho hospodarstva ta pryrodokorystuvannia : zb. nauk. prats– Bulletin of the National University of Water Management and Nature Management : coll. of science works*, vol. 3 (39), pp. 24–31.
3. Butko, M.P. Nezhyvenko, A.P. and Pepa, T.V. (2016) *Ekonomichna psykholohiia [Economic psychology]*. Kyiv: Tsentр uchbovoi literatury.
4. Holev, S.V. and Holieva, O.S. (2017) *Orhanizatsijna psykholohiia (Psykholohiia orhanizatsij)[Organizational psychology (Psychology of organizations)]: Kurs lektsij*. Kherson.
5. Ivaniuta V. F. (2008) Teoretyko-metodolohichni pidkhody formuvannia konkurentospromozhnosti [Theoretical and methodological approaches to the formation of competitiveness]. *Ahroinkom– Agroincom*, vol. 1–2, pp. 97–101.
6. Kuznietsova K. O. (2013) Konkurentospromozhnist pidpriemstva na osnovi resursnoho potentsialu [Competitiveness of the enterprise based on resource potential. *National economic bulletin*]. *Ekonomichni visnyk Nats. tekhnichnoho universytetu Ukrainy «Kyivskiy politekhnichnyi instytut» – Technical University of Ukraine «Kyiv Polytechnic Institute»*, vol. 10, pp. 219-223.
7. Kuzmin O. Ye. (2011) *Konkurentospromozhnist pidpriemstva : planuvannia ta diahnozyka : Monohrafiia [Kuzmin Competitiveness of the enterprise: planning and diagnosis: Monograph] / O. Ye. Kuzmin, O. H. Melnyk, O. P. Romanko; za zah. red. d.e.n., prof. Kuzmina O. Ie. Ivano-Frankivsk : IFNTUNH*, 180 p.
8. Fisunen P. A. (2020) *Pidkhody do vyznachennia konkurentospromozhnosti pidpriemstva : sutnist ta evoliutsiia poniattia [Approaches to determining the competitiveness of an enterprise : the essence and evolution of the concept]*. *Biznes-navihator – Business navigator*, vol. 2 (58), pp. 152–161.

VALENTYNA PYLNOVA, DMYTRO PYLNOV, LYUDMYLA HORPYNCH.
IMPLEMENTATION OF THE CONCEPT OF COMPETITIVENESS OF ENTREPRENEURS: ECONOMIC AND PSYCHOLOGICAL ASPECT. *The article investigates the factors influencing the formation of the competitiveness of business entities. The scope of the concept of “entrepreneurial competitiveness” is revealed. It is shown that the competitiveness of entrepreneurs is determined by personal and professional advantages. It is established that the competitiveness of entrepreneurs is a psychologically complex object that has systemic properties, includes subsystems of the competitiveness of the individual and the activities of entrepreneurs. The content of the leading methodological principles of the study is revealed, and the position on the leading role of polyprofessionalism in the development of the competitiveness of entrepreneurs is formulated. Theoretical models of the competitiveness of entrepreneurs and their personal and professional*

characteristics are developed, which have explanatory, predictive and applied properties. It is shown that in the holistic study of the competitiveness of entrepreneurs, qualitative and intuitive methods, especially the method of expert assessment, play a leading role. Ways of increasing the psychological readiness of entrepreneurs to operate in competitive conditions are identified. It has been established that the competitiveness of entrepreneurs is associated with entrepreneurial potential, which has the property of resource reproduction. The relationship between the level of development of personal and professional properties of competitive entrepreneurs and their potential has been revealed. It has been determined that competitive entrepreneurs have a system of significant motives for activity, among which the leading one is the motive of making a profit in combination with the strategy of orientation towards achievement and avoiding failures. It has been shown that with the growth of professionalism and social maturity in entrepreneurs, the role and significance of humanistic motives increases. The personal and professional properties of entrepreneurs that affect their image and business reputation have been established. The most important personal and professional qualities of entrepreneurs that determine innovative orientation and innovative activity, associated with their professional creativity, polyprofessionalism and competence, have been determined. Regularities that establish connections between the competitiveness of entrepreneurs with entrepreneurial potential, experience of entrepreneurial activity, and the level of polyprofessionalism have been revealed. A generalized model of entrepreneurial competitiveness has been developed. Psychological barriers and limitations that hinder the development of entrepreneurial competitiveness have been identified. A concept of entrepreneurial competitiveness has been developed, which includes a postulate stating the primary role of polyprofessionalism in achieving competitiveness; conceptual apparatus of the problem; typologies or classifications of competitive entrepreneurs; criteria for assessing the level of competitiveness development; psychological models and systemic descriptions of entrepreneurial competitiveness; patterns associated with entrepreneurial competitiveness. The main ways and conditions for implementing the specified concept have been identified.

Keywords: *entrepreneurial potential, innovative activity, image and business reputation, psychological barriers, model of entrepreneurial competitiveness*

Надійшла до редакції: 27.02.2026

Прийнято до друку: 13.03.2026

Опубліковано: 27.03.2026

© 2026 Пильнова В.П., Пильнов Д.О., Горпинич Л.І.

Цей матеріал ліцензовано за умовами CC BY 4.0. <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>