

## ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

*Анотація. Розглянуто шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємства в умовах глобалізації. Проаналізовано фактори, які мають найбільший вплив на підвищення конкурентоспроможності підприємства з урахуванням особливостей сучасного ринку.*

*Аннотация. Рассмотрены пути повышения конкурентоспособности предприятия в условиях глобализации. Проанализированы факторы, имеющие наибольшее влияние на повышение конкурентоспособности предприятия с учетом особенностей современного рынка.*

*Annotation. Ways to improve the competitiveness of enterprises in the context of globalization were regarded. Particular attention is paid to the factors having the greatest impact on improving the competitiveness of enterprises, taking into account peculiarities of the market.*

*Ключові слова: глобалізація, електронне середовище, конкурентне середовище, конкурентні відносини, конкурентоспроможність.*

Сучасний ринок має певні особливості, головною з яких є його включення в процес глобалізації. У глобальній економіці конкурентоспроможність означає здатність зайняти найбільш вигідну позицію в постійно мінливому маркетинговому середовищі, що формується під впливом чинників, які знаходяться за межами національної економіки.

На перше місце в умовах глобалізації виходять такі чинники підвищення конкурентоспроможності, як трудові ресурси, що відповідають вимогам міжнародного ринку праці, інновації, відповідність системи якості на підприємстві міжнародним стандартам, безперервне вдосконалення реалізованої на внутрішньому ринку продукції національних виробників і розширення їх діяльності на міжнародному ринку.

Основні проблеми, пов'язані з підвищенням конкурентоспроможності підприємства, розглянуті в роботах багатьох вчених, серед яких Волинський Г. О., Гальчинський А. С., Бобров В. Я., Е. Абрамян.

Разом з тим не всі аспекти впливу нових факторів сучасного ринку на конкурентоспроможність підприємства знайшли достатньо повне відображення в наявних публікаціях.

Метою статті є визначення особливостей сучасного ринку та шляхів підвищення конкурентоспроможності підприємства, що функціонує в цих умовах.

Слід зазначити, що підвищення конкурентоспроможності підприємства зокрема і національної економіки загалом є необхідною умовою для інтеграції країни в глобальну економіку. Розробка концепції комплексного підходу підвищення конкурентоспроможності підприємства – завдання нелегке. Її рішення не може бути однаковим навіть для двох схожих підприємств, що працюють на одному ринку і ставлять перед собою ідентичні цілі. Тому залежно від дії зовнішнього середовища, внутрішніх факторів, стратегічних завдань, індивідуальних особливостей підприємства концепція підвищення конкурентоспроможності може включати в себе безліч різних елементів: організаційно-управлінських, технологічних, маркетингових, фінансових, інвестиційних.

Конкурентоспроможність базується на якості, швидкості прийняття рішень, технічних перевагах, обслуговуванні та диференціації продукту. Головною детермінантою конкурентоспроможності, якщо йде мова про національний сектор або рівні підприємства, є підвищення загальної продуктивності. Змінюється природа виробництва та його організації, вимагає нових концепцій продуктивності.

Безумовно, що на підвищення конкурентоспроможності підприємства величезний вплив здійснює сам ринок, тобто ринкове середовище, у якому функціонує підприємство, і його особливості. До таких особливостей можна віднести: глобалізацію ринку і наявність всесвітньої інформаційної мережі (networked есопому – глобальне електронне середовище) [1].

Глобалізація – це загальна світова взаємозалежність країн, підприємств і людей у рамках відкритої системи фінансово-економічних, суспільно-політичних і культурних зв'язків на основі сучасних комунікацій та інформаційних технологій.

Глобальне електронне середовище – інформаційна мережа, що утворює систему комунікацій, яку не здатний створити ринок [2].

Істотними факторами глобалізації стали всесвітньо доступні засоби інформації – радіо, телебачення, преса та Інтернет. Глобальне Інтернет-середовище сприяє швидкому проникненню компаній у глобальний ринок. Останнім часом глобалізації сприяє наявність і розвиток всесвітньої інформаційної мережі.

Підвищення конкурентоспроможності підприємства досягається шляхом орієнтації підприємства на споживача, поліпшення якості продукції, впровадження інноваційної політики, більш якісного використання ресурсів, у тому числі людських, поліпшення умов роботи та ряду інших факторів.

Особливу увагу необхідно приділити людським ресурсам як ключовому елементу продуктивності та конкурентоспроможності.

Безумовно, існують загальні методи підвищення конкурентоспроможності підприємства, проте шляхи

підвищення конкурентоспроможності конкретної фірми повинні розглядатися на основі сфери її діяльності, виду підприємства, організаційної структури та інших факторів [3].

Основними факторами, які визначають конкурентоспроможність підприємства, є: стратегія фірми, наявність матеріальних, трудових, фінансових ресурсів, інноваційний потенціал, частка ринку, ефективність менеджменту, випуск конкурентоспроможної продукції.

Існують два види конкурентної переваги:

1) більш низькі витрати – означають здатність підприємства розробляти, випускати і продавати схожий товар з найменшими витратами, ніж у конкурентів;

2) диференціація товарів – це здатність забезпечення покупця більшою цінністю у формі нової якості товару, його особливих споживчих властивостей або післяпродажного обслуговування, що дає можливість встановлювати більш високі ціни [2].

Швидкість, ефективність, оригінальність, орієнтація на споживача, якість і продуктивність – це фактори, які можуть привести до заняття фірмою більш вигідної конкурентної позиції, у тому числі в глобальній економічній системі.

Для того щоб запропонувати шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємства, необхідно добре уявляти зовнішнє середовище, у якому працює підприємство, його чинники та мати чітке уявлення про внутрішнє середовище підприємства.

Для підвищення конкурентоспроможності підприємства необхідно звертати увагу на обдумане, зважене і кваліфіковане управління виробництвом з урахуванням специфічних умов перехідного періоду, а також на розробку і реалізацію зовнішньої та внутрішньої конкурентоспроможної політики підприємств.

Існує ряд факторів, що впливають на конкурентоспроможність фірми. Їх можна розділити на внутрішні та зовнішні. До зовнішніх факторів належать: політична обстановка в державі і вплив держави на ціннову політику, податкову, зовнішньоекономічну, фінансово-кредитну, науково-технічну та інноваційну політику, державне регулювання якості продукції, антимонопольне законодавство, система заходів державної підтримки вітчизняного виробника, стан попиту та пропозиції на ринку і розвиток інфраструктури ринку, наявність конкурентів і стан конкуренції на ринку, розміщення виробничих сил і рівень концентрації виробництва, наявність сировинних ресурсів, загальний рівень техніки, технологій та інновацій у галузі [4].

Таким чином, можна сказати, що в умовах глибоких структурних змін міжнародного та національного ринку головне завдання підприємства полягає в знаходженні своєї ніші в жорстких умовах конкуренції на світовому ринку. Для цього підприємство, що діє в глобальній економіці, повинно враховувати особливості сучасного ринку.

На перше місце в умовах глобальної економіки виходять такі чинники підвищення конкурентоспроможності підприємства: проведення інноваційної політики, яка визначає можливість підприємства конкурувати не тільки на внутрішньому, а й на зовнішніх ринках; наявність кваліфікованих трудових ресурсів, що відповідають вимогам міжнародного ринку праці; гнучка система управління якістю на підприємстві; безперервне вдосконалення реалізованої на внутрішньому ринку продукції національних виробників і розширення їх діяльності на міжнародному ринку. Підприємство, чия стратегія визначається як глобальна, повинно враховувати також культурні, соціальні, політичні, технологічні, екологічні та юридичні особливості ринку окремо взятої країни.

*Наук. керієн. Ріпка Д. О.*

---

**Література:** 1. Афендікова Н. О. Глобалізація економіки і ринок праці України / Н. О. Афендікова // Держава та регіони. – 2007. – № 2. – С. 15–18. 2. Гальчинський А. С. Трансринкові трансформації / А. С. Гальчинський // Економічна теорія. – 2007. – № 1. – С. 3–12. 3. Бобров В. Я. Основи ринкової економіки / В. Я. Бобров. – К. : Либідь, 2005. – С. 320. 4. Волинський Г. О. Про конкурентні переваги в умовах глобалізації / Г. О. Волинський // Економіка України. – 2006. – № 12. – С. 68–72. 5. Абрамян Е. Глобалізація в сучасному світі / Е. Абрамян // Міжнародна економіка. – 2007. – № 5. – С. 4–12.