

ПОНЯТТЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТА ФАКТОРИ, ЩО ЇЇ ЗАБЕЗПЕЧУЮТЬ

Г.Л. Матвієнко-Біляєва

Харківський національний економічний університет

ім. С. Кузнеця

к.е.н., доцент кафедри економіки підприємства та менеджменту

В сучасній економіці ключовим поняттям при вивченні й оцінюванні діяльності будь-якого підприємства є конкурентоспроможність. Поняття конкурентоспроможності підприємства містить у собі великий комплекс економічних характеристик, які визначають стан підприємства на ринку.

Дослідження конкурентоспроможності підприємства в умовах економічної ситуації, яка склалась в Україні, дає змогу розглядати її як комплексну характеристику потенціальних можливостей забезпечення конкурентних переваг в перспективі. Джерелами конкурентних переваг є організаційно-технологічна і соціально-економічна база підприємства, вміння аналізувати та своєчасно здійснювати заходи щодо укріплення конкурентних переваг. Аналіз та оцінка рівня конкурентоспроможності підприємства необхідні на всіх ступенях позавиробничого процесу.

Таким чином, найважливіша проблема будь-якого підприємства, що працює в сучасних умовах – це проблема його виживання і забезпечення безупинного розвитку. Підприємства які планують успішно функціонувати у конкурентному середовищі – повинні постійно зміцнювати та підвищувати свою конкурентоспроможність. Саме тому, проблема управління та підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства є актуальним питанням і потребує подальшого вивчення і дослідження [1].

У ринковій економіці важливим атрибутом є конкуренція. Сам ринок, механізм його дії не може нормально існувати без розвинутих форм конкуренції.

Конкуренція – це змагання між суб'єктами господарювання з метою здобуття завдяки власним досягненням переваг над іншими суб'єктами господарювання, внаслідок чого споживачі, суб'єкти господарювання мають можливість вибирати між кількома продавцями, покупцями, а окремий суб'єкт господарювання не може визначати умови обороту товарів на ринку [2]. Конкуренція зобов'язує підприємства створювати конкурентоспроможну продукцію або надавати конкурентоспроможну послугу. Існує зв'язок конкуренції та конкурентоспроможності – одне впливає з іншого. Відповідно, категорії «конкуренція» і «конкурентоспроможність» повинні ставитися до конкретного ринку і фіксованого періоду часу.

Поняття конкурентоспроможності визначається двома аспектами: конкурентоспроможністю підприємства і конкурентоспроможністю продукції.

Аналіз різних точок зору щодо поняття «конкурентоспроможність підприємства» показує, що єдиного погляду у різних авторів не існує. Крім того, різноманітність визначень цього поняття обумовлюється також такими причинами як ототожнення таких категорій як конкурентоспроможність підприємства та конкурентоспроможність продукції.

На основі проведеного аналізу наукових підходів до дослідження визначення конкурентоспроможності підприємства можна дати наступне визначення конкурентоспроможності підприємства – це здатність підприємства функціонувати в динамічному конкурентному середовищі таким чином, щоб приваблювати, заохочувати й зберігати споживачів своєї продукції (постійно підвищуючи її якість), підвищувати конкурентні переваги і боротися за ринок (збільшувати, зменшувати або зберігати займану частку ринку залежно від стратегії підприємства). Це досягається на основі впровадження інноваційної техніки і технології (що забезпечує екологічні, соціальні й економічні ефекти), максимального ефективного використання ресурсів і резервів підприємства, досягнення високого рівня інвестиційної привабливості, що в сукупності забезпечує випуск конкурентної продукції.

Оскільки конкурентоспроможність підприємства є характеристикою, яка відбиває ступінь переваг перед підприємствами-конкурентами за сукупністю певних показників діяльності на певних ринках, за певний проміжок часу, то конкурентоспроможність підприємства можна оцінювати шляхом порівняння конкурентних позицій кількох підприємств на певному ринку.

Найважливішими параметрами конкурентоспроможності підприємства, факторами, що впливають на неї є конкурентоспроможність продукції та здатність до адаптації в умовах змін зовнішнього середовища. Оскільки здатність підприємства конкурувати на ринку безпосередньо залежить від конкурентоспроможності продукції, необхідно визначити поняття конкурентоспроможності продукції.

Конкурентоспроможність продукції відображає здатність продукції більш повно відповідати запитам покупців порівняно з аналогічною продукцією, представленими на ринку. Важливою складовою конкурентоспроможності продукції є рівень витрат споживача, які необхідні для задоволення відповідних потреб. При цьому покупець несе витрати як при покупці продукції, так і під час її експлуатації. Тобто споживач прагне домогтися якомога співвідношення між рівнем споживчих властивостей продукції і витратами з її придбання та використання, тобто одержати максимум споживчого ефекту на одиницю витрат.

Конкурентоспроможність продукції визначається конкурентними перевагами: з одного боку, якістю продукції, її технічним рівнем, споживчими властивостями, з іншого – цінами, установленими продавцями продукції. Крім того, на конкурентоспроможність впливають переваги: в гарантійному й післягарантійному сервісі, рекламі, іміджі виробника, а також ситуація на ринку, коливання попиту [3].

Тобто, під конкурентоспроможністю продукції можна зрозуміти комплекс якісних і вартісних показників продукції, що визначають її перевагу над іншими аналогічними продуктами, представленими на ринку.

Список літератури:

1. Матвієнко-Біляєва Г.Л. Сутність міжнародної конкурентоспроможності підприємства / Г.Л. Матвієнко-Біляєва // Сталий розвиток економіки: проблеми та перспективи : зб. матеріалів міжнар. наук.-практ. інтернет-конференції / За заг. ред. В. В. Засадко. – Львів: «ПОЛОМ», 2012.

2. Закон України «Про захист економічної конкуренції» № 2210-III від 11.01.2001 р. [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2210-14>.

3. Позняк С. В. Конкурентні переваги і конкурентоспроможність/ С. В. Позняк // Актуальні проблеми економіки. – 2013. – №1. – С. 50–54.