

ПРОБЛЕМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Анотація. Визначено економічну сутність конкурентоспроможності підприємства. Узагальнено існуючі проблеми забезпечення конкурентоспроможності в умовах ринкової економіки. Запропоновано основні шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Аннотация. Определена экономическая сущность конкурентоспособности предприятия. Обобщены существующие проблемы обеспечения конкурентоспособности в условиях рыночной экономики. Предложены основные пути повышения конкурентоспособности предприятия.

Annotation. The economic essence of competitiveness of the enterprise is defined. Existing problems of maintenance of competitiveness in the conditions of market economy are generalised. The basic ways of the enterprise competitiveness increase are offered.

Ключові слова: конкуренція, конкурентоспроможність, ринкова економіка, підприємство, конкурентне середовище, ринок, товар.

Конкурентоспроможність підприємства є однією з важливих категорій ринкової економіки й характеризує можливість та ефективність адаптації підприємства до умов конкурентного середовища, тому обґрунтування підходів до її дослідження з метою подальшої розробки системи заходів щодо зміцнення стану та досягнення конкурентних переваг підприємства є актуальним.

Проблемою конкурентоспроможності займалися такі вчені, як А. Градов, В. Єрмолов, Ю. Іванов, А. Воронова, Т. Теплинський, В. Комісаренко, В. Коршунов, І. Отенко, М. Портер, В. Стівенсон, О. Тищенко, Р. Фатхутдінов та багато інших. Проте окремі питання щодо подальшого вивчення проблеми забезпечення конкурентоспроможності підприємства в сучасних умовах потребують наукових досліджень.

У зв'язку з цим метою даної роботи є теоретичне обґрунтування та розробка практичних рекомендацій щодо підвищення конкурентоспроможності підприємства в сучасних умовах.

Існує багато визначень поняття конкурентоспроможності продукції. Так, А. Воронов, Т. Теплинський та В. Комісаренко сформулювали поняття "конкурентоспроможність підприємства" як характеристику, що визначає стійкість підприємства, здатність його зберігати своє положення на ринку або розширювати займаний сектор ринку [1, с. 33].

А. Градов визначив конкурентоспроможність підприємства як порівняльну перевагу підприємства стосовно інших підприємств даної галузі всередині країни та за її межами [1, с. 33].

В. Єрмолов вважав, що конкурентоспроможність виробника становить відносну характеристику, що відображає відмінності процесу розвитку даного виробника від виробника-конкурента як за ступенем задоволення своїми товарами й послугами конкретної суспільної проблеми, так і за ефективністю виробничої діяльності [1, с. 33].

Ю. Іванов зазначав, що конкурентоспроможність – це властивість підприємства змінювати траєкторію руху або намічений режим функціонування у процесі адаптації до впливів зовнішнього середовища з метою збереження розвитку вже наявних або створених нових конкурентних переваг [1, с. 33].

М. Портер визначив, що конкурентоспроможність підприємства – порівняльна перевага стосовно інших фірм [1, с. 34].

Швейцарська організація European management forum стверджує, що конкурентоспроможність підприємства – реальна й потенційна можливість проектувати, робити, збувати за існуючих умов товари, які за ціновими й неціновими характеристиками в комплексі є привабливішими, ніж товари їх конкурентів [1, с. 34].

Конкурентоспроможність підприємства як його синтетична характеристика є ознакою, яка характеризує здатність підприємства функціонувати у конкурентному середовищі [2, с. 36].

Але конкурентоспроможність підприємства – поняття відносне, оскільки його можна визначити лише на основі зіставлення окремих характеристик підприємства з характеристиками інших підприємств. Конкурентоспроможність підприємства залежить від об'єкта порівняння, а також від факторів, які застосовуються для оцінювання. Неможливо говорити про абсолютну конкурентоспроможність підприємства: воно може бути "номер один" у своїй галузі в національній економіці, однак бути неконкурентоспроможним на міжнародних ринках.

Важливою умовою забезпечення конкурентоспроможності підприємства є ефективне використання ресурсів, кваліфікації та здібностей персоналу, досягнень сучасного менеджменту, інноваційних, інформаційних та фінансових можливостей підприємства, що у сукупності становить його потенціал, який повинен бути конкурентоспроможним [3, с. 14].

Унаслідок того що останнім часом навколишнє середовище інтенсивно змінюється і вдосконалюється, а на ринок потрапляє все більше підприємств, які пропонують все більше різних товарів, здатних задовольнити

загострення конкуренції, яке супроводжується втратою вже придбаних позицій на ринку;
уповільнення зростання попиту на продукт, що виробляється підприємством, насичення (або згасання) ринкового попиту, унаслідок чого виникає загроза скорочення ринкової частки підприємства;
поява революційно нових технологій і виникнення у зв'язку з цим нових товарних ринків;
зростання інтенсивності конкурентної боротьби, яке унеможливорює для підприємства проникнення на нові географічні ринки;

зниження рівня конкурентоспроможності продукції підприємства як результат зниження рівня якості та/або зростання рівня собівартості продукції, що виробляється підприємством;

зниження рівня конкурентоспроможності як результат підвищення якості та/або скорочення витрат на виробництво продукції конкурентами;

збитковість або низька прибутковість функціонування підприємства, високий ризик банкрутства тощо.

Для того щоб була можливість і надалі існувати на ринку та виробляти конкурентоспроможну продукцію, необхідно слідкувати за змінами у навколишньому середовищі та вміти швидко пристосовуватися до них, тобто треба увесь час працювати над програмою підвищення конкурентоспроможності.

Під програмою підвищення конкурентоспроможності прийнято розуміти певним чином організований комплекс робіт, спрямований на вирішення завдання підвищення конкурентоспроможності продукції та (або) підприємства, виконання якого обмежене в часі, а також пов'язане із споживанням конкретних фінансових, матеріальних і трудових ресурсів [4, с. 115].

Іншими словами, підвищення конкурентоспроможності становить процес змін, здійснення якого вимагає стратегічного підходу, оскільки зміни торкаються всіх основних організаційних складових, включаючи структуру кадрів, кваліфікацію, технологію, устаткування, продукцію, ринки збуту. Це викликає необхідність розробки стратегії підвищення конкурентоспроможності.

Основними шляхами вирішення проблем, пов'язаних з підвищенням конкурентоспроможності підприємства, є:

підвищення якості управління;

удосконалення зв'язків із зовнішнім середовищем;

упровадження (проведення) стратегічного маркетингу "виходу" і "входу" організації;

удосконалення організації інноваційної діяльності;

упровадження нових інформаційних технологій;

упровадження нових фінансових і облікових технологій;

аналіз ресурсомісткості кожного товару за стадіями його життєвого циклу і впровадження ресурсозберігаючих технологій;

підвищення організаційно-технічного рівня виробництва;

розвиток логістики;

розвиток тактичного маркетингу.

Також ключовими факторами підвищення конкурентоспроможності підприємства стають зниження витрат, диференціація і системна інтеграція.

Таким чином, у результаті дослідження було з'ясовано, що оцінка конкурентоспроможності дозволяє визначити місце підприємства на ринку, його сильні та слабкі сторони по відношенню до інших підприємств. Визначено основні проблеми забезпечення конкурентоспроможності та шляхи, що сприяють підвищенню конкурентоспроможності підприємства в сучасних умовах господарювання.

Наук. керівн. Мельник В. І.

Література: 1. Управління конкурентоспроможністю підприємства : навч. посібн. / Ю. Б. Иванов, М. О. Кизим, О. М. Тищенко та ін. – Х. : ВД "ІНЖЕК", 2010. – 320 с. 2. Кошеленко В. Рейтинговые сопоставления конкурентоспособности предприятий: возможности сопоставления / Кошеленко В. // *Економіст.* – 2010. – № 1. – С. 36–40. 3. Воронкова А. Концепція управління конкурентоспроможним потенціалом підприємства / Воронкова А. // *Економіст.* – 2007. – № 8. – С. 14–17. 4. Иванов Ю. Б. Конкурентоспособность предприятия: оценка, диагностика, стратегия : научное издание / Иванов Ю. Б. – Х. : Изд. ХНЭУ, 2004. – 256 с.