

УДК 339.137.2

П.А. Гончарук

аспірант
Класичний приватний університет**ОСНОВНІ ЧИННИКИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СУБ'ЄКТА ГОСПОДАРЮВАННЯ**

У статті досліджено сутність поняття “конкурентоспроможність” та викладено основні шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємства в сучасних ринкових умовах.

Ключові слова: конкурентоспроможність підприємства, товар, потенціал підприємства, конкурентні переваги.

I. Вступ

Конкурентоспроможність підприємств є вирішальним чинником їх виживання. Сьогодні конкуренція на ринку стає більш жорсткою, наявне суперництво між товаровиробниками за більш вигідні умови виробництва та реалізації продукції, за отримання прибутку й інші переваги.

Підвищення рівня конкурентоспроможності вітчизняної продукції в умовах подальшого розвитку економіки пов'язано, насамперед, з розробкою належної системи управління. Завоювання й утримання конкурентних переваг – ключові фактори успіху підприємства. Особливої гостроти ці питання досягають в умовах посилення інтенсивності конкуренції на окремих ринках, де від виробників продукції потрібно постійно відслідковувати зміну попиту, вартості сировинних ресурсів, а питання рентабельності активів залежить від ступеня використання новітніх підходів у сфері стратегічного маркетингу.

Формування конкурентних відносин сприяє створенню розвинутого, цивілізованого ринку, що включає сферу виробництва та товарообміну. Завдяки активному інтересу до питань підвищення конкурентоспроможності суб'єктів господарювання, що виник унаслідок розвитку ринкових відносин, виникла велика кількість розробок, спрямованих на вирішення цієї проблеми. Для сформованих концептуальних підходів до управління конкурентними перевагами характерна безліч відмінностей, що стосуються не тільки понятійного апарату, а й постановки цілей, теоретико-методологічної та практичної бази процесу дослідження й аналізу ринку. Незважаючи на значні досягнення в теорії та практиці управління конкурентоспроможністю підприємства, є ряд проблем, які є предметом дискусій і обговорень учених-економістів. Так, у більшості наукових праць вітчизняних і зарубіжних учених використано універсальний підхід при розгляді ролі кон-

курентних переваг підприємства в процесах збільшення присутності на ринку, з урахуванням посилення інтенсивності галузевої конкуренції [1, с. 10–11].

Однією з головних причин низької конкурентоспроможності вітчизняних підприємств є неспроможність боротися за розширення своєї частки на внутрішньому та зовнішньому ринках, просувати свої товари, формувати більше коло споживачів. На цьому етапі розвитку підприємництва ринок перенасичений підприємствами, які створюють аналогічну продукцію, але втримуються лише ті суб'єкти господарювання, які мають більш вигідні переваги щодо інших підприємств.

Конкурентоспроможність підприємства – комплексне, багатофакторне поняття, яке важко піддається економічній інтерпретації. Проблеми конкуренції та забезпечення конкурентоспроможності економічних суб'єктів досліджували такі зарубіжні вчені, як Ж. Ламбен, М. Портер, Й. Шумпетер, Р. Фатхудінов та ін. Свій внесок у вирішення питань конкурентоспроможності економічних суб'єктів зробили і вітчизняні економісти, зокрема В. Андрійчук, С. Бабенко, Л. Балабанов, І. Борисюк, Т. Харченко та ін. У їх працях висвітлено питання діяльності підприємства в умовах конкуренції, методика оцінювання та підвищення конкурентоспроможності підприємства і його продукції, класифікації чинників конкурентоспроможності національної економіки, підприємств і продукції тощо.

II. Постановка завдання

Метою статті є дослідження ролі конкурентоспроможності для суб'єкта господарювання та основні напрями її підвищення.

III. Результати

Термін “конкурентоспроможність” фахівці тлумачать по-різному.

Згідно з класичним визначенням М. Портера, “конкурентоспроможність – це визначене сукупністю факторів становище товаровиробника на внутрішніх і зовнішніх ринках, відображене через сукупність показників” [2, с. 18].

Економіст Т.Б. Харченко під конкурентоспроможністю розуміє зумовлене економічними, соціальними та політичними чинниками становище країни або окремого товаровиробника на внутрішньому та зовнішньому ринках [3, с. 71].

Слушною є думка Л.В. Гриніва, що конкурентоспроможність підприємства – це його динамічність, здатність втілювати та поглиблювати сучасні технології, успішність господарювання, якість продукції, що в комплексі визначає здатність підприємства до стабільного розвитку в тривалій перспективі, а також утримання конкурентних переваг і збільшення частки ринку [4, с. 6].

Заслуговує на увагу точка зору З.Є. Шершньова про те, що рівень компетенції суб'єкта господарювання щодо інших підприємств-конкурентів полягає в нагромадженні та використанні виробничого потенціалу певної спрямованості, а також його окремих складових: технології, ресурсів, менеджменту (особливо стратегічного та поточного планування), навичок і знань персоналу тощо, що знаходить вираження в таких результативних показниках, як якість продукції, прибутковість, продуктивність тощо [5, с. 117].

Слід погодитись з М.Г. Саєнко, що конкурентоспроможність – це його комплексна порівняльна характеристика, яка відбиває ступінь переваг над підприємствами-конкурентами за сукупністю оціночних показників діяльності на певних ринках, за певний проміжок часу та стабільність стану на ринку в часі одного виробника щодо іншого, або це потенційні можливості підприємства з випуску конкурентоспроможної продукції [6, с. 259–260].

Деякі науковці розглядають конкурентоспроможність як комплексне поняття, яке включає такі аспекти, як спроможність об'єкта витримувати конкуренцію, вміння розробляти стратегію, яка забезпечує високий рівень його конкурентоспроможності, здатність використовувати свої сильні сторони, наявність добре налагодженого організаційно-управлінського механізму, вміння швидко та ефективно реагувати на зміни зовнішнього середовища.

Таким чином, конкурентоспроможність підприємства можна визначити як здатність економічного суб'єкта потенційно зростати, ефективно функціонувати та розвиватись. Значною мірою конкурентоспроможність підприємства визначається його компетентністю порівняно з іншими конкурентами в технології, практичних навичках та професійному знанні персоналу, рівні стратегічного й поточного планування; здатністю виготовляти та збувати товар, за інших рівних умов, більш привабливий для споживачів за ціновими та якісними характеристиками, тобто здатністю випереджати конкурентів як сьогодні, так і в майбутньому. З іншого боку, конкурентоспроможним, як правило, є те підприємство, що за умов ринкової економіки тривалий час може бути прибутковим.

Основні чинники, які впливають на конкурентоспроможність підприємства, можна поділити за такими ознаками:

- місце виникнення (зовнішні та внутрішні);
- сфера походження (науково-технічні, соціальні, екологічні та політичні);
- тривалість дії (постійні та тимчасові).

Залежно від місця виникнення чинники конкурентоспроможності поділяють на дві основні групи (див. рис.) [7, с. 135].



Рис. Чинники конкурентоспроможності підприємства (залежно від місця виникнення)

Внутрішні чинники є найбільш значущими для забезпечення стійких конкурентних позицій підприємства, оскільки вони характеризують умови внутрішнього середовища

підприємства та є об'єктом активного впливу з боку самого підприємства. Виникнення та інтенсивність прояву внутрішніх чинників безпосередньо залежать від діяльності під-

приємства, стану його ресурсної бази, системи стратегічного управління тощо.

Чинники зовнішнього середовища є досить неоднорідними й визначають функціонування галузі як системи, відображають умови функціонування національної та світової економік.

Залежно від сфери походження, чинники, що впливають на конкурентоспроможність підприємства, поділяють на науково-технічні, організаційно-економічні, соціальні, екологічні та політичні.

Залежно від тривалості дії розмежовують такі групи чинників конкурентоспроможності підприємства:

- постійні (їх переважна більшість, і вони визначають загальний рівень конкурентоспроможності підприємства);
- тимчасові (їх кількість є відносно невеликою, але вони змінюють рівень конкурентоспроможності підприємства внаслідок тих чи інших подій).

Зазначена класифікація розглядає найбільш поширені ознаки чинників конкурентоспроможності [7, с. 137].

Підвищення конкурентоспроможності підприємства можна досягнути за допомогою: розширення асортименту продукції, надання реклами в засобах масової інформації, збільшення обсягів продажу продукції за рахунок зниження цін і запровадження різних акцій та додаткових послуг, розширення мережі торговельних представників тощо. Для досягнення високої конкурентоспроможності підприємство має створювати та розвивати свої конкурентні переваги, що даватимуть змогу більш ефективно використовувати свої ресурси.

Зазвичай джерелами отримання конкурентних переваг є:

- 1) сфокусованість на споживачеві;
- 2) відданість завданням забезпечення належного рівня якості;
- 3) привернення уваги до зручності;
- 4) зосередження на нововведеннях;
- 5) відданість завданням, надання якісних сервісних послуг;
- 6) швидкість та оперативність прийняття рішень [8, с. 18].

Управління конкурентоспроможністю підприємства – це певний аспект менеджменту підприємства, який спрямовано на формування, розвиток конкурентних переваг та забезпечення життєздатності підприємства як суб'єкта економічної конкуренції. Сучасна концепція управління конкурентоспроможністю підприємства ґрунтується на використанні базових положень науки управління [9, с. 380].

Управління конкурентоспроможністю підприємства має бути спрямованим на:

- 1) нейтралізацію (подолання) або обмеження кількості негативних (деструктивних) чинників впливу на рівень конкурентоспро-

можності підприємства шляхом формування захисту проти них;

2) використання позитивних зовнішніх чинників впливу для нарощування та реалізації конкурентних переваг підприємства;

3) забезпечення гнучкості управлінських дій та рішень – їх синхронізації з динамікою дії негативних і позитивних чинників конкуренції на певному ринку.

Базовими принципами управління конкурентоспроможністю є:

- принцип єдності теорії та практики управління конкурентоспроможністю підприємства – передбачає, що будь-яке релевантне управлінське рішення має відповідати логіці, принципам та методам управління конкурентоспроможністю та розв'язувати принаймні одне з практичних завдань;
- принцип системності управління – передбачає розгляд будь-якого об'єкта як системи; системний підхід дає змогу врахувати всі необхідні взаємозв'язки та взаємодії в системі управління, дозволяє при постановці цілей усебічно зважувати чинники та спрямовувати механізми управління на досягнення поставлених цілей;
- принцип наукової обґрунтованості управління – передбачає врахування при формуванні системи управління конкурентоспроможністю економічних законів та закономірностей розвитку, застосування наукових підходів (зокрема процесного, системного, ситуаційного) і методів моделювання, що сприяють підвищенню стабільності функціонування системи управління;
- принцип ранжування об'єктів управління за їх важливістю – вимагає визначення важливості, вагомості, рангу об'єктів (проблем, чинників) за їх ефективністю, актуальністю, масштабністю, ступенем ризику, оскільки ресурси підприємства завжди обмежені, тому спочатку їх слід вкладати у вирішення найбільш важливіших проблем підвищення конкурентоспроможності;
- принцип багатоваріантності – передбачає генерацію альтернативних варіантів розвитку подій;
- принцип зіставності управлінських рішень при аналізі їх варіантів – передбачає, що альтернативні варіанти управлінських рішень щодо тих чи інших варіантів розвитку подій приводяться до зіставного вигляду за параметрами реалістичності, прийнятності наслідків реалізації, відповідності наявним ресурсам підприємства, часу, якості, масштабу, ризику та невизначеності, умов втілення тощо; вибір найбільш ефективного варіанта управлінського рішення здійснюється з

- урахуванням реалій функціонування підприємства;
- принцип збереження та розвитку конкурентних переваг підприємства – передбачає обов'язковість вияву сильних і слабких сторін об'єкта управління, на основі чого з'являється можливість формувати ефективну конкурентну стратегію та домагатися переваг цього підприємства в тій чи іншій сфері діяльності порівняно з конкурентами;
 - принцип ринкової орієнтації – передбачає, що визначальним моментом розвитку підприємства мають виступати можливості, ініційовані змінами зовнішнього середовища, його функціонуванням, зокрема розвитком попиту та потребами ринку;
 - принцип цільової спрямованості – диктує необхідність відповідності програм підвищення конкурентоспроможності підприємства цілям його конкурентної стратегії;
 - принцип комплексності – передбачає охоплення та інтеграцію в єдиний потік потенціалу зростання конкурентоспроможності, який міститься в усіх функціональних аспектах діяльності підприємства;
 - принцип гнучкості – передбачає можливість стратегічного маневрування на ринку в разі принципових змін його параметрів і появи принципово нових загроз та можливостей розвитку підприємства;
 - принцип етапності – передбачає, що процес розробки й реалізації конкурентних стратегій підприємства має бути регламентований процедурно та в часі.

Процес управління конкурентоспроможністю підприємства включає в себе такі дії: моніторинг конкурентного середовища й оцінювання конкурентної ситуації в галузі та на ринку; діагностування конкурентоспроможності підприємства та його основних суперників; конкурентне позиціонування підприємства – вибір стратегічних господарських підрозділів із перевагами в конкурентній боротьбі; розробка концепції та стратегії управління конкурентоспроможністю підприємства; реалізація конкурентної стратегії підприємства.

Щоб бути конкурентоспроможним, підприємство повинно мати всі види показників, тобто мати достовірну інформацію, вміти нею користуватись та вигідно її використовувати в організації діяльності. Конкурентні позиції фірми на ринку залежать також від підтримки, яку надають національні державні органи та інші організації через надання гарантій експортних кредитів, їх страхування, звільнення від податків, надання експортних субсидій тощо.

Питання формування сприятливих умов для підвищення рівня конкурентоспроможності вітчизняних підприємств, активізації їх фінансової, інвестиційної та інноваційної діяльності вимагають активних дій у напрямі

відстоювання національних інтересів в економічних і політичних процесах.

Одним із найефективніших чинників підвищення конкурентоспроможності підприємства є впровадження інновацій.

Інноваційна діяльність є необхідною умовою підвищення конкурентоспроможності суб'єктів господарювання і, як наслідок, національної економіки. Але, разом з тим, в Україні вкрай несприятливі умови для здійснення інвестиційної діяльності, такі як: відсутність сформованої інноваційної інфраструктури, недосконалість законодавства, відсутність механізмів комерціалізації результатів завершених науково-технічних розробок та передачі їх до сфери виробництва. Тому для українських промислових підприємств існує проблема організації виробництва на основі формування інноваційного потенціалу та забезпечення його результативності.

Створення умов успішної роботи підприємств вимагає кропіткої довготривалої роботи на всіх рівнях управління, починаючи зі співпраці держави та бізнесу з міжнародними інституціями й закінчуючи формуванням дієздатних колективів безпосередньо на підприємствах [8, с. 20].

IV. Висновки

Підвищення конкурентоспроможності підприємства – це довгостроковий процес пошуку й реалізації управлінських рішень, який повинен здійснюватись планомірно, з урахуванням змін зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства. Забезпечення високого рівня конкурентоспроможності означає більш продуктивне використання підприємством усіх наявних ресурсів, ніж його ринкові конкуренти, швидке реагування на зміни зовнішнього середовища, потреби споживачів та за необхідності провадження різних перетворень у політиці ведення виробництва й реалізації товарів.

Список використаної літератури

1. Должанський І.З. Конкурентоспроможність підприємства : навч. посіб. / І.З. Должанський, Т.О. Загорна. – К. : Центр навчальної літератури, 2006. – 384 с.
2. Портер М. Международная конкуренция / М. Портер ; пер. с англ. ; под ред. В.Д. Щетинина. – М. : Международные отношения, 1993. – 896 с.
3. Харченко Т.Б. Забезпечення конкурентоспроможності підприємств як засіб ринкового реформування економіки / Т.Б. Харченко // АПЕ. – 2003. – № 2. – С. 70–73.
4. Гринів Л.В. Оцінка та підвищення конкурентоспроможності підприємства харчової промисловості : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / Л.В. Гринів ; Нац. ун-т харчових технологій. – К., 2008.
5. Шершньова З.Є. Стратегічне управління : підручник / З.Є. Шершньова. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К. : КНЕУ, 2004. – 699 с.

6. Саєнко М.Г. Стратегія підприємства : підручник / М.Г. Саєнко. – Тернопіль : Економічна думка, 2006. – 390 с.
7. Святненко В.Ю. Чинники підвищення конкурентоспроможності промислових підприємств в умовах глобалізації [Електронний ресурс] / В.Ю. Святненко // Теоретичні та прикладні питання економіки. – 2010. – Вип. 23. – С. 137. – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/tppe/2010_23/Zb23_16.pdf.
8. Довбенко В.І. Чинники підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств за умов глобалізації / В.І. Довбенко // Зовнішня торгівля: право та економіка : матер. X міжнар. наук.-практ. конф. "Новітні тенденції і стратегії розвитку міжнародної торгівлі". – 2007. – № 4. – С. 18–20.
9. Клименко С.М. Управління конкурентоспроможністю підприємства : навч. посіб. / С.М. Клименко, Т.В. Омеляненко. – 2-ге вид., без змін. – К. : КНЕУ, 2009. – 520 с.

Стаття надійшла до редакції 30.04.2014.

Гончарук П.А. Основные составляющие повышения конкурентоспособности субъекта хозяйствования

В статье исследована сущность понятия "конкурентоспособность" и изложены основные пути повышения конкурентоспособности предприятия в современных рыночных условиях.

Ключевые слова: конкурентоспособность предприятия, товар, потенциал предприятия, конкурентные преимущества.

Goncharuk P. Key components of increasing competitiveness business entities

The competitiveness of enterprises is a crucial factor in their survival. Today, market competition becomes more fierce is the competition between producers in more favorable conditions of production and sales, with profits and other benefits. Improving the competitiveness of enterprises is a long term process of finding and implementing management decisions that have to be done systematically taking into account changes in the external and internal environment. Ensuring a high level of competitiveness means more efficient use of all resources available now than its market competitors, rapid response to changes in the environment, needs and if necessary, the proceedings of various changes in the policies driving the production and sale of goods.

The aim of the paper is to investigate the role of competition for the entity and main directions of its improvement.

In the article the essence of the concept of "competitiveness" and sets out the main ways of improvement of the competitiveness of enterprises in modern market conditions.

Key words: competitiveness of companies, products, potential enterprise, competitive advantage.