

СТЕПАНЦОВА Ю. М.

старший викладач
ВНЗ «Хмельницький економічний університет»

ВОРОНЕНКО Х. О.

магістрант
ПВНЗ «Хмельницький економічний університет»

СТАБИЛЬНИЙ РІВЕНЬ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ЯК БАЗОВИЙ АСПЕКТ ЙОГО ЕФЕКТИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

У статті розглянуто складові конкурентоспроможності підприємства, чинники її підвищення та заходи, які забезпечують формування та нарощування конкурентних переваг підприємства. Автором схарактеризовано мікроекономічне та макроекономічне середовище, в якому конкурують підприємства. Розкрито поняття «конкурентоспроможність» різними вченими. Встановлено, що реалізація програми підвищення конкурентоспроможності продукції має включати сукупність організаційних, науково-технічних, екологічних, інвестиційних, управлінських та інших рішень, пов'язаних між собою єдиною метою.

Ключові слова: конкуренція, конкурентоспроможність підприємства, конкурентні переваги, конкурентоспроможність товару, макрооточення, мікрооточення.

СТЕПАНЦОВА Ю. М.

ст. преподаватель
ЧВУЗ «Хмельницкий экономический университет»

ВОРОНЕНКО Х. О.

магистрант
ЧВУЗ «Хмельницкий экономический университет»

СТАБИЛЬНИЙ УРОВЕНЬ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ КАК БАЗОВЫЙ АСПЕКТ ЕГО ЭФФЕКТИВНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

В статье рассмотрены составляющие конкурентоспособности предприятия, факторы ее повышения и мероприятия, которые обеспечивают формирование и наращивание конкурентных преимуществ предприятия. Автором охарактеризовано микроэкономическую и макроэкономическую среду, в которой конкурируют предприятия. Раскрыто понятие «конкурентоспособность» различными учеными. Установлено, что реализация программы повышения конкурентоспособности продукции должен включать совокупность организационных, научно-технических, экологических, инвестиционных, управленческих и других решений, связанных между собой единой целью.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентоспособность предприятия, конкурентные преимущества, конкурентоспособность товара, макроокружения, микроокружения.

STEPANTSOVA Y. M.

senior lecturer
Private Higher Educational Institution "Khmelnitsky Economical University"

VORONENKO H. O.

master's degree student
Private Higher Educational Institution "Khmelnitsky Economical University"

STABLE LEVEL OF COMPETITIVENESS OF THE ENTERPRISE AS BASIC ASPECTS OF ITS EFFECTIVE OPERATION

The components of competitiveness of enterprises, factors of its increasing and measures that ensure formation and escalating competitive edges of enterprise are examined in the article. Macroeconomic and macroeconomic environment, where enterprises compete is determined by the author. The concept of "competitiveness" various scholars is disclosed. It has been established that the implementation of programs to improve the competitiveness of products should include a set of organizational, scientific and technical, environmental, investment, management and other solutions, interconnected by sole purpose.

Keywords: competition, competitiveness of the enterprise, competitive advantages, competitiveness of goods, macro-environment, micro-environment.

Постановка проблеми. Сучасний стан ринкового середовища, в якому розвиваються підприємства, характеризується нестабільністю макроекономічних та мікроекономічних чинників розвитку, тому створення конкурентних переваг одного підприємства порівняно з іншим набувають особливого значення.

Проблеми конкурентоспроможності, знаходячись у стані зародження, розвиваються на своїх методологічних засадах, визначаються різноманітними напрямками.

В Україні для ефективного розвитку і функціонування ринкової економічної системи необхідні не тільки розгляд та вирішення різноманітних питань забезпечення вітчизняного ринку товарами високої якості та конкурентоспроможними характеристиками, але і вихід з цими товарами на міжнародний ринок.

На сьогоднішній день виробник має постійно піклуватись про визначення переваг, які забезпечать йому високий рівень конкурентоспроможності на ринку відносно його конкурентів та задовольнять потреби споживачів. Незадовільне функціонування підприємств в Україні та недосконале управління в умовах конкуренції вимагають досліджень у цій сфері.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Конкурентоспроможність досліджували як зарубіжні, так і вітчизняні вчені в своїх працях, зокрема: Дж. Робінсона, А. Курно, Ф. Еджуорт, Дж. Стоунхаус, М. Портер, С. Савчук, Г. Азоєв, А. Сміт, А. Градов. Конкурентоспроможність промислових підприємств розглядали: В. А. Таран, Н. М. Купріна, Г. Л. Багієва та ін.

Постановка завдання. Метою статті є визначення конкурентоспроможності як показника успішного функціонування підприємства та методів її підвищення.

Виклад основного матеріалу. Конкурентоспроможність – одна з найважливіших складових у досягненні успіху будь-якого підприємства. Термін «конкурентоспроможність» застосовується до продукції чи товару, підприємства чи галузі. Ці категорії мають відмінності та різні характеристики. За рахунок створення переваг досягається конкурентоспроможність підприємства, тобто за рахунок різних методів.

Адам Сміт вперше довів, що конкуренція призводить до оптимального розподілу праці та капіталу. Він вважав, що конкуренція – це чесна боротьба між продавцями при найвигідніших умовах продажу. Вона повинна врівноважувати інтереси продавців та економічну ефективність [1].

Конкурентоспроможність – можливість підприємств запропонувати товар, який відповідає певним вимогам покупця, у необхідній кількості, за більш вигідні умови, ніж пропонують конкуренти. Це визначення більше підходить для товару, а не для підприємства, воно пов'язує отримання переваг підприємства тільки за рахунок виробництва конкурентоспроможного товару.

А. Градов та інші науковці пояснюють конкурентоспроможність підприємства як перевагу порівняно з іншими підприємствами цієї галузі. Більшість учених пояснюють конкурентоспроможність як характеристику підприємства, що дає змогу дізнатись сильні сторони підприємства по відношенню до інших підприємств [2].

Проблематичність конкретизації поняття «конкурентоспроможність» та «конкурентоспроможність підприємства» виходить із його основних характеристик, які були виділені в сучасній економічній літературі вченими:

- конкурентоспроможність підприємства – це відносне поняття і має різний рівень по відношенню до різних конкурентів;
- конкурентоспроможність – завоювання частки міжнародного конкурентного ринку шляхом зосередження уваги для удосконалення зовнішньо-економічної діяльності;
- конкурентоспроможність підприємств як результат ефективної господарської діяльності за умов конкурентного ринку;
- підвищення продуктивності використання усіх наявних ресурсів;
- з позиції маркетингової складової, – наявність ефективного маркетингового

комплексу, іміджу, торгової марки;

– конкурентоспроможність підприємства – результат людського капіталу [3, с. 27-28].

Розібравшись у змісті понять «конкурентоспроможність» та «конкурентоспроможність підприємства», можна підсумувати, що конкурентоспроможність підприємства – це його спроможність до здійснення конкурентних переваг, за допомогою яких підприємство ефективно функціонує на відміну від інших підприємств на всіх ринках.

Щоб оцінити можливості у конкурентній боротьбі підприємства, аналізують свої сильні та слабкі сторони та розробляють заходи, за допомогою яких підприємство може забезпечити свій успіх. Для оцінки конкурентоспроможності у процесі дослідження використовують кількісні показники, які показують можливість випускати продукцію в потрібному обсязі і яка користується попитом.

Різноманітні дослідження економістів показують, що зовнішні ресурси підприємства не так сильно впливають на його успіх, як внутрішні ресурси та можливості підприємства [4].

Методи управління конкурентоспроможності поділяються на два основних:

– методи маркетингу, що дають змогу здійснювати порівняння суб'єктів ринку та провести їх аналіз; за допомогою конкурентоспроможної продукції задовільнити вимоги ринку та покращити показники підприємства різних сфер його діяльності; ефективно управляти персоналом і підприємством в цілому;

– метод підвищення фінансового стану на ринку, що допомагає підвищити прибуток підприємства за допомогою певних методів та конкурувати на ринку.

Для здійснення цих методів необхідна ефективна система управління, що допомагає удосконалити господарську діяльність. У стратегічному управлінні конкурентоспроможності продукції плануються конкурентні переваги підприємства, а також переваги продукції. Плануються заходи з сертифікації якості продукції, за допомогою цього вона підвищується на довготривалій період [5].

До факторів, які забезпечують створення конкурентоспроможності підприємства в ринкових умовах, відносять:

– групу факторів досягнення конкурентоспроможності, тобто забезпечення формування ефективної конкурентоспроможності.

– фактори утримання конкурентоспроможності, тобто фактори що допомагають утримати конкурентні переваги [6].

Розгляд конкурентоспроможності та її факторів, змін що відбуваються у вітчизняній економіці під впливом різних чинників, дасть змогу керівникам підприємств і державі приймати рішення з приводу покращення ринкових позицій. Використання різноманітних стратегій дає змогу покращити підприємство відносно інших конкурентів.

Рівень конкурентоспроможності підприємства залежить не тільки від рівня конкурентоспроможності його складових, а також від конкурентоспроможності країни.

Певні проблеми у заснуванні вітчизняних конкурентних переваг, пов'язані з покращенням відношення між захистом потреб об'єктів внутрішнього ринку та підвищеною закордонною конкуренцією. Підвищення конкурентоспроможності продукції потребує введення глобальних реформ, створення нових об'єктів, необхідних комплексів стратегічного управління, які спроможні керувати новими технологіями.

Підвищити конкурентоспроможність у зовнішньому середовищі підприємство може за допомогою безлічі факторів, найвагоміші з них: покращення якості продукції, зниження її ціни, випуск нового асортименту, формування та збереження іміджу підприємства, поінформованість щодо конкурентного становища іноземного ринку.

Реалізація програми підвищення конкурентоспроможності продукції має включати сукупність організаційних, науково-технічних, екологічних, інвестиційних, управлінських та інших рішень, пов'язаних між собою єдиною метою. Для досягнення позитивного результату керівництво повинно забезпечити зростання якісного рівня продукції та максимальне задоволення вимог іноземних споживачів при одночасній мінімізації витрат на її виготовлення й реалізацію. З цією метою необхідно розробити комплекс заходів з

удосконалення організації виробництва, звернувши особливу увагу на оновлення й модернізацію технічного напрямку підприємства, раціоналізацію та стимулювання ефективності виробництва, створення системи мотивації управління працею, підготовку персоналу [7].

Висновки. Отже, конкурентоспроможність підприємства є одним із основних показників стійкого підприємства. За підвищення конкурентоспроможності підприємства у внутрішньому та зовнішньому середовищі відповідає безліч чинників, одним із найвагоміших є конкурентоспроможність продукції – набір тих критеріїв, які задовільняють внутрішній та зовнішній ринок (ефективне здійснення економічних операцій та частина вибору методів і засобів виробничо-експортної діяльності, які задовольняють потреби споживачів).

Список використаних джерел

1. Шутов М. М. Економіка та менеджмент охорони здоров'я: регіональний аспект / М. Шутов : Навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. – Х. : Основа, 2000. – 367 с.
 2. Фатхутдинов Р. А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление / Фатхутдинов Р. А. – М. : ИНФРА – М. – 2000. – 312 с. – (Серия «Высшее образование»).
 3. Драган О. І. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теоретичні аспекти : монографія / О. І. Драган. – К. : ДАКККіМ, 2006. – 160 с.
 4. Оснач О. Ф. Промисловий маркетинг : підруч. [для студ. вищ. навч. закл.] [Електронний ресурс] / О. Ф. Оснач, В. П. Пилипчук, Л. П. Коваленко. – К. : Центр учбової літ., 2009. – 364 с. – Режим доступу: <http://subject.com.ua/pdf/265.pdf>.
 5. Скударь Г. М. Управление конкурентоспособностью крупного акционерного общества: проблемы и решения / Г. М. Скударь. – К. : Наук. думка, 1999. – 496 с.
 6. Васильева Н. А., Економіка підприємства: конспект лекцій : [Електронний ресурс] / Н. А. Васильева, Т. А. Матеуш, М. Г. Миронов. – Режим доступу: <http://kniga.scienceontheweb.net/konkurentosposobnost-predpriyatiya-ponyatie-26809.html>.
 7. Реалізація програми підвищення конкурентоспроможності продукції. Лекції з економічної діагностики [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://sdamzavas.net/2-47096.html>.
-