

Магістр 2 року навчання
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ЕКОНОМІЧНА КАТЕГОРІЯ

Анотація. Розглянуто сутність поняття "конкурентоспроможність", визначено його основні характеристики. Проаналізовано взаємозв'язок конкурентоспроможності підприємства із конкурентоспроможністю продукції, а також формуванням конкурентних переваг як основи конкурентоспроможності.

Аннотация. Рассмотрена сущность понятия "конкурентоспособность", определены его основные характеристики. Проанализирована взаимосвязь конкурентоспособности предприятия с конкурентоспособностью продукции, а также формированием конкурентных преимуществ как основы конкурентоспособности.

Annotation. The article deals with the essence of the concept of competitiveness, its main characteristics. The relationship of enterprise competitiveness with competitiveness of products and creating competitive advantages as a basis for competitiveness has been analysed.

Ключові слова: конкурентоспроможність підприємства, конкурентоспроможність товару, конкурентна перевага.

Особливістю теорії конкурентоспроможності є те, що вона сформувалася не в класичних роботах, а в прикладних розробках, присвячених конкретній проблемі в сфері конкурентоспроможності. На сьогоднішній день, поняття конкурентоспроможності підприємства є багатозначним і широким, тому його дослідження є важливим завданням для теорії і практики дослідження конкурентоспроможності.

У загальному розумінні конкурентоспроможність підприємства можна визначити як здатність протистояти конкурентам та перемагати їх. В економічній літературі розглядається значна кількість визначень поняття конкурентоспроможності підприємства. Всі трактування терміна "конкурентоспроможність" доповнюють одне одного, тому що кожний з авторів розглядає дане поняття під власним кутом зору.

Можна відокремити такі характеристики конкурентоспроможності підприємства як економічної категорії:

- порівняльний характер;
- короткострокові та довгострокові складові;
- залежність від конкурентоспроможності товару;
- залежність від ефективності роботи підприємства.

Порівняльний характер дослідження та оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємства слідує з названого загального розуміння цього поняття: конкурентоспроможність може бути визначена тільки у ході порівняння з конкурентами. Короткострокові та довгострокові складові проявляються в тому, що конкурентоспроможність охоплює як поточне положення підприємства на ринку, так і перспективи його зміни. Зв'язок конкурентоспроможності товару та конкурентоспроможності підприємства є загальновизнаним фактом, хоча різні автори приділяють більшу чи меншу увагу ролі конкурентоспроможності товару у формуванні конкурентоспроможності підприємства. Твердження про залежність конкурентоспроможності підприємства від ефективності його роботи є не настільки поширеним, але висловлюється у прикладних роботах [1, с. 42] і в працях, що складають теоретичну основу дослідження конкурентоспроможності [2, с. 98–101].

Проаналізувавши наведені підходи до характеристик поняття конкурентоспроможності підприємства, можна запропонувати таке визначення.

Конкурентоспроможність підприємства – це здатність підприємства у поточному періоді та в довгостроковій перспективі забезпечувати більш високу, порівняно з конкурентами, ефективність виробництва та вигідність реалізації власної продукції.

Первинною ланкою системи конкурентоспроможності є конкурентоспроможність товару. У багатьох публікаціях [3, с. 25] наголошується, що у теорії конкурентоспроможності базовим поняттям є конкурентоспроможність товарів, а конкурентоспроможність інших об'єктів є похідною. Це можна пояснити тим, що саме товар надходить на ринок, саме його обирає покупець і там самим свідомо чи несвідомо впливає на загальний рівень конкурентоспроможності підприємства, що виготовляє цей товар, та країни, де знаходиться це підприємство. Конкурентоспроможність економіки країни формується за рахунок конкурентоспроможності її підприємств і, знову ж таки, проявляється



на ринку через конкурентоспроможність товарів – цієї точки зору дотримуються як українські науковці [4], так і зарубіжні спеціалісти [5, с. 229].

Конкурентоспроможність будь-якого з названих об'єктів формується на базі конкурентних переваг відповідного рівня. Під конкурентними перевагами в класичному менеджменті розуміють виражену особливість або компетентність, що дозволяє залучати й зберігати клієнтів [5, с. 385].

Конкурентні переваги не лише впливають на рівень конкурентоспроможності, але й відчують на собі зворотній вплив – досягнувши певного рівня конкурентоспроможності, підприємства може і повинно розширювати наявні переваги, закладаючи таким чином основу майбутньої конкурентоспроможності.

Таким чином, можна зробити висновок, що оптимальним підходом до визначення конкурентоспроможності підприємства є той, що підкреслює його зв'язок із конкурентоспроможністю товарів та ефективністю виробництва.

Наук. керівн. Потьомкін С. К.

Література: 1. Дикань В. Л. Обеспечение конкурентостойчивости предприятия : монография / В. Л. Дикань. – Х. : Основа, 1995. – 160 с. 2. Конкурентоспроможність економіки України в умовах глобалізації / Я. А. Жаліло, Я. Б. Базиліук, Я. В. Белінська та ін. ; за ред. Я. А. Жаліла. – К. : НІСД, 2005. – 388 с. 3. Фасхiev X. Оценка конкурентоспособности новой техники / X. Фасхiev // Маркетинг. – 1998. – № 6. – С. 25–35. 4. Андрианов В. Конкурентоспособность России в мировой экономике / В. Андрианов // Маркетинг. – 1999. – № 2. – С. 27–33. 5. Мескон М. Основы менеджмента / М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. – М. : "ДЕЛЮ", 1997. – 440 с.

Сивокоз О. А.

УДК 331.23(45)

Магістр 2 року навчання

факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

ГРЕЙДИНГ ПОСАД ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Анотація. Розглянуто складові елементи та модель грейдингу посад, яку можна використовувати для підвищення мотивації персоналу на підприємстві. Доведено, що перевагою даної моделі є диференційований підхід до нарахування заробітної плати залежно від рангу посади та компетентності працівника.

Аннотация. Рассмотрены составляющие элементы и модель грейдинга должностей, которую можно использовать для повышения мотивации персонала на предприятии. Доказано, что преимуществом данной модели является дифференцированный подход к начислению заработной платы в зависимости от ранга должности и компетентности работника.

Annotation. Model components and grading of positions that can be used to increase staff motivation in a company are considered. A differentiated approach to labour payment, depending on the employee position rank and competency is proved to be an advantage of this model.

Ключові слова: мотивація, грейдинг посад, заробітна плата, базовий оклад, премії, фонд оплати праці.

На українських підприємствах останнім часом було виявлено сильну й стійку залежність між рівнем мотивації працівників та показниками ефективної діяльності всього суб'єкта господарювання. Складно однозначно встановити причинно-наслідкові зв'язки, оскільки кількість змінних, що визначають мотивацію працівників, дуже велика. Використання ефективних інструментів мотивації персоналу є пріоритетним завданням кожного підприємства.

Огляд літератури свідчить, що питанню мотивації персоналу присвячені наукові публікації багатьох вітчизняних та зарубіжних авторів: Н. Армстронга, В. Весніна, Н. Гавкалової, В. Гриньової, О. Єгоршина, А. Кібанова, А. Колота, М. Мескона, Г. Назарової, В. Пономаренка, В. Савченка, О. Ястремської та ін. Незважаючи на пильну увагу до цієї проблеми зазначених авторів, методологічні аспекти мотивації персоналу залишаються актуальними.

Мета роботи – обґрунтування доцільності застосування грейдингу посад для підвищення мотивації персоналу на підприємстві.

© Сивокоз О. А., 2014