

УДК 339.137.2

К.Л. Ковадло, аспірант

Київський національний університет технологій та дизайну, м. Київ, Україна

МЕХАНІЗМ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТНОГО СТАТУСУ ПІДПРИЄМСТВА**К.Л. Ковадло**, аспірант

Киевский национальный университет технологий и дизайна, г. Киев, Украина

МЕХАНИЗМ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТНОГО СТАТУСА ПРЕДПРИЯТИЯ**Kateryna Kovadlo**, PhD student

Kyiv National University of Technologies and Design, Kyiv, Ukraine

MECHANISM TO IMPROVE THE COMPETITIVE STATUS OF AN ENTERPRISE

Стаття присвячена розробленню етапів формування механізму управління конкурентним статусом підприємства та механізму підвищення конкурентного статусу підприємства з позиції сучасної теорії управління соціально-економічними системами, в межах якої цей механізм розглядається з урахуванням факторів зовнішнього та внутрішнього середовища й основних функцій менеджменту.

Ключові слова: механізм конкурентного статусу, етапи формування механізму конкурентного статусу, підвищення конкурентного статусу.

Стаття посвящена разработке этапов формирования механизма управления конкурентным статусом предприятия и механизма повышения конкурентного статуса предприятия с точки зрения современной теории управления социально-экономическими системами, в рамках которой данный механизм рассматривается с учетом факторов внешней и внутренней среды и основных функций менеджмента.

Ключевые слова: механизм конкурентного статуса, этапы формирования механизма конкурентного статуса, повышение конкурентного статуса.

The article is devoted to the development stages of the management mechanism of the competitive status of the company and competitive mechanism for raising the status of the company and the mechanism of increasing competitive status of enterprises terms of modern management theory of social and economic systems in which this mechanism is considered on the basis of factors external and internal environment and the basic functions of management.

Key words: mechanism of competitive status, stages of formation mechanism of competitive status, increasing competitive status.

Постановка проблеми. В Україні з кожним роком збільшується кількість нових підприємств різних галузей, тому керівникам потрібно чітко уявляти процес досягнення високих показників економічної діяльності своїх підприємств.

Головним завданням конкурентоспроможного підприємства є завоювання високих конкурентних позицій, що забезпечать йому високий конкурентний статус.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам підвищення конкурентного статусу та управління конкурентоспроможністю промислових підприємств присвячена значна кількість робіт, які розкривають окремі сторони теоретико-методологічного підходу до дослідження цієї теми. Значний внесок у дослідження цих питань зробили М. Портер, К. Штайльманн, А. Томпсон, А.Дж. Стрікленд, В.В. Аврашимов, А.М. Васильчиков, Д.А. Єгоров, В.Ю. Зудін, З.В. Королев, Ю.Г. Лисенко, І.П. Фамінський, А.С. Селезньов, Р.А. Фатхутдінов та ін.

Значний вплив на розвиток системи управління конкурентоспроможністю здійснили такі вчені, як О.І. Амоша, Я.Б. Базиліук, О.І. Дацій, В.Л. Дікань, А.П. Дудар, Б.В. Губський, Ю.Б. Іванов, В.І. Коршунов, Л.М. Очеретько та ін.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. У результаті вивчення економічної літератури виявлено, що відсутні визначення, структура та інструменти «механізму підвищення конкурентного статусу підприємства». Це і зумовило необхідність його формування.

Мета статті. Головною метою цієї роботи є розроблення механізму підвищення конкурентного статусу підприємства та етапів його формування.

Виклад основного матеріалу. Механізм підвищення конкурентного статусу – «поняття синтетичне, його складовими є безліч груп факторів, що впливають на стан і розвиток виробничої системи. Іншими словами, це система механізмів, що діють на всіх рівнях економіки» [2].

Необхідність механізму підвищення конкурентного статусу підприємства очевидна, навіть з метою усунення основних причин втрати конкурентоспроможності, до яких віднесемо [2]:

- погіршення факторних параметрів (зниження кваліфікації кадрів, зростання витрат тощо);
- втрата покупцями своєї вимогливості;
- старіння технологій;
- постановка цілей, що обмежують темпи інвестицій (наприклад, політика «зняття вершків»);
- втрата фірмою швидкої адаптації;
- ослаблення внутрішньої конкуренції.

Розглянемо етапи формування механізму управління конкурентним статусом підприємства, розроблену автором (рис. 1).

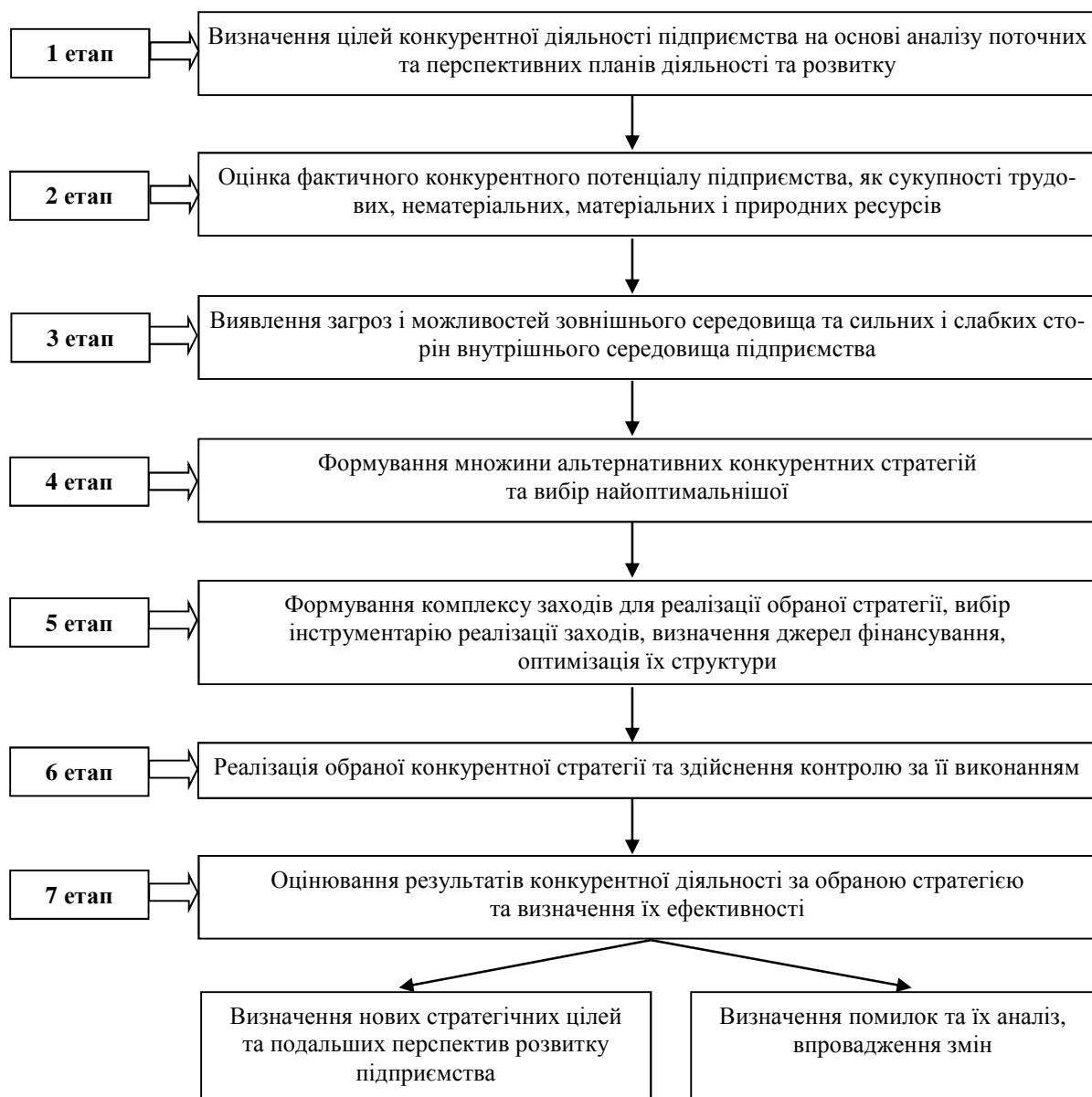


Рис. 1. Етапи формування механізму управління конкурентним статусом підприємства

Впровадження побудованих за такою схемою механізмів розвитку конкурентної діяльності вітчизняних підприємств у кінцевому підсумку повинно привести до забезпечення стабільності економічного розвитку як на рівні галузі, так і на рівні країни.

Основними принципами функціонування механізму управління конкурентоспроможністю промислового підприємства є [8]:

- необхідність комплексного підходу до формування та функціонування механізму управління конкурентоспроможністю підприємства;
- необхідність комплексного аналізу поточного стану і перспектив розвитку економіки, галузі, підприємства;
- забезпечення безперервності стратегічного управління конкурентоспроможністю на всіх рівнях;
- науковий підхід до розроблення національних, галузевих та регіональних програм;
- науковий підхід до розроблення стратегій конкурентоспроможності підприємства;
- дієвий контроль над рівнем конкурентоспроможності підприємств на всіх рівнях механізму підвищення;
- максимальне віддзеркалення специфічних умов господарювання підприємства в стратегії конкурентоспроможності;
- безперервність процесів розвитку власного потенціалу підприємства і зовнішнього середовища.

Для вдосконалення механізму підвищення конкурентного статусу підприємства пропонується підхід, який схематично представлений на рис. 2.

У запропонованому підході під впливом факторів зовнішнього та внутрішнього середовища відбувається формування інструментів механізму підвищення конкурентного статусу промислового підприємства, з допомогою яких у подальшому визначаються основні напрямки підвищення рівня управління конкурентним статусом підприємства.

Весь механізм формується на основі класичних функцій менеджменту: планування, організація, контроль, регулювання та аналіз. Складається механізм з чотирьох підсистем:

- цільова;
- управління розвитком конкурентоспроможного підприємства;
- реалізації стратегії підвищення конкурентного статусу підприємства;
- інституціональна.

Перша підсистема – цільова – постановка цілей та завдань. Вона включає в себе визначення мети, завдання розвитку конкурентоспроможного підприємства та підтримку стратегічної мети підприємства.

Друга – підсистема управління розвитком конкурентоспроможного підприємства – включає в себе визначення передумов та вимог до рівня конкурентного статусу підприємства, оцінку рівня складових конкурентного статусу підприємства, визначення методики підвищення конкурентного статусу та вибір стратегії підвищення конкурентного статусу [3].

Третя підсистема – реалізація стратегії підвищення конкурентного статусу підприємства. Вона включає в себе стратегічні, тактичні та оперативні заходи щодо досягнення високого конкурентного статусу, що здійснюється на основі підвищення таких факторів, як економічна спроможність підприємства, конкурентостійкість підприємства та престиж підприємства [4].

Четверта підсистема – інституціональна, що включає в себе правове, інформаційне і методологічне забезпечення.

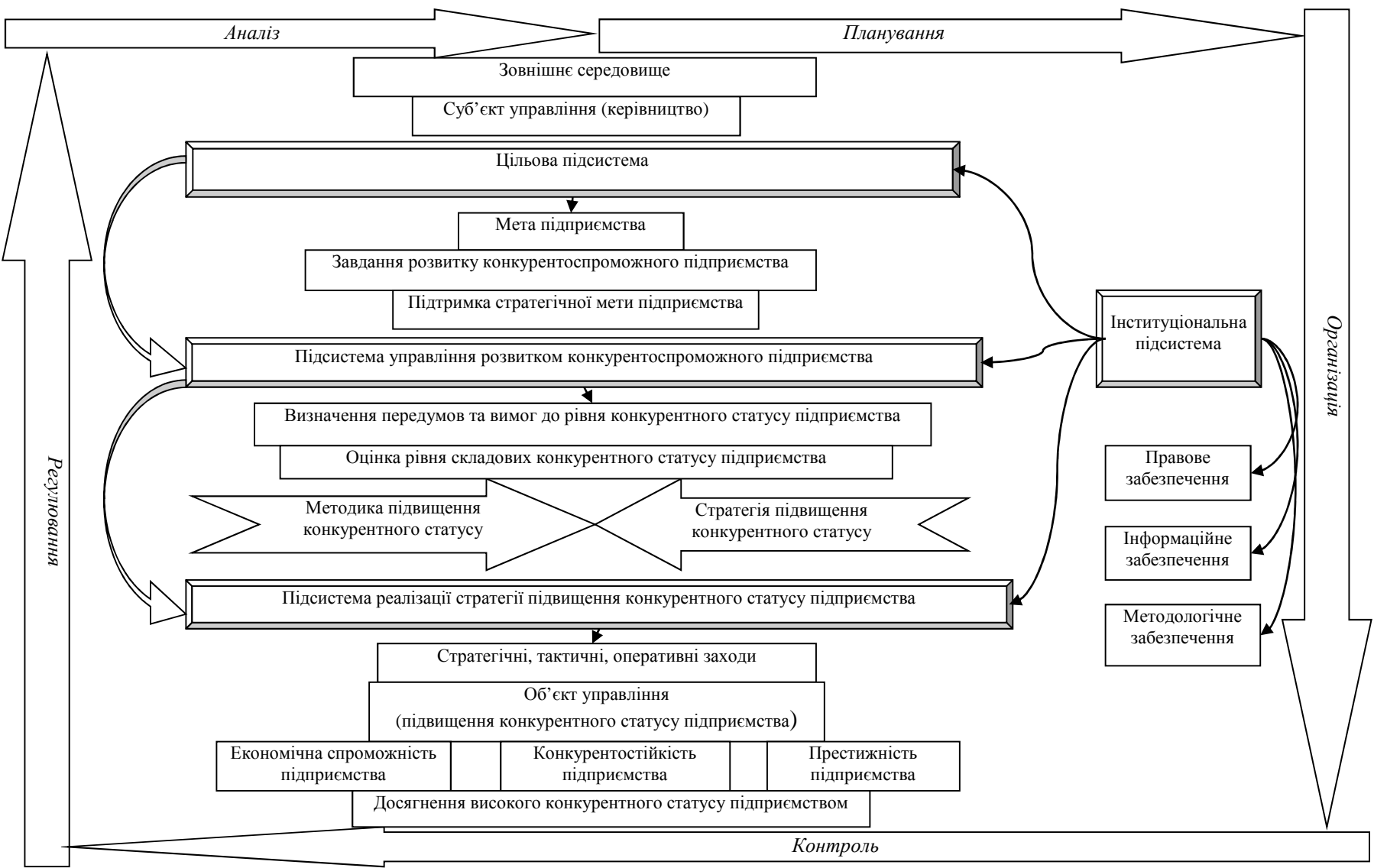


Рис. 2. Механізм підвищення конкурентного статусу підприємства

Механізм підвищення конкурентного статусу забезпечуватиме перехід неконкурентоспроможного підприємства в конкурентоспроможне, з допомогою сукупності системних заходів, направлених на формування відповідних кількісних та якісних характеристик підприємства, реалізація яких дозволяє досягти високого рівня конкурентного статусу підприємства.

Висновки і пропозиції. Кожне підприємство змагається на ринку за високий конкурентний статус [3], що дає неабияку перевагу серед конкурентів, визнання споживачами та найкращі економічні показники. Важливим завданням управління підприємством є забезпечення його високого конкурентного статусу та втримання лідируючих позицій протягом тривалого часу. Конкурентний статус значною мірою залежить від показника конкурентостійкості підприємства, його економічної спроможності та престижу [4–7]. Але для того, щоб повною мірою зрозуміти, як формується конкурентний статус, запропонований механізм його виникнення та підвищення. Впровадження механізму підвищення конкурентного статусу підприємства дозволить:

- визначити пріоритети і збалансувати стратегічні цілі підприємства;
- вирішити завдання розроблення та оптимізації конкурентної політики;
- ефективно використовувати матеріальні, людські та фінансові ресурси;
- забезпечити високий конкурентний статус підприємства.

Структура механізму повинна відповідати принципам функціонування механізму і формі господарювання конкретного підприємства. Ефективне функціонування механізму підвищення конкурентного статусу дозволить підприємствам задіяти потенціал і зайняти стійку конкурентну позицію, що дозволить посісти високий конкурентний статус.

Подальші дослідження направлені на формування та вибір стратегій розвитку конкурентоспроможності та підвищення конкурентного статусу підприємства.

Список використаних джерел

1. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия / И. Ансофф. – СПб. : Питер Ком, 1999. – 416 с.
2. Вопросы изучения экономических аспектов конкурентоспособности товара (на примере машинотехнической продукции) // БИКИ. Приложение № 12. – М. : ВНИКИ, 1994. – 86 с.
3. Портер М. Конкуренция : пер. с англ. / М. Портер. – М. : Вильямс, 2005. – 608 с.
4. Сидорец Е. Л. Факторы, формирующие конкурентный статус предприятия / Е. Л. Сидорец, В. И. Бокій // Экономика и предпринимательство. – 2013. – № 12, ч. 3. – С. 578–581.
5. Сидорец К. Л. Зв'язок між економічною заможністю підприємства і його конкурентним статусом / К. Л. Сидорець, В. І. Бокій // Вісник Хмельницького національного університету. – 2011. – № 5, т. 3. – С. 114–118.
6. Сидорець К. Л. Конкурентні переваги як основа формування конкурентного статусу підприємства / К. Л. Сидорець, В. І. Бокій // Вісник Хмельницького національного університету. – 2012. – № 2, т. 3. – С. 97–92.
7. Сидорець К. Л. Конкурентостійкість підприємства як фактор збереження його конкурентного статусу / К. Л. Сидорець, В. І. Бокій // Теорія і практика управління економічним розвитком : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції. – К., 2012.
8. Ярошенко С. П. Принципы конкурентоспособности сферы материального производства / С. П. Ярошенко // Региональные перспективы. – 1998. – № 1(2). – С. 37–39.