

В. Ю. Ільїн, д.е.н., доцент, КНЕУ ім. Вадима Гетьмана

У статті розкрито сутність поняття «конкурентоспроможність підприємства». Досліджено актуальні питання підвищення конкурентоспроможності підприємств за рахунок складових менеджменту. Відзначено, що підвищення конкурентоспроможності підприємства вимагає системного підходу, здійснення значного комплексу організаційно-економічних, управлінських і технологічних заходів. Охарактеризовано особливості застосування конкурентних стратегій підприємства в сучасних умовах. Сформульовано рекомендації щодо підвищення рівня конкурентоспроможності вітчизняних підприємств. Запропоновано систему ключових цілей підвищення конкурентоспроможності. Доказано, що ключовими пріоритетними цілями підвищення конкурентоспроможності підприємства, є по-перше постійне удосконалення продукції (послуг) підприємства; по-друге забезпечення високої ефективності менеджменту підприємства та кваліфікації персоналу підприємства; по-третє забезпечення інноваційного розвитку підприємства.

Ключові слова: конкурентоспроможність підприємства, глобалізація, конкурентні стратегії, конкурентні переваги.

Постановка проблеми. Протягом усієї історії розвитку економічних відносин питання конкуренції і конкурентоспроможності перебувають у центрі уваги дослідників.

Підвищення рівня конкурентоспроможності підприємств стає нагальною проблемою розвитку економіки країни в процесі інтеграції до світового та європейського простору, її фінансової стабільності, можливості залучення іноземних інвестицій та інновацій. Разом із цим, підвищення рівня конкурентоспроможності підприємств у сучасних умовах глобалізації потребує функціонування налагодженої системи управління, забезпечення виробництва високоякісної продукції, вибору оптимальних конкурентних стратегій та постановок цілей розвитку підприємства, побудови ефективної збутової та логістичної структури, наявності значної кількості та раціонального використання фінансових, технічних, інформаційних, кадрових, матеріальних ресурсів, що значно актуалізує питання пошуку механізмів формування та підвищення конкурентоспроможності підприємства. Тому ця проблема потребує переосмислення та теоретико-методологічного оновлення, що враховували б зміни у характері конкурентних переваг, у механізмах досягнення високого рівня конкурентоспроможності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження особливостей конкурентоспроможності підприємств здійснено багатьма вітчизняними та зарубіжними теоретиками і практиками, що визначає актуальність цих проблем для економіки та менеджменту підприємств у сучасних умовах глобалізації. Питанням конкурентоспроможності та конкурентних переваг підприємства приділяли увагу такі вітчизняні науковці: С. Алексєєв [1], Я. Базилук, В. Базилевич [13], З. Варналій, Н. Гаращенко, О. Гудзинський [4], Т. Гуренко, О. Драган [5], Г. Загорій, С. Клименко,

І. Кошелупов [7], С. Судомир [10], Р. Фатхутдинов, Г. Филук [12], О. Янковий [6] та інших.

Незважаючи на значні досягнення у теорії і практиці формування конкурентоспроможності підприємства, існує ряд проблем, які залишаються предметом дискусій вчених-економістів. Це визначається, по-перше, складністю проблеми взагалі; по-друге, зі трансформаційними змінами і біфуркаційними процесами, притаманними сучасному етапу розвитку світогосподарської системи, одночасно трансформуються сутність і механізм формування конкурентоспроможності; по-третє, нерозв'язаністю цієї проблеми в нашій країні.

Метою статті є дослідження формування основних шляхів підвищення конкурентоспроможності підприємств за рахунок менеджменту на сучасному етапі. Дослідження проводилися на основі використання монографічного, абстрактно-логічного, історичного методів. Методологічним підґрунтям в опрацюванні матеріалу виступив діалектичний метод пізнання суспільно-економічних явищ.

Виклад основного матеріалу дослідження. Конкурентоспроможність підприємства визначається як спроможність підприємства існувати і розвиватися, перевершуючи за ефективністю функціонування наявних і майбутніх конкурентів, ґрунтуючись на залученні невикористаних можливостей [6].

Поняття «конкурентоспроможність підприємства» є багатоаспектною категорією і не охоплюється єдиним універсальним визначенням. Так, конкурентоспроможність підприємства визначають:

– як економічну категорію, яка дозволяє в умовах конкуренції представити на внутрішній і зовнішній ринку продукцію, яка з точки зору кон-

курентних переваг сприймається споживачем як краща за аналогічну продукцію конкурентів та дозволяє підприємству отримувати плановий дохід, реалізовувати стратегії конкурентної боротьби й забезпечувати виживання і бажане положення на ринку у довгостроковій перспективі [1];

– спроможність підприємства здійснювати прибуткову господарську діяльність в умовах конкурентного ринку, що забезпечується вмілим використанням організаційно-управлінських, науково-технічних, виробничих, маркетингових та інших засобів ведення ефективної господарської діяльності;

– порівняльну перевагу даного підприємства по відношенню до інших підприємств усередині країни і за її межами [3];

– сукупність властивостей і характеристик бізнес-процесів підприємства, що дозволяють забезпечити ефективність його функціонування при будь-яких змінах зовнішнього і внутрішнього середовища [2], тощо.

Узагальнюючи всі наведені визначення, можемо констатувати, що конкурентоспроможність підприємства являє собою його здатність випускати та реалізовувати конкурентоспроможну продукцію, котра матиме конкурентні переваги порівняно з товарами-аналогами конкурентів у певний проміжок часу на визначеному ринку, що в результаті принесе максимальний прибуток [11], а також дає можливість динамічно розвиватися в умовах жорсткої конкурентної боротьби.

Досвід останніх років показує, що значна кількість вітчизняних підприємств неконкурентоспроможні. Це обумовлено технологічною відсталістю підприємств промисловості, використанням застарілих технологій та обладнання, значними енерго-, матеріало- і трудомісткістю виробничого процесу, що підвищує собівартість вітчизняної продукції, порівняно з імпортними аналогами, дефіцитом ресурсів, і, відповідно, низьким рівнем інноваційної активності суб'єктів господарювання порівняно з конкурентами з економічно розвинутих країн світу, незначними можливостями виробництва високотехнологічних товарів і надання сучасних якісних послуг тощо [12].

Парадоксальність ситуації полягає в тому, що навіть на ринках з конкурентною ринковою структурою відсутні повноцінні конкурентні відносини. Емпіричні дослідження і господарська практика переконують, що у висококонкурентній, на перший погляд, сфері, де функціонують сотні тисяч самостійних підприємств, складаються си-

туації, не сумісні з умовами конкурентного ринку.

Очевидно, що відсутність умов для розвитку здорової, ефективної конкуренції істотно знижує стимули підприємств до створення технологічних, організаційних чи навіть управлінських переваг перед конкурентами. Як відомо, саме ринкова конкуренція уже давно є механізмом відбракування всіх нежиттєвих форм виробництва і торгівлі, при ній приречені всі неефективні форми і методи господарювання. У країнах, де діють закони ринку і конкуренції, навіть підприємства-монополісти постійно відчувають тиск з боку потенційних конкурентів. Ще видатний економіст ХХ ст. Й. Шумпетер наголошував, конкуренція діє не тільки тоді, коли вона існує, але й тоді, коли вона є потенціальною загрозою... вона дисциплінує ще до свого настання, змушуючи суб'єкта ринку почуватися у конкурентній ситуації навіть тоді, коли він у галузі один.

У зв'язку з цим проблема підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств на сучасному етапі глобалізації економіки досить актуальна, складна і багатопланова.

Індикаторами нагальності підвищення конкурентоспроможності для конкретного підприємства виступають [7]:

– загострення конкуренції, що супроводжується втратою вже надбаних підприємством позицій на ринку;

– уповільнення росту попиту на продукт, що виробляється підприємством насичення або ж затування ринкового попиту внаслідок чого виникає загроза скорочення ринкової частки підприємства;

– поява революційних технологій;

– зростання інтенсивності конкурентної боротьби, що робить неможливим для підприємства проникнення на нові географічні ринки;

– зниження рівня конкурентоспроможності продукції підприємства;

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

Підвищення конкурентоспроможності підприємства необхідно розглядати як довгостроковий послідовний процес пошуку й реалізації управлінських рішень у всіх сферах його діяльності (рис.1), здійснюваний планомірно, відповідно до обраної стратегії довгострокового розвитку, з урахуванням змін у зовнішньому оточенні та стану засобів самого підприємства, і внесенням відповідних коректив [8].

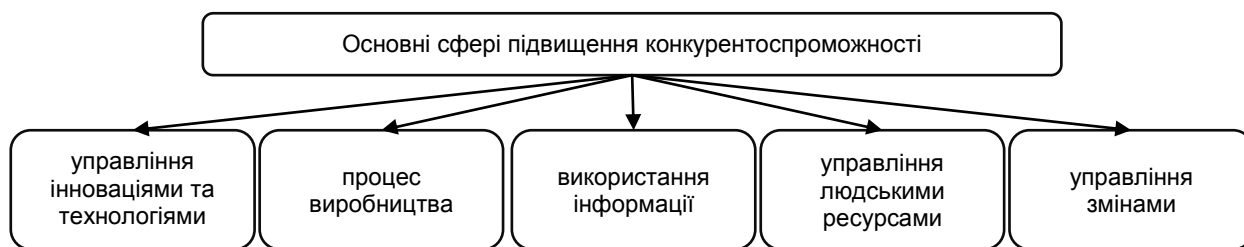


Рис. 1 Основні сфери підвищення конкурентоспроможності підприємств*

*Джерело: складено автором на підставі [8]

До основних заходів, спрямованих на вирішення проблеми підвищення конкурентних можливостей підприємства, посилення його позиції на ринку, досягнення стійкого розвитку за рахунок створення і підтримки конкурентних переваг належать:

- розробка і реалізація конкурентних стратегій розвитку;
- досягнення управлінської злагоженості;
- система управління трудовою мотивацією;
- комплексний підхід до підвищення якості і конкурентоспроможності товарів та послуг, що виробляються та надаються;

- систематичний підхід до диверсифікації та планування виробництва;
- системний економічний аналіз діяльності підприємства;
- інформаційне забезпечення системи управління.

Вибір і реалізація конкурентної стратегії розвитку підприємства має базуватися на ґрунтовному аналізі його конкурентної позиції та потенційних можливостей: конкурентоспроможності продукції, конкурентоспроможності комунікацій підприємства та конкурентоздатності персоналу. Отже, конкурентоспроможність підприємства можна розрахувати за формулою 1 [9]:

$$KCP = K_{впр} \times KCP_p + K_{вком} \times KCK_{ом} + K_{впер} \times KЗП_{ер}, \quad (1)$$

де: KCP – конкурентоспроможність підприємства;

KCP_p – конкурентоспроможність продукції;

$KCK_{ом}$ – конкурентоспроможність комунікацій підприємства;

$KЗП_{ер}$ – конкурентоздатність персоналу;

$K_{впр}$, $K_{вком}$, $K_{впер}$ – коефіцієнти вагомості відповідно конкурентоспроможності продукції, комунікаційної політики та конкурентоздатності персоналу підприємства визначаються експертним шляхом і залежать від специфіки діяльності підприємства.

Конкурентоспроможність продукції визначається не лише за її інноваційністю, а й за такими факторами: наявність супутніх послуг, стан збутової та цінової політик підприємства, техніка та технологія, які беруть участь у виробництві продукції [9].

Для підвищення рівня конкурентоспроможності необхідно:

1. Постійне удосконалення продукції (послуг) підприємства на основі створення нових видів продукції, підвищення її якості, післяпродажного обслуговування, забезпечення оптимальної ціни продукції в умовах ринку.

2. Забезпечення високої ефективності менеджменту підприємства та кваліфікації персоналу підприємства, особливо у сфері маркетингу, збуту та логістики підприємства, побудова оптимальної логістичної системи на підприємстві.

3. Забезпечення інноваційного розвитку підприємства шляхом покращення продуктового (товарного) ряду підприємства, модернізації логістичної системи, системи виробництва за допомогою комунікаційних технологій.

З огляду на особливості діяльності підприємств різних видів економічної діяльності підвищення конкурентоспроможності підприємства потребує характеристики логістичної та маркетингової складових.

Серед найбільш поширених конкурентних стратегій підприємства виділяємо: стратегія лідерства на основі низьких витрат; стратегія індивідуалізації; стратегії концентрації на ринковій ніші; стратегія найкращої вартості; стратегія інновації; стратегія фокусування, а також екологічні конкурентні стратегії.

На практиці підприємствам доцільніше використовувати комбінацію вказаних стратегій у вигляді деякого раціонального поєднання стратегічних прийомів, обумовлених ефективністю використання наявних ресурсів підприємства. Слід зауважити, що необхідність підвищення конкурентоспроможності підприємства вимагає значної багатфункціональності менеджменту підприємства: застосування симбіозу знань та вмінь маркетингу, стратегічного, фінансового, технологічного та інноваційного напрямків менеджменту.

Висновки та перспективи. В умовах економічної глобалізації, обмеженого доступу до виробничих та фінансових ресурсів проблема підвищення конкурентоспроможності підприємств є досить актуальною і важливою та вимагає стратегічного і комплексного підходу.

На основі проведеного дослідження, ми дійшли до думки, що важливими шляхами підвищення конкурентоспроможності підприємств на сучасному етапі залежить від цілого комплексу взаємопов'язаних факторів:

- гнучкої системи виробництва;
- застосування інновацій, ефективного управління резервами і фінансами;

– проведення ефективної маркетингової та логістичної політик;

– впровадження прогресивних організаційно-управлінських та інформаційних систем та інше.

Ключовими пріоритетними цілями підвищення конкурентоспроможності підприємства, на наш погляд, повинні стати по-перше постійне удосконалення продукції (послуг) підприємства; по-друге забезпечення високої ефективності менеджменту підприємства та кваліфікації персоналу підприємства; по-третє забезпечення інноваційного розвитку підприємства.

Список використаної літератури:

1. Алексеев С.Б. Теоретические аспекты конкурентоспособности предприятий / С.Б. Алексеев // Экономика: проблемы теории та практики. Збірник наукових праць. Випуск 191: В 4 т. Том II.– Дніпропетровськ: ДНУ, 2004. – С. 614–619.
2. Баумгартен Л.В. Анализ методов определения конкурентоспособности организаций и продукции / Л.В. Баумгартен // Маркетинг в России и за рубежом. – 2005. – №4. – С. 72–85.
3. Большая экономическая энциклопедия. – М.: Эксмо, 2007. – 816 с.
4. Гудзинський О. Д. Управління формуванням конкурентоспроможного потенціалу підприємств (теоретико-методологічний аспект): [монографія] / О. Д. Гудзинський, С. М. Судомир, Т. О. Гуренко. – К.: ІПК ДСЗУ, 2010. – 212 с.
5. Драган О.І. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теоретичні аспекти: монографія / О.І. Драган. – К.: ДАКККІМ, 2006. – 160 с.
6. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення: монографія / за заг. ред. О. Г. Янкового. – Одеса : Атлант, 2013. – 470 с.
7. Кошелупов І. Ф. Програми підвищення конкурентоспроможності організацій / І. Ф. Кошелупов // Вісник соціально-економічних досліджень. – 2012. – №1(44). – С. 219-225.
8. Лізягіна Д.С. Підвищення конкурентоспроможності підприємства на засадах удосконалення системи ресурсного забезпечення / Д. С. Лізягіна, О. М. Савицька // Сучасні підходи до управління підприємством. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://konfkafmen.kpi.ua/proc/article/view/43151> (дата звернення: 10.04.2017).
9. Мороз Л. І. Шлях підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств в умовах глобалізації / Л. І. Мороз, О. Р. Адельшінова // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Проблеми економіки та управління. – 2008. – № 611. – С. 147–155.
10. Судомир С. М. Теоретико-методологічні підходи визначення сутності поняття «Конкурентоздатність» в економічній літературі / С. М. Судомир // Агросвіт. – 2010. – № 17. – С. 36–37.
11. Фальченко О. О. Конкурентоспроможність як складова економічної безпеки підприємства / О. О. Фальченко, Н. Б. Токарь // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Х.: НТУ «ХПІ». – 2013. – № 67 (1040) – С. 156-158.
12. Филлюк Г. Проблеми та шляхи підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств в умовах глобалізації / Г. Филлюк // Вісник КНУ ім. Тараса Шевченка. Серія: Економіка. – К.: КНУ. – 2013. – №10. – С. 5-8.
13. Экономическая теория: политэкономия: учебник / Под ред. В.Д. Базилевича. – М.: Рыбари; К.: 2009. – 870 с.

Ильин В.Ю. Повышение конкурентоспособности предприятия за счёт составных менеджмента

В статье раскрыта сущность понятия «конкурентоспособность предприятия». Исследованы актуальные вопросы повышения конкурентоспособности предприятий за счет составляющих менеджмента. Отмечено, что повышение конкурентоспособности предприятия требует системного подхода, осуществление значительного комплекса организационно-экономических, управленческих и технологических мероприятий. Охарактеризованы особенности применения конкурентных стратегий предприятия в современных условиях. Сформулированы рекомендации по повышению уровня конкурентоспособности отечественных предприятий. Предложена система ключевых целей повышения конкурентоспособности. Доказано, что ключевыми приоритетными целями повышения конкурентоспособности предприятия, является во-первых постоянное совершенствование продукции (услуг) предприятия; во-вторых обеспечения высокой эффективности

менеджмента предприятия и квалификации персонала предприятия; в-третьих обеспечения инновационного развития предприятия.

Ключевые слова: конкурентоспособность предприятия, глобализация, конкурентные стратегии, конкурентные преимущества.

Ilyin V.Y. Competitiveness enterprise management by components

The article reveals the essence of the concept of "competitiveness". Focus on current enhancing enterprise competitiveness by management components. It is noted that enhance the competitiveness of enterprises requires a systematic approach, implementing large complex organizational, economic, managerial and technological measures. The features use competitive strategies of the enterprise in modern conditions. Recommendations to improve the competitiveness of domestic enterprises. The system key objectives of improving competitiveness. Proved that the key priority objectives of improving the competitiveness of enterprises is the first continuous improvement of products (services) company; secondly to ensure high performance and enterprise management personnel training; Thirdly innovative software development company.

Keywords: competitiveness, globalization, competitive strategy, competitive advantage.

Дата надходження до редакції: 12.02.2017

Рецензент: д.е.н., доцент Данько Ю.І.

УДК338.24

МОДЕРНІЗАЦІЙНІ АСПЕКТИ РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ: ПАСПОРТИЗАЦІЯ ТА КЛАСТЕРНА СТРАТЕГІЯ ДОРОЖНЬОГО ГОСПОДАРСТВА

Л. О. Богінська, к.е.н., доцент

О. В. Юрченко

Сумський національний аграрний університет

Розробка та реалізація регіональних програм підтримки розвитку дорожнього господарства на кластерних засадах дозволить розвивати важливу галузь регіональної економіки, сприятиме більш повному розподілу та використанню наявних ресурсів. Екологічна паспортизація складових дорожнього господарства стане організаційно-правовим інструментом державного контролю за станом екологічної ситуації в дорожній галузі.

Ключові слова: паспортизація, дорожній кластер, екологічна безпека, регіональний розвиток

Постановка проблеми. Дорожнє господарство України загалом та його регіональні структури для подальшого свого розвитку потребують негайної модернізації. Важливою складовою дорожнього господарства є дорога. Для покращення експлуатаційного стану автомобільних доріг, відповідності існуючої транспортно-дорожньої мережі потребам соціального і економічного розвитку України та її інтеграції до європейської транспортної мережі необхідно розробити нові форми управління дорожнім господарством, зокрема розробити і застосовувати кластери, ввести обов'язкову паспортизацію об'єктів дорожнього господарства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Серед сучасних вчених, які займаються дослідженням проблем кластеризації, потрібно відмітити праці М.Портера, С.Соколенка, М.Войнаренка, В.Фельдмана, О.Рогача, В.Чевганової, І.Брижань, В.Третяка, Р.Стоуга та ін. Але на сьогодні тема кластерів і мереживних структур в економіці до кінця не вивчена. Фундаментальних наукових праць із ґрунтовним дослідженням методологічних засад, юридичним (правовим, законодавчим) обґрунтуванням механізму функціонування такої організаційної форми об'єднання підприємницьких структур, як кластери,

поки не існує. Відсутні також і критерії оцінки економічної ефективності подібних утворень у різних галузях господарської діяльності. Тому кожен активний кластер в Україні, а їх вже досить багато, працює за своїми організаційними й фінансовими схемами, часто ризикуючи та навчаючись на власних помилках.

Формулювання цілей статті. Метою статті є: дослідити особливості і можливості формування дорожніх кластерів, запропонувати свою модель дорожнього кластера Сумського регіону, довести важливість та доцільність паспортизації складових дорожнього господарства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Характерними рисами дорожніх утворень кластерного типу, на наш погляд, повинні стати об'єднання ресурсів дорожнього господарства та промисловості, оскільки шляховики можуть нормально існувати лише за умови зовнішньої підтримки (постачальні підприємства, переробні підприємства, державний бюджет тощо).

Ми визначаємо дорожній кластер як мережу постачальників, супутньої інфраструктури, наукових структур, освітніх установ, які об'єднані загальною метою-створення розвинутої дорожньої мережі країни.

Позитивний аспект формування кластерів