

Н. М. Галазюк, к.е.н., доцент

О. М. Зелінська, к.е.н., доцент

Луцький національний технічний університет

Економічна сутність та чинники підвищення конкурентоспроможності підприємств в умовах глобалізації

В статті розглянуто сутність та зміст поняття конкурентоздатність підприємства. Виділено основні чинники, що впливають на підвищення конкурентоспроможності із урахуванням процесів глобалізації.

Ключові слова: ринкова структура, конкуренція, конкурентоспроможність, конкурентні переваги.

Н. М. Галазюк, О. Н. Зелинская

Экономическая сущность и факторы повышения конкурентоспособности предприятий в условиях глобализации

В статье рассмотрены сущность и содержание понятия конкурентоспособность предприятия. Выделены основные факторы, влияющие на повышение конкурентоспособности с учетом процессов глобализации.

Ключевые слова: рыночная структура, конкуренция, конкурентоспособность, конкурентные преимущества.

N. Galaziuk, O. Zielinska

Economic factors and nature enhancing enterprise competitiveness in a globalizing

The paper considers the nature and meaning of competitive enterprise. The main factors affecting the increase of competitiveness of considering the processes of globalization.

With the development of market relations is the establishment of a competitive environment and the national economy. Increased stiffness of methods and forms of competition, accelerating the pace of changes in the parameters of the market requires domestic companies search for new forms and methods of competition, whose implementation in complex sets high demands on competitiveness, achieve sustainable competitive advantage.

Економічні науки. Серія «Економічна теорія та економічна історія». Збірник наукових праць. Луцький НТУ. – Випуск 11 (44). – Луцьк, 2014.

Pressing problem facing the Ukrainian now is study ways to increase competitiveness and gain a strong position in the international market.

The purpose of this article is to study the essence of the concept of competitiveness and identify the main factors affecting the competitiveness of enterprises in the context of globalization. The competitiveness of enterprises is one of the most important categories of market economy that characterizes the feasibility and effectiveness of enterprise adaptation to market competition. Improving the competitiveness of the company – is the key to the country's competitiveness.

Competition is very thin and flexible mechanism. Flexible mechanism of competition is found in its immediate response to any change. Competition - one of the features of existing markets, the mechanism of regulation of production. With the development of competition there was the need to introduce the concepts of competitiveness and the competitiveness of the goods and businesses. For a successful on foreign markets requires that products have made it appropriate level of competitiveness in relation to the products of foreign producers.

Competitiveness of enterprises in the context of globalization depends on many factors: economic, institutional, political, cultural, human and educational. These factors can be divided into internal and external.

Among the internal factors of competitiveness distinguished: labor productivity, technological factor, ie the technical level of production and the production technology parameters.

The concept of competitiveness includes a large range of economic, legal and other characteristics that determine the position on sectoral, regional or global market. This complex may include product characteristics due in manufacturing, as well as factors that shape in general economic conditions of production and marketing. Therefore, competitiveness - a relative characteristic, which reflects differences in the development of the firm on the development of competitive firms in the degree of satisfaction with their products and the needs of people on the efficiency of industrial activity.

Key words: market structure, competition, competitiveness, competitive advantage.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими та практичними завданнями. З розвитком ринкових відносин відбувається становлення і формування конкурентного середовища в національній економіці. Підвищення жорсткості методів та форм прояву конкуренції, прискорення темпів змін параметрів ринку вимагає від вітчизняних підприємств пошуку нових форм і методів ведення конкурентної боротьби, реалізація яких у комплексі визначає високі вимоги до конкурентоспроможності, досягнення стійких конкурентних переваг підприємства.

Актуальною проблемою, що постає перед українським підприємством є обґрунтування напрямків підвищення

конкурентоспроможності та завоювання міцних позицій на міжнародному ринку.

В сучасних умовах одним із найважливіших показників рівня конкурентоспроможності країни є її присутність на міжнародних ринках. В умовах формування ринкової економіки, що передбачає самостійність підприємств у питаннях виробничо-господарської діяльності, для більшості з них актуальною стає проблема забезпечення конкурентних переваг.

Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми. Конкурентоспроможність підприємства як оцінка його можливостей на ринку в умовах глобалізації викликає підвищену увагу дослідників, науковців, практиків. Ця проблема розглядається у багатьох наукових дослідженнях, теоретичних розробках, практичних рекомендаціях. Питанням забезпечення конкурентних переваг у ринковій економіці присвячено праці багатьох вітчизняних та зарубіжних фахівців, зокрема, можна навести праці таких зарубіжних та вітчизняних учених, як Гарачук Ю. О., Бердар М. М., Гриньова В. М., Харічков С. К., Борисова Т., Румянцев А. П., Резнікова О. С., Должанський І. З., М. Портер, Р. Пейса та інших. Проте, незважаючи на значні здобутки з питань підвищення конкурентоспроможності підприємств, існує багато аспектів цієї проблеми, що потребують подальшого дослідження. Зокрема, це стосується уточнення сутності поняття конкурентоспроможності підприємства, а також визначення чинників підвищення конкурентоспроможності підприємств з урахуванням глобалізаційних процесів.

Цілі статті. Метою даної роботи є дослідження сутності поняття конкурентоспроможності та визначення основних чинників впливу на конкурентоспроможність підприємств в умовах глобалізації.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Можливість країни зайняти певне належне місце в глобальній економіці залежить від можливостей її підприємств утримати гідне положення на світових ринках. Тому в сучасному світі досягнення й підтримання конкурентоспроможності підприємств на зовнішніх ринках є необхідною умовою

зростання національної конкурентоспроможності. При цьому необхідно враховувати тенденції світового розвитку й відповідно з ними проводити політику, спрямовану не тільки на зниження витрат на виробництво й реалізацію продукції, але також потрібно комплексно підвищувати ефективність і внутрішніх, та зовнішніх чинників, що зможуть забезпечити конкурентоспроможність.

Забезпечення конкурентоспроможності українських підприємств до початку 90-х років ХХ століття стояло лише перед окремими організаціями, орієнтованими на експорт і лише після кардинальних економічних реформ, дослідження конкурентоспроможності в українській науці набуло теоретичної та практичної значущості. У наш час, вітчизняні та зарубіжні варіанти вирішення проблеми забезпечення конкурентоспроможності слабо відображають зміни у світовій економіці, пов'язані з процесом глобалізації, а також із загостренням міжнародного суперництва, що ведеться в різних формах, різними методами й на різних рівнях економіки. Конкурентоспроможність в умовах глобалізації є найважливішою комплексною характеристикою якісного стану товарів, суб'єктів господарювання, їх структурних змін, порівняно з відповідними аналогами інших країн.

Конкурентоспроможність підприємства є однією з найважливіших категорій ринкової економіки, що характеризує можливість і ефективність адаптації підприємства до умов ринкового конкурентного середовища. Підвищення конкурентоспроможності підприємства – це запорука підвищення конкурентоспроможності країни. У поняття конкуренто-спроможності підприємства вкладається його здатність випускати конкурентоспроможну на конкретному ринку продукцію, його перевага по відношенню до інших підприємств певної галузі в середині країни або за її межами [1].

Для реформування економіки України у напрямку створення повноцінного конкурентного середовища та розвитку конкурентних відносин велике значення має дослідження поняття конкуренції.

Конкуренція розглядається, як економічний процес взаємодії, взаємозв'язку і боротьби між підприємствами, що

Економічні науки. Серія «Економічна теорія та економічна історія». Збірник наукових праць. Луцький НТУ. – Випуск 11 (44). – Луцьк, 2014.

виступають на ринку з метою забезпечення кращих можливостей збуту своєї продукції, задоволення різноманітних потреб покупців і одержання найбільшого прибутку.

У підприємницькому секторі економіки будь-якої країни існує безмежна кількість різноманітних ринкових ситуацій. Залежно від ринкової ситуації господарючі суб'єкти приймають відповідне рішення щодо своєї діяльності і, передусім, відносно ціни і випуску продукції. В економіці двох однакових галузей не буває. Однак спільним майже для всіх є наявність у кожній двох полюсів. На одному полюсі спостерігаємо тисячі і сотні тисяч невеликих підприємств, які виробляють незначну частку ринкової продукції, а на другому – виробника, який посідає домінуюче становище на ринку. Між цими полюсами знаходиться велике розмаїття ринкових структур, зокрема: чиста конкуренція; олігополія; монополістична конкуренція; монополія.

Конкуренція є дуже тонким та гнучким механізмом. Гнучкість механізму конкуренції виявляється в його миттєвій реакції на будь-яку зміну ситуації. Конкуренція – одна з існуючих ознак ринків, механізм регулювання виробництва. З розвитком конкуренції виникла необхідність впровадження понять конкурентоспроможність та конкурентоздатність товару і підприємств.

Для успішного виходу підприємства на зовнішні ринки необхідно, щоб виготовлена ним продукція мала відповідний рівень конкурентоспроможності по відношенню до продукції зарубіжних товаровиробників.

Кожне підприємство, яке виходить на ринок з власною продукцією, намагається досягти переваги над іншими підприємствами, тобто відбувається боротьба фірм на доступних сегментах ринку за обмежений об'єм платоспроможного попиту споживачів [2].

Одним з основних елементів, на якому ґрунтується конкурентна боротьба, є конкурентоспроможність. У сучасній економічній літературі наводиться досить великий перелік визначень конкурентоспроможності.

Конкурентоспроможність – це комплексна характеристика здатності суб'єкта господарювання ефективно конкурувати на ринку за умови зростання конкурентного потенціалу [4].

Конкурентоспроможність виступає економічною категорією, яка зумовлює спроможність суб'єкта господарської діяльності впливати на ринкову ситуацію у власних інтересах та здатність виробляти продукцію, яка б задовольнила потреби споживача за умови невеликого рівня витрат [5].

Нові умови розширення конкуренції та обмеженості матеріально-фінансових ресурсів викликають необхідність якісних проривів у конкурентоспроможності й випередженні конкурентів.

Конкурентоспроможність підприємства в умовах глобалізації залежить від багатьох чинників: економічних, інституційних, політичних, культурних, людських і освітніх. Ці фактори можна поділити на внутрішні й зовнішні.

Згідно теорії конкуренції М. Портера, успіх у міжнародній конкуренції визначають не стільки фактори виробництва, скільки те, де й наскільки продуктивно вони застосовуються. Тому серед внутрішніх факторів найважливішу роль відіграє рівень якості управління компанією, тобто рівень підготовки менеджерів, уміння правильно вести ділові операції в умовах постійних змін на ринку. До внутрішніх факторів також відносять: рівень продуктивності праці, технологічний фактор, тобто технічний рівень продукції й параметри технології виробництва.

Групу зовнішніх факторів складають: макроекономічна стабільність і передбачуваність економічної політики; рівень новини економіки, тобто участь країни в міжнародних торгівлі та інвестуванні; ступінь відповідності державної політики до вимог конкуренції; ефективність функціонування ринків капіталу й якість фінансових послуг; рівень розвитку новітньої інфраструктури в країні; розвиток науково-технологічного потенціалу та інше. Таким чином, конкурентоспроможність фірм на світових ринках визначається не тільки їх конкурентною перевагою, але й усім комплексом факторів на всіх рівнях, що визначають переваги товарів країни на світовому ринку. Однак, визначення конкурентоспроможності на

Економічні науки. Серія «Економічна теорія та економічна історія». Збірник наукових праць. Луцький НТУ. – Випуск 11 (44). – Луцьк, 2014.

принципах тільки «позицій і переваг» є неприпустимим. У теорії конкурентних переваг М. Портера приділяється недостатньо уваги мікроекономіці підприємств, де створюються й конкурентні переваги, і можливості впливу на економіку галузей і країн [3].

Конкурентоспроможність підприємства є одним із основних критеріїв оцінки ефективності його діяльності. Це його здатність забезпечувати вищу ефективність виробництва у порівнянні з конкурентами в довгостроковій перспективі.

Конкурентні переваги як стратегічні фактори успіху повинні відповідати наступним вимогам:

1) базуватись на можливостях підприємства, які зобов'язані бути оригінальнішими у порівнянні з конкурентами, і які неможливо скопіювати;

2) забезпечувати унікальність торгової марки у порівнянні з конкурентами у довгостроковій перспективі;

3) задовольняти специфічні потреби клієнтів [14].

Конкурентні переваги та потенціал є факторними ознаками, а конкурентоспроможність та конкурентна позиція – результатом впливу системи ключових чинників, які залежно від конкурентного середовища створюють різні конкурентні переваги.

Досягнення й економічна підтримка саме світового рівня конкурентоспроможності характеризують не тільки соціально-економічну зрілість компанії, але й максимізацію її прибутковості та впливовості в міжнародному бізнесі.

Висновки. Поняття конкурентоспроможності містить у собі великий комплекс економічних, правових та інших характеристик, що визначають положення підприємства на галузевому, регіональному або світовому ринку. Цей комплекс може включати характеристику товару, обумовлену сферою виробництва, а також фактори, що формують у цілому економічні умови виробництва і збуту продукції. Тому, конкурентоспроможність підприємства – це відносна характеристика, яка відображає відмінності у розвитку даної фірми від розвитку конкурентних фірм за ступенем задоволення своїми товарами потреб людей і по ефективності виробничої діяльності.

1. Андрушків Б. Аналітичні аспекти маркетингового потенціалу в теорії конкурентоспроможності підприємства [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2011/11abmtkp.pdf>.
2. Архаров В. Гнучка організаційна структура управління – запорука конкурентних переваг підприємств. / В. Архаров // Економіка розвитку. – 2004. – №3. – С. 92–94.
3. Балабанова, Л.В. Управління конкурентоспроможністю підприємств на основі маркетингу: монографія [Текст] / Л.В. Балабанова, А.В. Кривенко. – Донецьк: Дон ГУЕТ ім. Туган-Барановського, 2004. - 147 с.
4. Васильківський Д. М. Конкуренція в міжнародному бізнесі : Курс лекцій /Д. М. Васильківський, Яременко О. Ф. – Хмельницький: ХНУ, 2007. – 80 с.
5. Головка-Марченко І. С. Сучасні підходи до розуміння сутності поняття “конкурентоспроможність підприємства. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://irbis-nbuv.gov.ua>