

УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА З ВРАХУВАННЯМ ІННОВАЦІЙНОЇ СКЛАДОВОЇ

ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет», м. Дніпро

В статті досліджено методичні підходи до визначення конкурентоспроможності підприємства. Визначено, що найбільш розповсюдженим методом оцінювання конкурентоспроможності є підхід на основі змагальності на ринку, оскільки оцінювання конкурентоспроможності передбачає ранжування підприємств за економічними показниками, а це є основним проявом змагальності. Проаналізовано три принципових компоненти конкурентної стратегії: швидкість зростання, диференціювання ринку і диференціація продукту. З'ясовано, що саме рівновага між цими складовими визначає характер підприємства в області конкурентоспроможності і є мірою прихильності підприємства до поліпшення якості. Запропоновано сферу якості розглядати як поєднання персоналу, технології та інновацій. До того ж, більшість програм щодо підвищення конкурентоспроможності засноване на технологічних розробках в області виробництва. Саме тому, інновації стають життєво важливим ресурсом сфери якості. Вплив інноваційної складової на конкурентоспроможність підприємства повинен втілюватись у комплексному поліпшенні показників діяльності підприємства.

Ключові слова: конкуренція, управління конкурентоспроможністю виробничого підприємства, методи оцінювання конкурентоспроможності, конкурентна стратегія, конкурентні переваги, інновації, інноваційна складова.

Постановка проблеми

Основу конкурентоспроможної економіки країни складають виробничі підприємства. Саме тут формуються властивості продукції, її технічний рівень, показники вартості в кінцевому підсумку, її якість. Конкурентні переваги товару повинні бути на більш високому рівні, ніж в товарів-замінників або аналогів. Високий рівень конкурентоспроможності товару дає змогу займати більшу частку ринку, така продукція високорентабельна, а підприємство-виробник є більш прибутковим, ніж його конкуренти.

Процес управління конкурентоспроможністю виробничого підприємства передбачає створення різноманітних споживчих властивостей товару, використання певної цінової стратегії, а й передбачає необхідність враховувати реакцію самого ринку, здійснювати аналіз факторів впливу ринкових умов на виробниче підприємство, на рівень його ринкового потенціалу.

Аналіз досліджень і публікацій

Американський вчений М. Портер присвятив свої праці проблемам стратегії випередження конкурентів, виявлення конкурентних переваг країн і компаній, конкурентного потенціалу

і конкурентного середовища. Подальшого розвитку питання конкуренції набули в напрямі формування стратегії конкурентної боротьби, а також теорії досягнення лідерства на ринку та були розглянуті такими вченими-економістами, як М. Трейсі, Ф. Вірсема, Дж.Ф. Мур та ін. Вивченням конкуренції в розрізі динамічного процесу, який постійно перебуває під впливом різних чинників, а не як сталої ситуації, займався Й. Кірцнер. Завоювання майбутніх ринків в конкурентній боротьбі стало основою для наукових праць Г. Хамела та К.К. Прахалада. Проблеми конкурентоспроможності та конкурентних стратегій досліджувалися в роботах таких фахівців, як М.Г. Долинська, М.І. Книш, Ж.Ж. Ламбен, Н.К. Моїсеева, Р.А. Фатхутдінов, А.Ю. Юданов, Г.Л. Азоев, Ю.И. Коробов, Л.П. Кураков, Л.Г. Раменский та ін. З іншої сторони, необхідно розглянути наукові праці стосовно дослідження і вивчення питань інновацій, інноваційного потенціалу і розвитку таких авторів як: Лапін Є.В., Ілляшенко С.М., Завлін П.М., Верба В.А., Новікова І.В., Соловійов В.П., Федулова Л.І., Федоренко В.Г., Краснокутська Н.В., Гриньов А. В., Смірнова Г.О., Тітова М.М., Мазур Є.П., Смірнов Я.В., Косолапов О.В., Ги-

ренко-Коцуба О.А., Мартюшева Л.С., Калишенко В.О., Митякова О.І.

Метою даної роботи є дослідження та аналіз методичних і практичних підходів до визначення впливу інноваційної складової в управлінні конкурентоспроможністю підприємства.

Основний матеріал

Вивчення літературних джерел, присвячених проблемам конкурентоспроможності, показало, що дослідники виділяють зазвичай три підходи до визначення конкуренції. Перший підхід [1] визначає конкуренцію як критерій, який є основним у визначенні типу галузевого ринку. Цей підхід ґрунтується на сучасній теорії морфології ринку (теорії про структуру ринку). Другий підхід визначає конкуренцію як змагальність на ринку [2]. Такий підхід більш розповсюджений серед вітчизняних науковців. Третій підхід розглядає конкуренцію як елемент ринкового механізму, який дозволяє зрівноважити попит і пропозицію. Цей підхід характерний для класичної економічної теорії [3].

Більш застосовуваним методом оцінювання конкурентоспроможності є другий підхід, оскільки оцінювання конкурентоспроможності передбачає ранжування підприємств за економічними показниками, що є основним проявом змагальності.

Крім того, проблему забезпечення конкурентоспроможності об'єктів неможливо вирішити без детального аналізу механізму дії еконо-

мічних законів, принципів організації, застосування наукових підходів до управління.

Використання загальноновизнаних методичних підходів фундаментального і технічного аналізів відноситься до основних концептуальних підходів оцінювання конкурентоспроможності організації в виробничому підприємстві (рис. 1).

Конкурентну стратегію можна описати трьома принциповими компонентами: швидкість зростання, диференціювання ринку і диференціація продукту. Область формування конкурентної стратегії може бути надана у тривимірному просторі (рис. 2). Вона характеризується трьома параметрами програми безперервного поліпшення конкурентоспроможності. Зазвичай вони розглядаються індивідуально з позицій оцінювання впливу кожного на ефективність конкретної стратегії. Вони складають так зване «ядро» моделі конкурентної стратегії і становлять характерні внутрішні риси організації, необхідні для поліпшення якості. Додаткові три елементи моделюються як три шари в площинах x , y , z і надають області, які потребують розвитку для успішного впровадження процесу безперервного поліпшення на підприємстві. Тривимірне моделювання дозволяє об'єднати ці елементи в єдину взаємопов'язану систему. Коли ці елементи зрівноважені і ефективно діють, формується добре збалансована програма підвищення конкурентоспроможності продукції.



Рис. 1. Основні концептуальні підходи до оцінювання конкурентоспроможності організації в виробничому підприємстві, складено автором за [4]

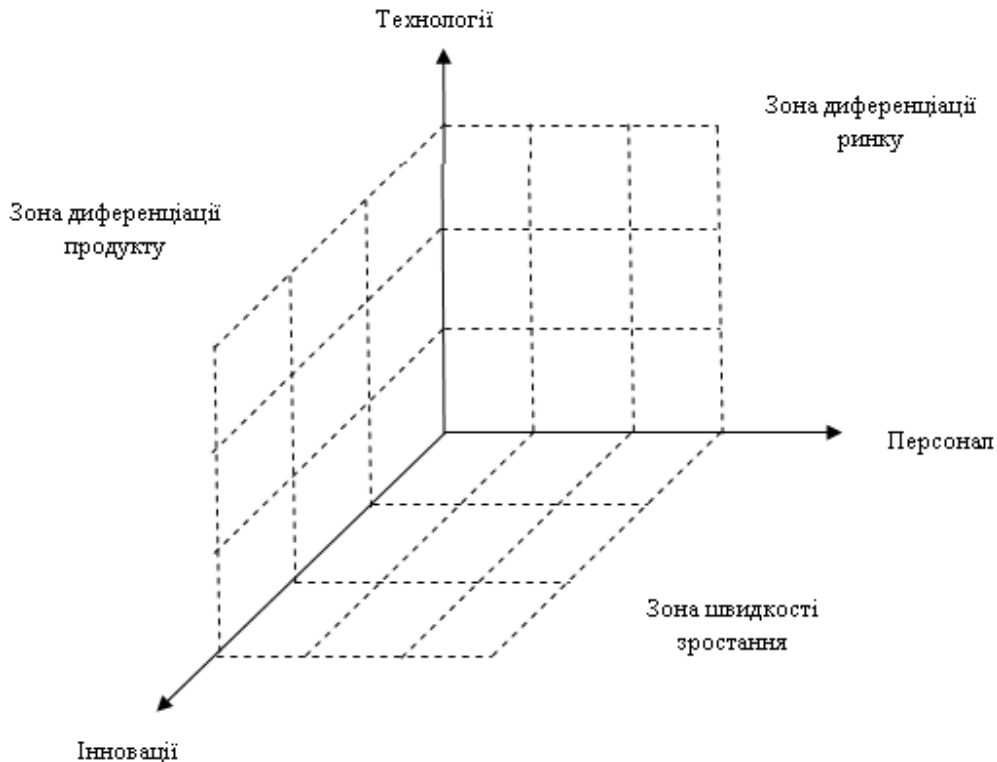


Рис. 2. Тривимірна модель програми підвищення конкурентоспроможності підприємства в сфері виробничого підприємництва, складено автором за [4]

Таким чином, є необхідність розглянути ключові компоненти конкурентної стратегії (технології її забезпечення): швидкість зростання, диференціація ринку, диференціація продукту.

Швидкість зростання буде містити відомості про заходи, які необхідно вжити для забезпечення зростання підприємства.

Диференціація ринку показує, що підприємство буде відрізнятися від конкурентів у очах покупців, а також відносну частку ринку, яку підприємство прагне зайняти.

Диференціація продукту показує відміну товарів і послуг одного підприємства від продукції підприємства-конкурента.

Саме рівновагу трьох компонентів технології забезпечення конкурентної стратегії (швидкості зростання, диференціації ринку, диференціації продукту) визначає характер підприємства в області конкурентоспроможності і є мірою прихильності підприємства до поліпшення якості.

Сферу якості визначають наступні ресурси підприємства: персонал, технології, інновації. Персонал – це найголовніший будівельний ресурс, цінність будь-якого підприємства. Поліпшити діяльність персоналу можна шляхом розвитку виробничих навичок, чіткого визначення ролі кожного співробітника в підприємстві та її процесах, навчання їх основних інструментів загального управління якістю, розвитку особистості кожного співробітника. Технології – це

ресурс в області конкурентоспроможності. Вони сприяють розвитку методів і механізмів виробництва, динаміку їх взаємодії. Важко переоцінити важливість динаміки розвитку технологій, так як більшість успішних програм щодо поліпшення конкурентоспроможності засноване на технологічних розробках в області виробництва. І нарешті, інновації – це життєво важливий ресурс сфери якості, який повинен бути в достатньому мірою розвинений як на рівні окремої особистості, так і на рівні команди.

Таким чином, конкурентоспроможність об'єднує внутрішні елементи, які допомагають визначити характер підприємства і необхідні для вдосконалення конкурентної стратегії, з використанням тих елементів, які повинні «культивуватися» як ресурси з тим, щоб дійсно здійснювати і підтримувати зусилля з їх покращення (використання). Рівну увагу до кожного ресурсу в результаті дасть «добре збалансоване» зусилля з підвищення конкурентоспроможності.

Від впровадження інновацій на підприємстві з точки зору його конкурентоспроможності, можна отримати такі ефекти [5]:

- підвищення конкурентоспроможності товару, що створює конкурентні переваги на найближчу і середньострокову перспективу;
- формування у свідомості споживача нових потреб, що створює конкурентні переваги на віддалену перспективу;

– підвищення ефективності виробництва, яке сприяє трансформуванню конкурентоспроможності товарної маси в конкурентоспроможність підприємства.

Висновок

Роль інновацій полягає в тому, що вони надають можливості сучасним підприємствам-виробникам з використанням інноваційної складової потенціалу підприємства забезпечити технологічне домінування на ринку і перемогу в конкурентній боротьбі за умов правильно сформованої стратегії. Вплив інноваційної складової на конкурентоспроможність підприємства знаходить своє втілення у комплексному поліпшенні показників діяльності підприємства. Успіх в конкуренції, в кінцевому рахунку, залежить від бачення і розуміння вищим керівництвом компаній правильно обраної та реалізованої стратегії на основі сформованих конкурентних переваг.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. *Портер М.* Конкуренция. – М.: Вильямс, 2005. – 305 с.
2. *Фатхутдинов Р.А.* Управление конкурентоспособностью организации. – М.: Маркет-ДС, 2008. – 412 с.
3. *Смит А.* Исследование о природе и причинах богатства народов. – М.: Соцэкгиз, 1962. – 266 с.
4. *Загорная Т.О.* Инновационные ориентиры в управлении конкурентоспособностью предприятия // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2010. – № 2. – С.117-124.
5. *Інноваційна діяльність в аграрній сфері: інституціональний аспект: монографія / Саблук П.Т., Шпикуляк О.Г., Курило Л.І. та ін.* – К.: ННЦ ІАЕ, 2010. – 706 с.

Надійшла до редакції 22.10.17

Рецензент: к.е.н., проф. Колесніков В.П.

УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ С УЧЕТОМ ИННОВАЦИОННОЙ СОСТАВЛЯЮЩЕЙ

Доценко А.Е.

В статье исследованы методические подходы к определению конкурентоспособности предприятия. Выявлено, что наиболее распространенным методом оценки конкурентоспособности является подход на основе сопоставительности на рынке, поскольку оценка конкурентоспособности предполагает ранжирование предприятий по экономическим показателям, а это является основным проявлением сопоставительности. Проанализированы три принципиальных компонента конкурентной стратегии: скорость роста, дифференцирование рынка и дифференциация продукта. Определено, что именно равновесие между этими составляющими определяет характер предприятия в области конкурентоспособности и является мерой приверженности предприятия к улучшению качества. Предложено сферу качества рассматривать как сочетание использования персонала, технологии и инноваций. К тому же, большинство программ по повышению конкурентоспособности основаны на технологических разработках в области производства. Именно поэтому, инновации становятся жизненно важным ресурсом сферы качества. Влияние инновационной составляющей на конкурентоспособность предприятия должно воплощаться в комплексном улучшении показателей деятельности предприятия.

Ключевые слова: конкуренция, управление конкурентоспособностью производственного предприятия, методы оценки конкурентоспособности, конкурентная стратегия, конкурентные преимущества, инновации, инновационная составляющая.

MANAGING THE COMPETITIVENESS OF THE ENTERPRISE TAKING INTO ACCOUNT THE INNOVATIVE COMPONENT

Dotsenko A.E.

In the article methodical approaches to determination of enterprise competitiveness are investigated. It has been determined that the most widely used method for assessing competitiveness is a competitive approach in the market, since the assessment of competitiveness implies a ranking of enterprises by economic indicators, which is the main manifestation of competition. Three principal components of the competitive strategy are analyzed: growth rate, market differentiation and product differentiation. It is found that exactly the balance between these components determines the nature of the enterprise in the field of competitiveness and is a measure of commitment of the enterprise to improve the quality. The proposed sphere of quality is considered as a combination of personnel, technology and innovation. In addition, most of the programs for improving competitiveness are based on technological developments in the field of production. That is why innovations become a vital resource of quality. Influence of the innovative component on the competitiveness of the enterprise should be realized in the complex improvement of the enterprise performance indicators.

Keywords: competition, management of the competitiveness of a production enterprise, methods of evaluation of competitiveness, competitive strategy, competitive advantages, innovations, innovative component.