

Яценко-Андрійшина І.О., Гончаренко І.М., к.е.н., доц.

Київський національний університет технологій та дизайну

ШЛЯХИ І МЕТОДИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. У статті розглянуто чинники, що дозволяють підприємствам сформувавши конкурентні переваги в умовах лібералізації і глобалізації економіки та запропоновано альтернативні заходи із забезпечення їх конкурентоспроможності.

Ключові слова: конкурентоспроможність підприємства; чинники конкурентоспроможності; конкурентні переваги; бізнес-модель; ланцюжок вартості.

Яценко-Андрійшина І.А., Гончаренко І.Н., к.э.н., доц.

Киевский национальный университет технологий и дизайна

ПУТИ И МЕТОДЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Аннотация. В статье рассмотрены факторы, которые позволят предприятиям сформировать конкурентные преимущества в условиях либерализации и глобализации экономики и предложены альтернативные меры по обеспечению их конкурентоспособности.

Ключевые слова: конкурентоспособность предприятия; факторы конкурентоспособности; конкурентные преимущества; бизнес-модель; цепочка стоимости.

Yatsenko-Andriyishina I., Goncharenko I.

Kyiv National University of Technologies and Design

WAYS AND METHODS OF ENSURING COMPETITIVENESS OF ENTERPRISE PRODUCTS

Abstract. The article discusses the factors that will allow enterprises to generate competitive advantages in the context of liberalization and globalization of the economy and proposes alternative measures to ensure their competitiveness.

Keywords: competitiveness of the enterprise; factors of competitiveness; competitive advantages; business model; value chain.

Постановка проблеми. Питання забезпечення конкурентоспроможності бізнес-можливостей в умовах глобалізації національної економіки і є актуальним. Ця проблема можлива і необхідна у вирішенні за допомогою визначення, впровадження та розвитку конкурентних переваг підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Хоча дослідженню конкурентоспроможності підприємства присвячено численні праці багатьох відомих вчених-економістів як із світовим ім'ям – М. Портера, І. Ансоффа, А.А. Томпсона, А.Дж. Стрікланда, А. Вайсмана, Ж.-Ж. Ламбена та інших, так і регіонального рівня: російських – Г. Азоева, О. Градова, Р. Фатхутдинова, А. Юданова та інших; вітчизняних – Ю. Іванова, З. Шершньової, І. Должанського та інших, але на цьому шляху нас чекають певні (методологічного характеру) проблеми. Проблеми, полягають в тому, що конкурентоспроможність підприємства її забезпечення розглядаються переважно стосовно умов стабільної ринкової економіки і не враховують проблем адаптації вітчизняних підприємств до специфічних умов перехідної економіки, яка характеризується високими рівнями динамізму та нестабільності і, насамперед негативними впливами на неї входження (інтеграції) в систему глобальної економіки.

Мета дослідження. Ця стаття і дослідження, яке лежить в її основі, присвячені з'ясуванню та опису альтернативних шляхів і способів забезпечення

конкурентоспроможності підприємств, що стане у нагоді менеджменту підприємств як під час забезпечення поточної прибутковості для забезпечення майбутньої прибутковості своїх підприємств. При цьому ми виходимо із необхідності запропонувати універсальний механізм її забезпечення (як сукупність засобів, форм і заходів) в межах певного інтегрованого (ресурсно-ринкового) підходу, який повинен для кожного конкретного підприємства персоніфікуватися залежно від галузеворинкового сегмента діяльності, специфіки його ланцюжка вартості (ланцюжка вартості формування споживчої вартості продукту бізнесу цього підприємства) та його конкурентної позиції.

Результати дослідження. В даний час цей конкурентний ринок характеризується не дуже велике число конкурентів, які хочуть говорити про посилення конкурентної боротьби, поліпшення конкурентної позиції і більш швидких ліній інноваційних технологій. Конкуренція сильна і тонка, ринок завжди обмежений контролем якості. Конкурентоспроможність є однією із центральних категорій сучасної економічної науки, з якою традиційно пов'язують успішність функціонування суб'єктів конкурентних відносин, ефективність та стабільність розвитку ринкового механізму в цілому. Конкурентоспроможність є однією із центральних категорій сучасної економічної науки, з якою традиційно пов'язують успішність функціонування суб'єктів конкурентних відносин, ефективність та стабільність розвитку ринкового механізму в цілому.

Конкурентоспроможність підприємства найчастіше пов'язують з такими властивостями, як: здатність випускати конкурентоспроможну продукцію, послуги, спроможність до продуктивного та ефективного функціонування, здатність задовольняти потреби споживачів краще, ніж це роблять основні конкуренти.

Для підвищення конкурентоспроможності більш важливим є важливість винагороди, воз'єднання і класифікації посадових осіб і резервів, що слід враховувати з точки зору ціни.

За ступенем залежності від підприємства, весь набір чинників можна поділити на зовнішні та внутрішні.

Вітаються такі зовнішні чинники: інформувати інвесторів в галузь, області, краї; тенденції технічного розвитку; рівні конкуренції; безпеку ресурсів. Внутрішні чинники: одночасно до виробництва нові техніки, прогресивні технології, додаткові економічні стимули; проміжний конкурс за місцем проживання; Формування системи конкурентних навичок персоналу.

Основними чинниками, які визначають конкурентоспроможність є: стратегія, наявність матеріальних, трудових, фінансових ресурсів, інноваційний потенціал, частка ринку, ефективність менеджменту, випуск конкурентоспроможної продукції, послуг. Крім того, конкурентоспроможність підприємства залежить від наявності у ньому певних конкурентних переваг.

Швидкість, ефективність, оригінальність, орієнтація на споживача, якість і продуктивність – це чинники, які можуть привести до зайняття підприємством більш вигідної конкурентної позиції, у тому числі в глобальній економічній системі.

Необхідність постійного дотримання належного рівня фінансової стану як підприємств, так і галузі, зумовлюється об'єктивно наявними для кожного суб'єкта господарювання завданням забезпечення стабільності функціонування та досягнення головних цілей своєї діяльності.

Найчастіше конкурентоспроможність розглядається у двох аспектах: конкурентоспроможність товару тобто ступінь його відповідності на певний момент вимогам цільових груп споживачів або обраного ринку за найважливішими характеристиками: технічними, економічними, екологічними тощо;

конкурентоспроможність фірми – це рівень її компетенції відносно інших фірм-конкурентів у нагромадженні та використанні виробничого потенціалу.

Цих два аспекти тісно зв'язані між собою, оскільки конкурентоспроможні товари – це результат функціонування конкурентоспроможної фірми, здатної їх виготовити і забезпечити необхідний рівень споживання у замовників.

Конкуренція в галузі може бути більше або менше інтенсивна. Це залежить як від наявності кількості фірм у галузі, так і від насиченості ринку, особливості функціонування галузі, місця галузі у економіці.

Для характеристики конкурентів можна використати такі фактори:

- частка ринку, що обслуговується;
- імідж, досвід, наявність добре відомих торгових марок;
- фінансовий стан;
- наявність передової технології та виробничих потужностей;
- наявність висококваліфікованих кадрів;
- вид і рівень реклами та інші.

Однак, просте порівняння факторів не дає змоги врахувати всі аспекти конкуренції в галузі. Як правило, порівняння факторів дає змогу лише констатувати кращий чи гірший рівень діяльності фірми. Проте, найважливішим є розуміння, чому конкуруюча фірма досягла кращих результатів та вжити відповідні заходи на своїй фірмі.

Слід розрізнити параметри та показники конкурентоспроможності.

Параметри конкурентоспроможності – це найчастіше кількісні характеристики властивостей товару, які враховують галузеві особливості оцінки його конкурентоспроможності.

Розрізняють наступні групи параметрів конкурентоспроможності: технічні, економічні, нормативні (різних типів).

Технічні параметри характеризують технічні та фізичні властивості товару, а також функції які виконує товар у процесі його використання.

Економічні параметри визначають рівень витрат та ціни споживання, обслуговування тощо.

Нормативні параметри визначають відповідність товару встановленим нормам, стандартам і вимогам, що обумовлені законодавством та іншими нормативними документами.

Механізм «ціна-якість» дозволить стимулювати дослідження попиту на різні категорії продукції та послуг та проводити аналіз рівня конкуренції, підвищувати якість, знаходити оптимальний баланс між їх ціною і якістю. Все це створює умови для подальшого підвищення ефективності роботи і зростання конкурентоспроможності національної економіки в цілому.

Висновки та пропозиції. Конкурентоспроможність фіксує наявність конкурентних переваг у підприємства в певному галузевому-ринковому сегменті, без яких вона є неможливою. Конкурентоспроможність відображає здатність підприємства створювати свої конкурентні переваги та адаптуватися до змін динамічного конкурентного середовища і, на цій основі, досягати кращих бізнес-результатів, ніж його конкуренти. Від конкурентоспроможності у підсумку залежить ефективність діяльності підприємства.

Конкурентоспроможність підприємства обумовлюється (визначається) різними чинниками, які проявляються в конкурентних перевагах. Однак, сучасне підприємство може досягнути стійкого конкурентного успіху в бізнесі лише на основі обмеженого переліку ключових чинників компетентності, які повинні бути покладені в основу його

стратегій забезпечення конкурентоспроможності та розвитку як чинники успіху в галузі, якими повинно володіти підприємство.

Відтак, в основі механізму забезпечення конкурентоспроможності підприємства лежать засоби і заходи перетворення його конкурентних ресурсів та ключових компетенцій, які мають статус ключових чинників успіху підприємства в конкретному галузеворинковому сегменті, в конкурентні переваги над конкурентами його групи в певному конкретному галузево-ринковому сегменті їх діяльності (глобальному або сфокусованому). Ця система узгоджених (різноманітних, персоніфікованих, залежно від особливостей галузі, умов конкуренції, типу підприємства, його мети та стратегії, конкретної ситуації) заходів у підсумку спрямовується або на мінімізацію витрат, або на диференціацію, або на оптимізацію витрат, або на створення інноваційної цінності як в кожній ланці його ланцюжка вартості (тобто кожній ланці його бізнес-моделі) зокрема, так і в діяльності (бізнесі) підприємства загалом, оскільки конкурентоспроможність підприємства може бути досягнута лише на основі зазначених універсальних засад (тобто забезпечена вказаними універсальними способами чи стратегіями).

До важливих і ефективних шляхів цілеспрямованого підвищення якості продукції, її конкурентоспроможності на світовому і національному ринках небезпідставно відносять поліпшення стандартизації як головного інструменту фіксації і забезпечення заданого рівня якості. Адже саме стандарти і технічні умови відображають сучасні вимоги споживачів щодо технічного рівня та інших якісних характеристик виробів, тенденції розвитку науки і техніки.

Список використаної літератури

1. Должанський І. З. Конкурентоспроможність підприємства: навчальний посібник / І. З. Должанський, Т. О. Загорна. – К. : Центр навчальної літератури, 2006.
2. Коваленко В. О. Розробка заходів з підвищення конкурентоспроможності підприємства в сучасних умовах / В. О. Коваленко // Економіка підприємства. – 2013. – № 2. – С. 15–18.
3. Кошелупов І. Ф. Програми підвищення конкурентоспроможності організацій / І. Ф. Кошелупов // Вісник соціально-економічних досліджень. – 2012. – Вип. 1 (44). – С. 219–225.
4. Клименко С. М. Управління конкурентоспроможністю підприємства: навчальний посібник / С. М. Клименко, О. С. Дуброва, Д. О. Барабась та ін. – К.: КНЕУ, 2008. – 520 с.
5. Фатхутдинов Р. А. Стратегическая конкурентоспособность / Р. А. Фатхутдинов – М.: Экономика-М., 2005.