

## ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТА ТЕРИТОРІЇ

Донецький національний університет імені Василя Стуса

***Анотація.** У статті висвітлено основні аспекти розвитку конкурентоспроможності підприємства і території та визначено стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства, їх аналіз та перспективи розвитку.*

**Ключові слова:** конкурентоспроможність; підприємство; територія; стратегія.

### WAYS TO INCREASE THE COMPETITIVENESS OF THE ENTERPRISE AND THE TERRITORY

***Abstract.** The article highlights the main aspects of the development of the competitiveness of the enterprise and the territory and identifies strategies to increase the competitiveness of the enterprise, their analysis and prospects for development.*

**Key words:** competitiveness; enterprise; territory; strategy.

Одне з основних питань розвитку підприємств та країни в цілому нероздільно пов'язане з ефективністю виробництва, забезпеченням випуску необхідної кількості сучасних виробів, поліпшення якості, досягнення конкурентоспроможності продукту на світовому ринку. Конкурентна боротьба, як направляюча умова, стимулює до вдосконалення своєї роботи, що забезпечує успіх на ринку, а також зміцнити свої позиції у боротьбі за прихильність покупців.

Незважаючи на значну кількість та різноплановість напрацювань названих дослідників і сучасних наукових розробок, слід зазначити, що окремі аспекти досліджуваної проблеми потребують подальших досліджень.

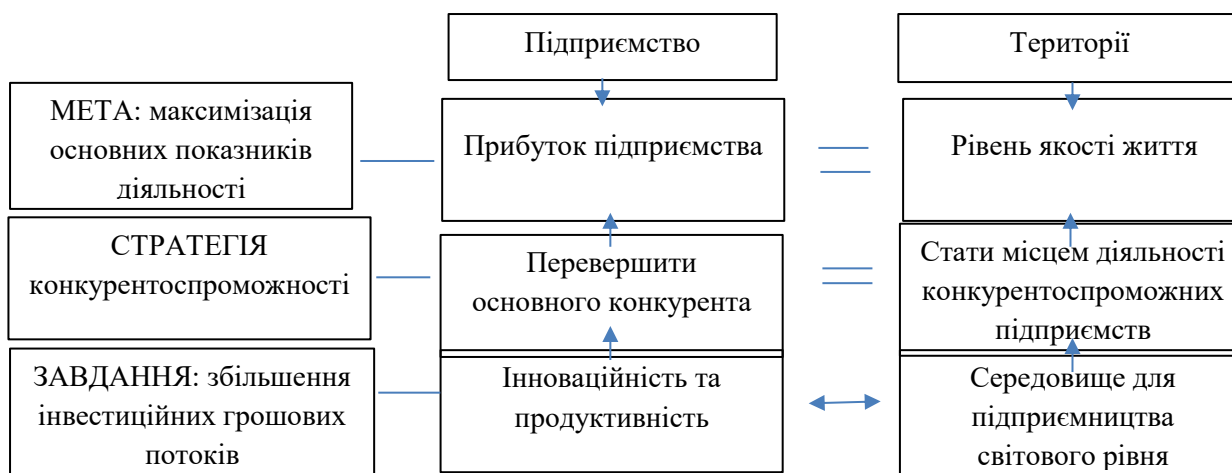
Конкурентоспроможність вважається однією з основних категорій нинішньої ринкової економіки. Головними характеристиками конкурентоспроможності є : вміння результативно працювати на внутрішніх та зовнішньому ринках, вміння продукції складати конкуренцію на ринку з подібною, результативне застосування технологій, ресурсів, способів управління, здібностей, також знань персоналу.

Конкурентоспроможність території - це вміння місцевої економіки (компаній, що знаходяться в місцевості), за однакових обставин для всіх учасників ринку, здійснювати виробництво продукції або обслуговування, які продаються на міжнародних ринках шляхом підвищення персонального та загального заробітку спільноти, формування інтересу з метою регіонального бізнесу, залучення зовнішніх вкладень у територію, залучення для розміщення та діяльності людей на даній місцевості.

Територіальний спільнота та підприємництво мають єдине завдання розвитку - підвищення прибутку, що досягається за допомогою стратегії підвищення конкурентоспроможності також залучення інноваційних високопродуктивних вкладень, які гарантують високий ступінь доданої вартості (рис.1).

Чим більше високоприбуткових підприємств з високою продуктивністю праці та високою доданою вартістю працює на території громади, тим вищою є якість життя громадян. Громада з диверсифікованою економікою позбавляється монофункціональної залежності від одного підприємства і має більші шанси на стабільність розвитку. Наявність великих, особливо стратегічних підприємств транснаціональних компаній сприяє розвитку малих та середніх бізнесів, які їх обслуговують чи виконують посередницьку або підрядну роботу. Тому громади конкурують за залучення інвестицій хоча би кількох великих стратегічних підприємств багатонаціональних корпорацій у свою територію. Вони намагаються створити такі умови на своїй території, щоб стати

привабливими, комфортними для праці та проживання, прозорими, відкритими і доступними для того бізнесу, який хочуть бачити у себе [1].



**Рис. 1. Взаємозалежність конкурентоспроможності підприємства та території**

Підвищення конкурентоспроможності необхідно аналізувати як довготривалий поступовий процес пошуку та здійснення адміністративних рішень в абсолютно всіх областях роботи, який виконується систематично, відповідно до обраної стратегії.

При вирішенні проблеми підвищення конкурентоспроможності, перед підприємством, як і перед територією, постають деякі завдання. По-перше, необхідно визначити критерії конкурентоспроможності та сформуванню систему показників її вимірювання. По-друге, розробити методи оцінки рівня конкурентоспроможності. І нарешті, розробити методи формування алгоритмів підвищення конкурентоспроможності [2].

Узагальнений алгоритм оцінки конкурентоспроможності підприємства може мати вигляд: аналіз показників, що визначають конкурентоспроможність підприємства; аналіз внутрішнього та зовнішнього (конкурентного) середовища; формалізація методів оцінки конкурентоспроможності підприємства; виокремлення ознак і встановлення обмежень за ними; проведення оцінки конкурентоспроможності підприємства; розробка стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства [3].

На сьогоднішній день є 6 ключових груп стратегій збільшення конкурентоспроможності компанії: стратегія лідерства за рахунок економії на витратах, стратегії індивідуалізації, стратегія ринкової ніші, стратегія фокусування, стратегія найкращої вартості, стратегія інновації товару. Більше в цілому застосовується поєднання стратегій, призводять до комбінування стратегічних прийомів. Ці стратегії можуть бути орієнтиром для майбутньої роботи компанії у залежності від ступеня його конкурентоспроможності. Підприємству слід підібрати пріоритети, також створити належну стратегію у погодженні з особистих здібностей та тенденцій розвитку ринкової сфери.

У загальному головні місії планування орієнтовані на те, щоб насамперед: сформуванню високоякісні трудові місця для місцевих жителів; гарантувати фінансову стабільність на конкретній території; виробити диверсифіковану фінансову базу.

З метою здійснення цих завдань плани дій зобов'язані бути орієнтовані на розвиток економіки, також збільшення конкурентоспроможності територіальної громади і мають включати інструменти - події, проекти та плани, які направлені на залучення вкладень, підтримки підприємництва, відкриття новітнього бізнесу, утримання існуючих компаній, формування місцевих ринків, формування міжмуніципального партнерства, формування державно-приватних партнерств, реалізації менеджменту місцевості, формування концепції комунікації.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Васильченко Г. Планування розвитку територіальних громад. Навчальний посібник для посадових осіб місцевого самоврядування / Г. Васильченко, І. Парасюк. – К. : ВІ ЕН ЕЙ, 2015. – 256 с.

2. Космина О. М. Конкурентоспроможність і конкурентні переваги підприємства в сучасних ринкових умовах / О. М. Космина. // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). – 2013. – №1. – С. 125–131.

3. Шарко В. В. Конкурентоспроможність підприємства: методи оцінки, стратегії підвищення / Віталій Вікторович Шарко. // Науковий вісник Мукачівського державного університету. – 2015. – №2. – С. 120–126.

**Болгов Владислав Євгенович**, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедр підприємництва, корпоративної та просторової економіки Донецький національний університет імені Василя Стуса, Вінниця, e-mail: [v.bolgov@donnu.edu.ua](mailto:v.bolgov@donnu.edu.ua)

**Бойко Іванна Сергіївна**, студент 1-го курсу ОП магістр, спеціальність 051, Донецький національний університет імені Василя Стуса, Вінниця, e-mail: [boiko-i@donnu.edu.ua](mailto:boiko-i@donnu.edu.ua)

**Bolgov Vladislav Evgenovich**, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Departments of Administration, Corporate and Spacious Economics Donetsk National University named after Vasyl Stus, Vinnytsia, e-mail: [v.bolgov@donnu.edu.ua](mailto:v.bolgov@donnu.edu.ua)

**Boiko Ivanna Sergiyivna**, 1st year student of OP Master, specialty 051, Donetsk National University named after Vasyl Stus, Vinnytsya, e-mail: [boiko-i@donnu.edu.ua](mailto:boiko-i@donnu.edu.ua)