

УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Розглянуто теоретичні та практичні питання управління конкурентоспроможністю на підприємствах та розроблено рекомендації з підвищення її ефективності.

Ключові слова: конкурентоспроможність підприємства, конкурентоспроможність продукції, ефективність, управління конкурентоспроможністю, конкурентні переваги, євроінтеграція.

Abstract

Theoretical and practical issues of enterprise competitiveness management are considered and recommendations are given to improve its efficiency.

Keywords: enterprise competitiveness, product competitiveness, efficiency, competitiveness management, competitive advantages, European integration.

Вступ

Сучасний стан економіки України потребує вирішення багатьох кардинальних проблем. Ефективне входження країни до міжнародної системи господарювання потребує термінового розв'язання низки економічних задач та суперечностей. Серед багатьох проблем, які постали перед господарським механізмом України в умовах всебічної міжнародної інтеграції, в першу чергу, потребує увагу питання набуття українськими підприємствами конкурентоспроможності на всіх світових ринках.

Управління конкурентоспроможністю на рівні підприємства – це сукупність заходів по систематичному вдосконаленню виробу, пошуку нових каналів його збуту та поліпшення після продажного сервісу. Управління конкурентоспроможністю підприємства ототожнюється з системою знань про принципи, методи та технологію формування конкурентних переваг і забезпечення на їх основі життєздатності підприємства як суб'єкта економічної діяльності [1].

Метою роботи є обґрунтування теоретичних та практичних засад конкурентоспроможності підприємства та розробка рекомендацій з підвищення ефективності конкурентоспроможності підприємства.

Результати дослідження

В роботі було досліджено поняття «конкурентоспроможність», проаналізовано сутність та структуру поняття. Погоджено з думкою А. Воронкова та відмічено, що конкурентоспроможність підприємства становить узагальнюючий підсумковий показник його стійкої роботи, який вбирає в себе результати діяльності самих різних виробничих, допоміжних і управлінських підрозділів, підсистем і залучених ресурсів.

Конкурентне середовище — це результат і умови взаємодії великої кількості суб'єктів ринку, що визначає відповідний рівень економічного суперництва і можливість впливу окремих економічних агентів на загально ринкову ситуацію.

Було досліджено поняття конкурентного середовища. Важливим є те, що конкурентне середовище утворюється не лише і не стільки власне суб'єктами ринку, взаємодія яких викликає суперництво, але в першу чергу - відносинами між ними. Діагностика конкурентного середовища – невід'ємна частина дослідження конкурентоспроможності. Цей етап забезпечує системність роботи, дозволяє зібрати і систематизувати інформацію про основні характеристики галузі й окремих підприємств, що в ній діють, визначити результати конкуренції товарів різних виробників. Модель п'яти сил конкуренції М. Портера є найбільш розповсюдженим, потужним інструментом для систематичної діагностики основних конкурентних сил, що впливають на ринок, оцінки ступеня впливу кожної з них та визначення характеру конкурентної боротьби на даному ринку.

Проаналізовано аналітичну модель п'яти сил М. Портера. Визначено, що матриця дозволяє визначати природу й інтенсивність конкуренції в галузі. Ця матриця є універсальною – вона побудована з урахуванням спільних рис усіх ринків, тому широко застосовується в дослідженнях, найчастіше – саме для аналізу конкуренції.

До матриці входять п'ять конкурентних сил:

- 1) загроза появи нових конкурентів;
- 2) загроза появи товарів чи послуг-замінників;
- 3) здатність постачальників торгуватися (чи диктують вони свої умови);
- 4) здатність покупців торгуватися (чи диктують вони свої умови);
- 5) суперництво уже наявних конкурентів між собою.

Визначено, що методологічною основою управління конкурентоспроможністю підприємства є концептуальні положення сучасної економічної та управлінської теорії, зокрема - ключові положення теорії ринку, теорії конкуренції та конкурентних переваг, концепції стратегічного управління, сучасної управлінської парадигми, а також базові принципи та прикладні інструменти, напрацьовані в рамках сучасних управлінських підходів, зокрема – процесного, системного, ситуаційного [2].

Визначено, що основною метою досягнення конкурентних переваг підприємства є максимальне забезпечення сполучення інтересів підприємства і споживачів. Іншими словами, з'ясували, що виробничий процес на підприємстві повинен бути вибудований таким чином, щоб забезпечити максимальне надання цінності для споживача з мінімально можливими витратами.

Можливість відтворення конкурентами ключової компетенції веде до її знецінення. Конкурентні переваги підприємства за джерелами їх виникнення можна поділити на внутрішні і зовнішні. Внутрішні — це характеристики внутрішніх аспектів діяльності підприємства (рівень затрат, продуктивність праці, організація процесів, система менеджменту тощо), які перевищують аналогічні характеристики пріоритетних конкурентів. Зовнішні конкурентні переваги - це ті, які базуються на спроможності підприємства створити більш значимі цінності для споживачів його продукції, що створює можливості більш повного задоволення їхніх потреб, зменшення витрат чи підвищення ефективності їх діяльності [3].

Висновки

Без суттєвого покращення організації виробництва товарів підприємства та управління конкурентоспроможністю підприємства складно буде зберегти та розвивати свої конкурентні позиції на ринку в умовах євроінтеграції. В роботі запропоновано шляхи та методи покращення управління конкурентоспроможністю підприємства в умовах євроінтеграції.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Нікіфорова Л. О., Шиян А. А. Теоретико-ігрове моделювання вибору стратегії ВНЗ в умовах реформування вищої школи України [Електронний ресурс] / Л. О. Нікіфорова, А. А. Шиян // Східна Європа: економіка, бізнес та управління. – 2017. – № 3 (08). – Режим доступу до ресурсу: <http://www.easterneurope-ebm.in.ua/8-2017-ukr>.
2. Козловський, В. О. Бізнес-планування : навчальний посібник /В. О. Козловський, О. Й. Лесько.– Видання 2-ге, доповн. та переробл. – Вінниця : УНІВЕРСУМ-Вінниця, 2008, – 211 с.
3. Козловський В.О. Основи зовнішньоекономічної діяльності :навчальний посібник. У 2-х частинах. Частина II. / Козловський. В.О. – Вінниця, ВНТУ, 2017. – 103 с.

Нікіфорова Лілія Олександрівна – к.е.н., доцент, секретар Вченої ради та Методичної комісії факультету Менеджменту та інформаційної безпеки Вінницького національного технічного університету, м. Вінниця; e-mail: brasic@ukr.net.

Полярush Ольга Володимирівна – студентка 2-го курсу магістратури групи МПОУ-18мі факультету менеджменту та інформаційної безпеки Вінницького національного технічного університету, м. Вінниця.

Nikiforova Lilia Alexandrovna - Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Secretary of the Academic Council and Methodological Commission of the Faculty of Management and Information Security of Vinnitsa National Technical University, Vinnitsa; e-mail: brasic@ukr.net.

Polarush Olga - student of the 2nd year of master's degree of the group of MPOU-18 of the Faculty of Management and Information Security of Vinnitsa National Technical University, Vinnitsa.