

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, а 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 євроінтеграції, в першу чергу, потребує увагу питання набуття українськими підприємствами конкурентоспроможності як на макrorівні (світовий ринок), так і на мікрорівні (на рівні підприємства).

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

Було досліджено поняття «конкурентоспроможність», проаналізовано його сутність та структуру. За результатами дослідження 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.

Було досліджено поняття конкурентного середовища, та виділено, що дане поняття — це результат і умови взаємодії великої кількості суб'єктів ринку, який визначає відповідний рівень економічного суперництва і можливість впливу окремих економічних агентів на загально ринкову ситуацію. Важливим є те, що конкурентне середовище утворюється не лише і не стільки власне суб'єктами ринку, взаємодія яких викликає суперництво, а, в першу чергу, відносинами між ними. Діагностика конкурентного середовища є невід'ємною частиною 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.

Не можливо не відмітити, що 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 [2]. За результатами проведеного аналізування даної моделі

було визначено, що матриця не лише дозволяє визначати природу й інтенсивність конкуренції в галузі, а і є універсальним інструментом, який враховує спільні риси усіх існуючих ринків, і саме тому найбільш широко застосовується в економічних дослідженнях, і, найчастіше, для аналізу конкуренції. Основними конкурентними силами, на яких побудована матриця є:

- 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.

Також, на основі проведеного дослідження було 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 [3].

Встановлено, що основною метою досягнення конкурентних переваг підприємства є максимальне забезпечення сполучення інтересів підприємства і споживачів. Також, було акцентовано увагу на тому, що виробничий процес на підприємстві повинен бути побудований таким чином, щоб забезпечити максимальне надання цінності для споживача з мінімально можливими витратами.

Зауважено, що можливість відтворення конкурентами ключової компетенції веде до її знецінення., особливо якщо це стосується зовнішніх конкурентних переваг, які базуються на спроможності підприємства створити більш значимі цінності для споживачів його продукції, що створює можливість більш повного задоволення їхніх потреб, зменшення витрат чи підвищення ефективності їх діяльності [4]. Також важливого значення набувають і внутрішні конкурентні переваги, які характеризують внутрішні аспекти діяльності підприємства, такі як рівень затрат, продуктивність праці, організація процесів, система менеджменту тощо, і, які повинні перевищувати аналогічні характеристики пріоритетних конкурентів на обраному сегменті ринку.

Висновки

Отже, в роботі запропоновано шляхи та методи покращення управління конкурентоспроможністю підприємства в умовах євроінтеграції та відмічено, що без постійного покращення організації виробництва на будь-якому підприємстві, який повинен будуватися таким чином, щоб забезпечити максимальне надання цінності для споживача з мінімально можливими витратами та без ефективного управління конкурентоспроможністю підприємства задачі збереження та розвитку власних конкурентних переваг на ринку будуть недосяжними, особливо в умовах євроінтеграції нашої країни.

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. Michael E. Porter. «The Five Competitive Forces that Shape Strategy», Harvard Business Review, January, 2008, p.86.
3. 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.
4. 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 кафедри економіки підприємства та виробничого менеджменту Вінницького національного технічного університету, м. Вінниця, e-mail: brasik@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 Liliya Oleksandrivna – Ph.D. (Econ.), Associate Professor, Associate Professor of Business Economics and Production Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsa.

Polyarush 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.