

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Розглянуто теоретичні та практичні питання встановлення та управління конкурентоспроможністю сучасного підприємства а також досліджено основні фактори, що на неї впливають.

Ключові слова: конкурентоспроможність підприємства, конкурентоспроможність продукції, якість продукції, конкурентні переваги.

Abstract

Theoretical and practical issues of establishing and managing the competitiveness of a modern enterprise are considered, and the main factors influencing it are also investigated.

Key words: competitiveness of the enterprise, competitiveness of products, product quality, competitive advantages.

Вступ

Сучасний етап розвитку світової економіки характеризується поглибленням глобалізаційних процесів, високими темпами науково-технічного прогресу, непрогнозованим впливом штучного інтелекту на економічні та інші процеси тощо. У світі відбувається поява нових типів конкурентних відносин, які формуються у сучасному інноваційно-конкурентному середовищі. Тому не випадково, дослідження питань, пов'язаних із забезпеченням конкурентоспроможності сучасного підприємства в умовах жорсткої і постійної конкуренції стає все більше актуальним.

Результати дослідження

Зокрема встановлено, що конкурентоспроможність підприємства – це його здатність в конкретних умовах і в конкретний період часу розробляти, виробляти і збувати конкурентоспроможну продукцію; успішно протидіяти конкурентам; швидко відновлювати свою конкурентоспроможність після впливу на діяльність підприємства певних негативних факторів; ефективно функціонувати у нестабільному зовнішньому середовищі тощо. Причому конкурентоспроможність підприємства є *порівняльною характеристикою* діяльності підприємства, оскільки її можна встановити тільки відносно до результатів діяльності інших підприємств.

Сьогодні конкурентоспроможність підприємства пов'язана з дією багатьох факторів, серед яких можна виділити такі три основні, як якість продукції, конкурентоспроможність продукції та вплив на діяльність підприємства наявного співвідношення конкурентних сил [1], [2].

На перше місце, на наш погляд, доцільно поставити високу якість продукції, що її має випускати підприємство. Тому кожне підприємство має створити у себе таку систему забезпечення високої якості продукції, яка би базувалася на низці відомих положень, а саме: якість визнається основною стратегічною метою підприємства, на забезпечення якої повинні виділятися відповідні кошти; якість продукції повинна постійно підвищуватись; заходи з підвищення якості продукції повинні охоплювати всі підрозділи та всіх працюючих; зростання уваги до якості науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт; постійна увага підвищенню кваліфікації персоналу та його мотивації в питаннях забезпечення високої якості продукції та ін.

Якщо якість продукції – це певні властивості продукції, то конкурентоспроможність продукції – це сукупність характеристик (або показників) продукції, що роблять її *відмінною порівняно з продукцією конкурентів*. Тобто, конкурентоспроможність продукції – це її здатність вигідно *відрізнитися від продукції аналогів-конкурентів* насамперед за такими факторами, як ціна продукції, якість продукції, канали збуту продукції, система маркетингу підприємства, кваліфікація кадрового потенціалу підприємства тощо.

Так, *рівень* ціни передбачає застосування більш низьких цін порівняно з конкурентами або певної системи знижок, прийнятних для споживачів. *Якість* продукції підкреслює її унікальність, гарантії обслуговування, зручність у використанні. *Канали збуту* продукції характеризують зручність тра-

нспортування, складування та реалізації продукції, тощо. Система маркетингу відображає дієвість реклами, прогресивність систем просування товару на ринок тощо. Кваліфікація кадрового потенціалу підприємства характеризує ефективність управління підприємством, своєчасність прийняття необхідних управлінських рішень тощо. Тобто, можна стверджувати, що конкурентоспроможність продукції пов'язана з дією багатьох факторів, серед яких можна виділити два основних – рівень ціни та якість продукції. Тобто можлива така ситуація, коли *продукція підприємства має високу якість, але не є конкурентоспроможною*.

Це одним із основних факторів, що впливають на конкурентоспроможність підприємства, є вплив на діяльність підприємства співвідношення певних конкурентних сил. Дослідник цього питання Майкл Портер виділив 5 основних видів конкурентних сил: а) ринкова влада постачальників; б) вторгнення на ринок нових підприємств; в) поява товарів-замінників; г) загострення конкурентної боротьби всередині ринку; д) ринкова влада покупців. «Золоте правило» теорії конкуренції Майкла Портера: чим слабкішим є вплив співвідношення конкурентних сил, тим більше можливостей у підприємства для забезпечення своєї високої конкурентоспроможності.

Тому на підприємстві, яке планує залишитися і успішно функціонувати на сучасному конкурентному ринку, має бути створено певну систему управління підвищенням своєї конкурентоспроможності. Для створення цієї системи потрібно розв'язати низку питань, які мають постійно перебувати у центрі уваги керівників підприємства. Серед них: обґрунтування, вибір та реалізація ефективної конкурентної стратегії підприємства, формування та розвиток конкурентних переваг підприємства; обґрунтування та обрання дієвої конкурентної поведінки підприємства на обраному ринку [3], [4].

Проаналізувавши діяльність одного із ведучих підприємств м. Вінниці, нами було запропоновано обрати для цього підприємства активну конкурентну стратегію, яка складалася з таких стратегічних альтернатив: сфокусованої стратегії низьких цін; патієнтної стратегії; стратегії наступу та стратегії фокусування уваги на попиті.

Висновки

Сьогодні світова економіка перебуває на шостому, глобалізаційно-інформаційному етапі свого розвитку, що висуває перед підприємствами якісно нові і складні завдання щодо формування своєї конкурентоспроможності та її ефективного використання. Без суттєвого покращення управління своєю конкурентоспроможністю вітчизняним підприємствам буде складно успішно конкурувати на світових ринках з продукцією закордонних фірм і зберігати свої конкурентні.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Бугріменко Р.М., Смірнова П.В. Конкурентоспроможність підприємства : навч. посіб. / Р. М. Бугріменко, П. В. Смірнова, 2021. 244 с.
2. Конкурентоспроможність підприємства: навчальний посібник /Л.А. Дмитрієв, І.М. Кирчата, О.М. Шершенюк. Х.: ФОП Бровін О.В., 2020. 340 с.
3. Ткаченко А.М., Колесник Е.О. Методи оцінки конкурентоспроможності підприємства. Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. 2019. № 4 (95). С. 14-21. URL: Режим доступу [<http://journal.puet.edu.ua/index.php/nven/article/viewFile/1583/1417>]. Дата звернення 20 травня 2025 р.
4. Натрошвілі С., Мельник А., Новіков Д. Класифікація методів оцінки конкурентоспроможності підприємства. Київський національний університет технологій та дизайну. URL: Режим доступу [https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/14452/1/PIONBUG_20191004_P073-074.pdf]. Дата звернення 20 травня 2025 р.

Козловський Володимир Олександрович – к.е.н., доцент, професор кафедри економіки підприємства та виробничого менеджменту Вінницького національного технічного університету, м. Вінниця; e-mail: V@Vin.UA або Kozlovskiy.vk.vntu.edu.ua.

Дуднік Єлизавета Валеріївна – здобувачка бакалаврського рівня вищої освіти, 4-го курсу, групи МВКД-21б факультету менеджменту та інформаційної безпеки Вінницького національного технічного університету, м. Вінниця; e-mail lizadudnik909@gmail.com

Kozlovskiy Volodymyr Oleksandrovych – Doctor of Economics, Associate Professor, Professor of the Department of Enterprise Economics and Production Management, Vinnitsa National Technical University, Vinnytsya; e-mail: V@Vin.UA or Kozlovskiy.vk.vntu.edu.ua

Dudnik Yelyzaveta – bachelor's degree student, 4th year, group MVKD-21b, Faculty of Management and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia; ; e-mail lizadudnik909@gmail.com