

УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСТІЙКІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

На сучасному етапі економічного розвитку України проблема підвищення конкурентоспроможності підприємств набуває все більшої актуальності. Для виживання та досягнення домінуючих позицій лідера на ринку підприємству необхідно вдосконалювати управління конкурентоспроможністю підприємства, активно нарощувати конкурентні переваги, постійно досліджувати і аналізувати як внутрішнє, так і зовнішнє середовище підприємства, бути гнучким і швидко реагувати на всі зміни.

Поняття конкурентоспроможності досить багатогранне, оскільки може оцінювати конкурентоспроможність економіки країни, регіону, галузі, підприємства та його продукції. Тобто дане поняття варто розглядати окремо як на макро-, так і на мікро- рівні.

На рівні підприємства або на мікроекономічному рівні існує досить чітке і прямолінійне розуміння поняття «конкурентоспроможність», яке окреслюється здатністю підприємства конкурувати на ринку, зростати і бути прибутковим. Завдання на цьому рівні конкурентоспроможності полягає у здатності підприємства постійно виробляти прибуткову продукцію, що відповідала б вимогам відкритого ринку з точки зору ціни і якості. Підприємство повинно відповідати цим вимогам, якщо воно хоче залишатися в бізнесі. І чим більш конкурентоспроможний суб'єкт господарювання по відношенню до своїх конкурентів, тим більше буде його здатність завоювати певну частку ринку. І навпаки, якщо частка ринку неконкурентоспроможних підприємств буде скорочуватися, що в кінцевому рахунку призведе до їх виходу з бізнесу [1, с.12].

Конкурентна перевага – цінність, якою володіє підприємство і дає йому перевагу перед конкурентами. Конкурентна перевага забезпечується наступними чинниками:

- матеріальними або віртуальними;
- зовнішніми і внутрішніми;
- базисними або другорядними;
- направленими на підвищення якості об'єкту по стадіях його життєвого циклу, а саме: ресурсозбереження, зниження матеріаломісткості, трудомісткості, енергоємності;
- стратегічними або тактичними;
- технічними, економічними, організаційними, психологічними, природно-кліматичними;
- спадковими або штучними (придбаними).

Виробництво і реалізація конкурентоздатних товарів і послуг -

узагальнюючий показник життєстійкості підприємства, його уміння ефективно використовувати фінансовий, виробничий і трудовий потенціали [2, с.118].

Потенціал підприємства визначає його конкурентний статус, який повинен забезпечувати стійку виробничо-господарську діяльність у вибраному сегменті ринку, тобто – конкурентостійкість підприємства як у сфері виробництва, так і у сфері торгівлі.

Підприємство і продукція, що випускається ним, знаходяться в діалектичній єдності, одне без іншого існувати не може, тому поняття «конкурентоспроможність» розділене на характеристику, що відноситься окремо до продукції, – «конкурентоспроможність товару», і окремо, до підприємства – «конкурентостійкість підприємства».

Для досягнення конкурентостійкості підприємства важливим є дотримання алгоритму дій з вибору зони господарювання, сектору, ніші ринку залежно від привабливості виробника і споживача.

Кінцевою метою системи забезпечення стійкого розвитку економіки України є турбота про підвищення рівня добробуту населення, оскільки чинники виробництва (природні, матеріальні, трудові, фінансові ресурси) служать основою конкурентних переваг в стратегічному, маркетинговому та інноваційному менеджменті.

Забезпечення конкурентоспроможності українських товарів і конкурентостійкості підприємства – це впровадження в практику різних видів маркетингу і менеджменту, ринкових стосунків, що базуються на економічних законах, наукових підходах, принципах і методах управління, що є первинним завданням підйому національної економіки держави. Низький рівень конкурентоспроможності продукції і конкурентостійкості підприємств у нашій країні залежить від ряду причин, які варто систематизувати.

Перша причина відсутності системи забезпечення конкурентоспроможності товарів і конкурентостійкості підприємства пов'язана з багатоаспектністю проблеми. Її досліджують фахівці з маркетингу, управління якістю, товарознавства, менеджменту, макро- і мікроекономіки. Накопичений науковий і прикладний матеріал у цій області вимагає систематизації. Слідє висновок, що підприємства необхідно забезпечити методикою комплексної оцінки конкурентоспроможності продукції і конкурентостійкості підприємства.

Друга причина полягає в тому, що державними освітніми стандартами не було передбачено вивчення в учбових закладах дисципліни, присвяченій оцінці конкурентоспроможності товарів і послуг, забезпеченню конкурентостійкості підприємства [3, с.57-59].

В Україні проблема стійкого розвитку економіки країни стоїть гостриш, ніж в зарубіжних країнах. Проте яких-небудь спеціальних заходів принципового характеру по підвищенню конкурентоспроможності вітчизняної економіки все ще не прийнято, тим часом державні органи України та безпосередньо її господарюючі суб'єкти мають в своєму розпорядженні певні можливості для вирішення цієї проблеми.

Оскільки конкурентостійкість визначається як конкурентоспроможність, розподілена в часі, дуже важливо в метод

оцінки, що розробляється, внести облік чинника часу.

Враховуючи суть терміну «стійкість» і те, що конкурентостійкість – інтегратор конкурентоспроможності в часі, сформулюємо наступне визначення конкурентостійкості підприємства: конкурентостійкість – це зумовлена рівнем внутрішньої організаційної взаємодії здатність виробничо-економічної системи забезпечувати конкурентні переваги підприємства на ринку протягом тривалого часу. При цьому мається на увазі стійкість другого роду, коли об'єкт при різних збурюючих діях повертається в рівноважний стан, але вже на більш високому рівні [4, с.6].

Таким чином, основою конкурентостійкості підприємства на ринку чи його сегменті є його конкурентноспроможна продукція чи послуги в основі яких закладена їх якість і ціна, що задовольняє потреби споживачів.

Література

- 1. Замроз М. Економічна сутність конкурентоспроможності і основні аспекти її забезпечення / М. Замроз, В. Яцура // Економічний аналіз. – 2011. – Випуск 8. С.150 – 153.*
- 2. Мельник С.І. Основні напрямки формування конкурентних переваг аграрних підприємств України в ринкових умовах: Монографія / С.І. Мельник.-Луганськ: Вид-во «Ноулідж», 2010. – 368 с.*
- 3. Фионин В.И. Экономический механизм конкурентоустойчивости предпринимательства: Учеб. пособие в 6-ти ч. / В.И. Фионин, В.В. Морозов. - Самара : СамГТУ, 2000. - 79 с.*
- 4. Цигилик І. І. Внутрішній економічний механізм підприємства та підприємництво / І. І. Цигилик // Економіка. Фінанси. Право. - 2012. - № 2. - С. 3 - 8.*