

УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Вінницький національний технічний університет

Анотація

У статті розглянуто основні елементи управління конкурентоспроможністю підприємства. В даній роботі надано визначення понять «конкурентоспроможність» та «управління конкурентоспроможністю», розглянуто фактори впливу та методи формування процесу управління конкурентоспроможністю.

Ключові слова: конкурентоспроможність, управління конкурентоспроможністю, фактори впливу, підприємство.

Abstract

The main elements of managing the competitiveness of the enterprise are considered in the article. This paper defines the concepts of "competitiveness" and "competitiveness management", considers influencing factors and methods of forming the process of competitiveness management.

Keywords: competitiveness, management of competitiveness, influencing factors, enterprise.

Конкурентоспроможність - ринкова категорія, що має динамічний та мінливий характер. Так, при незмінних якісних характеристиках товару, його конкурентоспроможність може змінюватися в широких межах залежно від кон'юнктури ринку, дій конкурентів, зміни цін, рекламних заходів тощо.

Конкурентоспроможність підприємства забезпечується такими показниками, як висока виробнича ефективність, яка реалізується завдяки сучасному обладнанню, технологіям, кваліфікованими працівниками та здатністю завоювати й тривалий час утримувати стійкі позиції на ринку, що забезпечується завдяки ефективному використанню принципів маркетингового управління.

Аналізуючи визначення сутності «конкурентоспроможність» можна виділити такі ознаки даного поняття (рисунок 1) [1].



Рисунок 1. Класифікація конкурентоспроможності за ознаками

Управління конкурентоспроможністю підприємства розглядається як процес планування, організації, мотивації і контролю, який необхідний для досягнення цілей фірми в бізнес-середовищі [2].

Під управлінням конкурентоспроможністю слід розуміти постійний, планомірний, цілеспрямований процес впливу на всіх ієрархічних рівнях на фактори та умови, що забезпечують створення високоякісної і конкурентоспроможної продукції. Управління конкурентоспроможністю розглядається як коригувальний процес формування виробництва і споживання продукції, з тим, щоб вивести на ринок конкурентоспроможний товар і знизити вплив суб'єктивних факторів.

Система управління конкурентоспроможністю розглядається як система формування конкурентних переваг і конкурентного потенціалу, конкурентних стратегій, що впливають на конкурентоспроможність підприємства, яка визначає конкурентну позицію і конкурентний статус підприємства на ринку.

Управління конкурентоспроможністю підприємства є частковою функцією загального менеджменту, яка спрямована на формування та реалізацію конкурентних переваг та забезпечення життєздатності підприємства. Конкурентоспроможність є відкритою системою, яка має вхід і вихід, може бути як керованою, так і не керованою.

Управління конкурентоспроможністю підприємства є діяльністю, спрямованою на формування управлінських рішень, орієнтованих на протидію можливим впливам зовнішніх факторів і досягнення домінуючих позицій, порівняних з поставленими стратегічними цілями.

Елементи управління конкурентоспроможністю організації такі:

- планування: розроблення продукції, виробництва, збуту;
- організація: оптимізація організаційної структури, забезпечення ресурсами, стимулювання збуту;
- мотивація: робітників підприємства, контрагентів;
- контроль: якості управлінських рішень, якості продукції, якості ресурсів; реалізація управлінських рішень; відстеження рівня конкурентоспроможності.

Сучасна концепція управління конкурентоспроможністю підприємства має враховувати фактори, які впливають на конкурентоспроможність підприємства. Вони можуть бути як внутрішніми, так і зовнішніми (рисунк 2) [3]:



Рисунок 2. Фактори, що впливають на конкурентоспроможність підприємства

Підприємства надають великого значення аналізу своїх сильних і слабких сторін для оцінювання реальних можливостей у конкурентній боротьбі й розробленні заходів і коштів, за рахунок яких фірма могла б підвищити конкурентоспроможність і забезпечити свій успіх. У процесі маркетингового дослідження для оцінювання конкурентоспроможності використовують кількісні показники, які

свідчать про ступінь стабільності фірми, здатності випускати продукцію в оптимальному обсязі і яка користується попитом, а, крім того, що забезпечує фірмі одержання намічених і стабільних результатів.

З моменту свого створення і протягом усієї діяльності будь-яке підприємство поставлене перед необхідністю вирішення життєво важливих для нього проблем конкурентоспроможності. При цьому враховуються певні чинники, з яких складається конкурентоспроможність підприємства (рисунок 3).



Рисунок 3. Чинники, з яких складається конкурентоспроможність підприємства

Виходячи з рисунку 3 підприємство не може контролювати всі чинники конкурентоспроможності, і тому активне втручання держави в економічні процеси в якості діючого гаранта прав і обов'язків набуває все більшого значення.

Удосконалення управління конкурентоспроможністю підприємства включає керуючу систему, цілі та завдання управління. При цьому залежно від ситуації цілями підприємства може бути підтримка конкурентоспроможності на зазначеному рівні, підвищення конкурентоспроможності або її відновлення. Він являє собою специфічну багатофункціональну та багатокомпонентну систему, що складається з комплексу взаємопов'язаних блоків, схильних до впливу зовнішніх і внутрішніх факторів, що утворюють певну цілісність [4].

Висновки. Конкурентоспроможність підприємства – це сукупність заходів, спрямованих на вдосконалення, пошук нових каналів збуту, нових клієнтів, реклама. При цьому поєднуються такі функції менеджменту як планування, організація, контроль, мотивація, координація.

Підприємства надають великого значення аналізу своїх сильних і слабких сторін для оцінювання реальних можливостей у конкурентній боротьбі й розробленні заходів, за рахунок яких фірма могла б підвищити конкурентоспроможність і забезпечити свій успіх на перспективу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Кадирус І. Г. Конкурентоспроможність підприємства та фактори, що на неї впливають. *Ефективна економіка*. 2014. №5. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3390>
2. Зось-Кіор М. В., Калюжний С. О. Удосконалення системи управління конкурентоспроможністю аграрного підприємства. *Економіка та держава*. 2020. № 3. С. 23–27.
3. Фактори, що впливають на конкурентоспроможність підприємства. *Конкурентоспроможність підприємства*. URL: <https://library.if.ua/book/14/1233.html>
4. Стрельнікова Є. А. Удосконалення управління конкурентоспроможністю підприємства в умовах глобалізації. *Пояснювальна записка*. ХНЕУ ім. С. Кузнеця – Харків, 2020. С. 131.

Краєвська Алла Станіславівна – кандидат економічних наук, доцент кафедри ПЛМ, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: kraevska@vntu.edu.ua

Гребінь Марина Миколаївна – студентка групи П-19б, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: marhreb22@gmail.com

Kraievska Alla - candidate of economic sciences, associate professor of the PLM department, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: kraevska@vntu.edu.ua

Grebin Marina – P-19b student, Faculty of management and informative safety, Vinnytsya national technical university, Vinnytsya, e - mail: marhreb22@gmail.com