



УДК 658.8:339.137.2

## ОСНОВНІ НАПРЯМИ ДОСЯГНЕННЯ КОНКУРЕНТОЗДАТНОСТІ ПІДПРИЄМНИЦТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Студ. О.В.Когут, гр. БМТБ 1-18

Науковий керівник д.е.н., проф. Н.П.Борецька  
Київський національний університет технологій та дизайну

**Мета і завдання.** Мета – розглянути основні теоретичні засади організації ефективного управління конкурентоспроможністю підприємства на основі сучасної ситуації ринку, та запропонувати нові шляхи покращення конкурентоздатності підприємства.

Завдання – дослідити сучасний ринок та аспекти конкурентоспроможності підприємств.

**Об'єкт та предмет дослідження.** Об'єктом дослідження є сучасна ситуація на ринку вітчизняних підприємств. Предметом дослідження є теоретичні та практичні аспекти конкурентоздатності підприємництва.

**Результати дослідження.** Сучасний стан ринку характеризується постійною зміною зовнішнього середовища, мінливістю купівельного попиту, наявністю великої кількості підприємств різних форм власності, підвищенням невизначеності та ризику. А отже, для того, щоб вижити, підприємствам необхідно відстежувати і реагувати на всі зміни, що відбуваються в їх конкурентному середовищі з метою збереження своїх позицій на ринку і забезпечення конкурентних переваг. Кожному підприємству важливо правильно оцінити ринкову ситуацію, з тим, щоб вибрати ефективні засоби конкуренції, які, з одного боку, були б адекватними ринковій ситуації в Україні, тенденціям її розвитку, з іншого – специфіці діяльності підприємства.

Досвід останніх років показує, що далеко не всі вітчизняні підприємства готові до ведення конкурентної боротьби. Навіть володіння конкурентоспроможною продукцією не дозволяє багатьом з них ефективно реалізовувати цю перевагу через відсутність практики використання всього комплексу маркетингу: гнучкої асортиментної і цінової політики, адекватної організації каналів розподілу, ефективних методів стимулювання продажів тощо. У зв'язку з цим проблема управління конкурентоспроможністю на сучасному етапі розвитку вітчизняної економіки актуалізується і потребує поглиблення наукових пошуків в цьому напрямі.

Конкурентоспроможність – це здатність певного суб'єкта відповідати запитам зацікавлених осіб в порівнянні з іншими аналогічними суб'єктами. Для розроблення правильної конкурентної стратегії, необхідно визначити такі питання. По-перше, наскільки приваблива галузь, до якої належить дане підприємство з точки зору довгострокової прибутковості. По-друге, які фактори визначають відносне конкурентне становище підприємств на ринку збуту продукції.

Управління конкурентоспроможністю підприємства має бути спрямованим на: нейтралізацію (подолання) або обмеження кількості негативних (деструктивних) чинників впливу на рівень конкурентоспроможності підприємства через формування захисту проти них; використання позитивних зовнішніх чинників впливу для нарощування та реалізації конкурентних переваг підприємства; забезпечення гнучкості управлінських дій і рішень – їх синхронізації з динамікою дії негативних і позитивних чинників конкуренції на певному ринку.

Основними шляхами підвищення конкурентоспроможності підприємства є:



- ріст об'ємів реалізації продукції - при організації виробничого процесу та плануванні об'ємів у відповідності з даним методом необхідно вирішити ряд задач, головною з яких є визначення об'єму реалізації продукції, при якому буде забезпечена беззбиткова виробнича діяльність;
- покращення якості випущеної продукції, що здійснить вплив на прискорення НТП, освоєння нових ринків, збільшення експорту та процвітання;
- зменшення затрат передбачає проведення певного комплексу заходів для досягнення менших затрат, ніж конкуренти;
- впровадження нових технологій безготівкових розрахунків з використанням інформаційних мереж, таких як Master Card, Wisa та інші; перехід до використання віртуальної валюти Біткоїн та інших цифрових валют, створення в структурі підприємства окремого підрозділу з розробки інноваційних ідей та продуктів; венчурне інвестування високоприбуткових ідей [4].

**Висновки.** Отже, основу конкурентної політики становить конкурентна стратегія, яка описується як оборонні чи наступальні дії, спрямовані на створення стійкого становища в галузі з метою успішного подолання п'яти чинників конкуренції і, отже, гарантування максимальної віддачі від капіталовкладень. Для досягнення цієї мети необхідно вдосконалити конкурентну політику підприємства шляхом орієнтації на такі загальні стратегічні напрями: найменші сукупні витрати; диференціація; зосередження.

Зі свого боку держава теж має допомагати підприємствам у підвищенні конкурентоспроможності, адже на даний момент українське законодавство прищемлює підприємницьку діяльність в Україні. Про що свідчить низький рівень інвестицій в українську економіку та населення яке не має високої платоспроможності. Найважливішими завданнями державної політики у сфері підвищення конкурентоспроможності можна визначити такі: усунення бар'єрів підприємницькій діяльності, зменшення податкового тиску; удосконалення законодавства в галузі підприємницької діяльності, розроблення антимонопольного законодавства; стабілізація національної валюти, зміцнення валютно-банківської системи та припинення відтоку капіталів за кордон; забезпечення платоспроможного попиту населення; державна підтримка новостворених підприємств: створення служб інформації про новітні технології, зміни у законодавстві, перспективні ринки збуту; фінансове стимулювання інноваційної діяльності підприємств щодо створення нових товарів і послуг; створення конкурентоспроможних транснаціональних корпорацій, озброєння стратегіями глобального маркетингу, технологіями великих міжнародних коопераційних проєктів; диверсифікація географічної структури зовнішньої торгівлі, мінімізація критичної залежності від окремих держав (ринків), зміцнення економічної безпеки країни.

Перелічені заходи будуть сприяти підвищенню конкурентоспроможності підприємства та його продукції і всієї економіки загалом.

Конкурентоспроможність є важливою характеристикою діяльності підприємства, але її підвищення не повинно ставати самоціллю. Варто орієнтуватися на те, щоб конкурентоспроможність пропозиції, наявних ресурсів і менеджменту підприємства були достатні для реалізації вибраної конкурентної стратегії та отримання бажаних результатів діяльності.

**Ключові слова:** конкурентна перевага, конкурентоспроможність, конкурентна політика.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Гарачук Ю.О. Підвищення ефективності діяльності підприємства за рахунок управління конкурентоспроможністю // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – №2 (80).
2. Должанський І. З. Конкурентоспроможність підприємства : навч. посіб. / І. З. Должанський. – К. : Центр навчальної літератури, 2008. – 384 с.
3. Захаров А. Н., Зокін А. А. Конкурентоспроможність підприємства: сутність, методи оцінки та механізми збільшення // Бізнес і банки. - 2013. - № 1-2.
4. Шацька З.Я., Кошельник Ю.С. Шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємств в умовах глобалізації//З.Я.Шацька, Ю.С. Кошельник. – Держава та регіони. – №4(103). – 2018. – 225 с. – с. 145-151.