

Діденко Є.О., к.е.н., доцент,

Жураківський П.І., студент,

Київський національний університет технологій та дизайну

ОСОБЛИВОСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Сучасний стан розвитку вітчизняної економіки зіштовхує як виробничі, так і торгівельні підприємства з багатьма проблемами функціонування та виживання у складному та швидкозмінному конкурентному середовищі. Однією з основних проблем, від якої залежить економічна безпека підприємств та можливість їх стабільного ефективного розвитку, є управління конкурентоспроможністю та своєчасна адаптація до змін насиченого конкурентного середовища.

Проблема досягнення стійких конкурентних переваг багато в чому залежить від ефективного застосування менеджментом суб'єктів ринку основних управлінських підходів і методів, дотримання комплексу принципів та кваліфікованого виконання всієї сукупності управлінських функцій, що обумовить досягнення підприємством встановлених оперативних, тактичних та стратегічних цілей і завдань розвитку.

Задля визначення особливостей забезпечення конкурентоспроможності підприємства та розуміння особливостей управління нею варто розглянути підходи до трактування її сутності. Так Алексєєв С.Б. розглядає конкурентоспроможність підприємства як економічну категорію, яка дає змогу в умовах конкуренції представити на внутрішній і зовнішній ринки продукцію, що з точки зору конкурентних переваг сприймається споживачем як краща за аналогічну продукцію конкурентів та надає можливість підприємству отримувати плановий дохід, реалізовувати стратегії конкурентної боротьби, забезпечувати виживання і бажане положення на ринку у довгостроковій перспективі [1].

Дещо у схожому ключі розглядають конкурентоспроможність підприємства Борисюк І.О. та Єрьоменко А.В. На їх думку вона є здатністю підприємства випускати та надалі реалізовувати конкурентоспроможну продукцію [3].

В свою чергу, Балабанова Л.В. розуміє конкурентоспроможність підприємства як рівень його компетентності порівняно з іншими конкурентами за такими параметрами, як технологія, практичні навички та професійні знання персоналу, рівень стратегічного і поточного планування, політика збуту, рівень управління, комунікації, якість систем управління, виробництва продукції тощо [2].

Покропивний С.Ф. у загальному плані дотримується думки, що конкурентоспроможність підприємства представляє собою здатність до ефективної господарської діяльності та забезпечення прибутковості за умов конкурентного ринку за рахунок забезпечення випуску і реалізації конкурентоспроможної продукції [9]. Також на увагу заслуговує підхід Карпенко Є.М., відповідно до якого конкурентоспроможність є відносною характеристикою, яка проявляється в умовах конкуренції як здатність задіяти підприємством необхідні ресурси і зробити з них конкурентоспроможний товар, визначається продуктивністю використання виробничих ресурсів та обумовлює положення суб'єкту господарювання на ринку і залежить від аналогічної властивості його галузі та країни [5].

Кобиляцький Л.С. зауважує, що конкурентоспроможність підприємства визначають показники, які характеризують ефективність виробничої діяльності, фінансового стану суб'єкта господарювання, ефективності організації збуту і просування товару порівняно з підприємствами-конкурентами, а також показники конкурентоспроможності товарів [6]. Відповідно до бачення Левицької А.О., конкурентоспроможність підприємства представляє собою здатність суб'єкта господарської діяльності до реалізації конкурентних переваг, які дають йому змогу ефективно розвиватися порівняно з іншими підприємствами на внутрішньому та зовнішньому ринках [7]. Не можна не звернути увагу на визначення, що надає Василенко В.О. Науковець зазначає, що конкурентоспроможність це можливість ефективної господарської діяльності підприємства та її практичної реалізації в умовах конкурентного ринку[4].

На основі зазначених тверджень можна зробити висновок, що конкурентоспроможність підприємства є здатністю суб'єкта господарювання до реалізації ним сукупності конкурентних переваг, які дозволяють йому стабільно та ефективно розвиватися в ході ринкового протистояння з іншими підприємствами на ринках. Відповідно, головною метою управління конкурентоспроможністю виступає забезпечення умов успішного функціонування підприємства в конкурентному середовищі та створення конкурентних переваг, що забезпечать зростання у майбутньому.

Також можна відзначити, що об'єктами управління конкурентоспроможністю підприємства є фінансова, виробнича, інноваційна та маркетингова діяльність, а також персонал, техніко-технологічна забезпеченість та організаційно-управлінська структура. З огляду на часовий період досягнення цілей підприємства, управління конкурентоспроможністю доцільно розглядати в контексті оперативного (формування конкурентоспроможності продукції), тактичного (забезпечення належного фінансово-економічного стану) та стратегічного (створення інвестиційно-інноваційної привабливості) рівнів. В свою чергу, суб'єктами управління є скоординована група осіб, які приймають участь у розробці й реалізації управлінських рішень у сфері формування та забезпечення конкурентоспроможністю підприємства, а предметом – виступає процес формування та розвитку конкурентоспроможності суб'єкта господарювання. Потрібно зауважити, що управління конкурентоспроможністю підприємства є основним напрямом діяльності організаційного менеджменту. На основі цього можна стверджувати, що даний процес передбачає обов'язкове виконання загальновідомих управлінських функцій, має реалізовуватись з урахуванням традиційних підходів до управління, а також вимагає врахування низки принципів менеджменту [8]. Як підсумок, саме врахування зазначених аспектів має дозволити створити на підприємстві ефективну систему управління, яка за рахунок впровадження дієвого механізму надасть можливість реалізувати логічно вибудований по етапах процес формування та підтримки конкурентоспроможності суб'єкта господарювання.

Список використаних джерел:

1. Алексеев С. Б. Теоретические аспекты конкурентоспособности предприятий / С. Б. Алексеев // Економіка : проблеми теорії та практики. – 2004. – №191. – Т.2. – С. 614-619.
2. Балабанова Л. В. Управління конкурентоспроможністю підприємств на основі маркетингу : [монографія] / Л. В. Балабанова, А. В. Кривенко. – Донецьк : Дон ГУЕТ, 2004. – 147 с.
3. Борисюк І. О. Основні напрями підвищення конкурентоспроможності підприємства / І. О. Борисюк, А. В. Єрмоменко // Проблеми підвищення ефективності інфраструктури. – 2012. – № 33 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://jrn1.nau.edu.ua/index.php/PPEI/article/view/409>.
4. Василенко В. О. Стратегічне управління / В. О. Василенко. – К. : ЦУЛ, 2003. – 396 с.
5. Карпенко Е. М. Методологические подходы к оценке уровня конкурентоспособности предприятий / Е. М. Карпенко [и др.] // Регіональні перспективи. – 2000. – № 2-3. – С. 256-259.
6. Кобиляцький Л. С. Управління конкурентоспроможністю / Л. С. Кобиляцький. – К. : Зовнішня торгівля, 2003. – 302 с.
7. Левицька А. О. Дослідження еволюції визначення та трактування конкурентоспроможності підприємства / А. О. Левицька // Вісник Хмельницького національного університету. – 2011. – № 3. – Т.3. – С. 204.
8. Осовская Г. В. Менеджмент организаций : Учеб пособие / Г. В. Осовская, О. А. Осовский. – М. : Кондор. – 2005 – 860 с.
9. Покропивний С. Ф. Економіка підприємства [Текст] : Структурно-логічний навч. посіб. / С. Ф. Покропивний [та ін.] ; ред. С. Ф. Покропивний ; Київський національний економічний ун-т. – К. : КНЕУ, 2001. – 457 с.