

УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ НА ПРОМИСЛОВОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

О.В. Бойко

Луцький національний технічний університет, Україна

Питання конкуренції і конкурентоспроможності перебувають у центрі уваги дослідників і науковців протягом всієї історії розвитку економічних відносин. В умовах глобалізації світової економіки конкуренція диктує нові вимоги і стандарти господарювання учасникам ринку для отримання вигідних позицій.

Конкурентоспроможність промислових підприємств є основою конкурентоспроможності національної економіки кожної країни, тому від рівня конкурентоспроможності кожного конкретного промислового підприємства залежатиме рівень конкурентоспроможності держави в цілому.

Під конкурентоспроможністю слід розуміти комплексну характеристику суб'єкта, яка зумовлюється системою використання власних конкурентних переваг і дає можливість пристосуватися до змін зовнішнього та внутрішнього середовища з метою забезпечення виконання зобов'язань перед іншими суб'єктами господарювання та підтримання прибутковості.

Необхідно відмітити, що конкурентоспроможності промислового підприємства притаманні певні ознаки [4, с. 11]:

— релевантність – конкурентна позиція та конкурентні переваги даного економічного суб'єкта відносно інших суб'єктів можуть бути визначеними тільки в межах релевантного зовнішнього середовища;

— відносність – конкурентоспроможність проявляється виключно через порівняння характеристик даного економічного суб'єкта з характеристиками інших суб'єктів, що діють на тому ж ринку;

— динамічність – часовий характер критерію конкурентоспроможності характеризує положення суб'єкта у конкурентному полі в координатах часу як результат його конкурентної діяльності;

— конкурентоспроможність не є іманентною якістю підприємства (тобто його внутрішньою, природною якістю). Вона може бути виявлена і оцінена тільки за наявності конкурентів (реальних або потенційних);

— конкурентоспроможність промислового підприємства визначається продуктивністю використання залучених до процесу виробничих ресурсів.

Проблема конкурентоспроможності є визначальною в промисловому розвитку країн світу. Вона має глобальний характер, тому що з однієї сторони, визначає багато аспектів економічної і соціальної політики країн, а з іншої – торкається інтересів всіх їхніх громадян, що виступають у ролі споживачів.

Управління конкурентоспроможністю промислового підприємства являє собою певний аспект менеджменту підприємства, спрямованого на формування, розвиток та реалізацію конкурентних переваг та забезпечення життєздатності підприємства як суб'єкта економічної конкуренції [6, с. 86].

Проаналізувавши наявні визначення поняття «управління конкурентоспроможністю промислового підприємства» [2,4,5,7 та ін.], можна зазначити, що даний процес слід розглядати як підфункцію менеджменту, котра має цілеспрямовану дію на поточний і майбутній рівень конкурентоспроможності порівняно з підприємствами, що випускають аналогічну продукцію. Метою управління конкурентоспроможністю підприємства є забезпечення життєздатності та сталого функціонування підприємства за будь-яких економічних, політичних, соціальних та інших змін у його зовнішньому середовищі.

Методологічною основою управління конкурентоспроможністю підприємства є ключові положення теорії ринку, теорії конкуренції та конкурентних переваг, концепції стратегічного управління, сучасної управлінської парадигми, а також базові принципи та прикладні інструменти, напрацьовані в рамках сучасних управлінських підходів – процесного, системного, ситуаційного [1, с. 416].

Проведений огляд літературних джерел [3,4,5,6 та ін.] дозволив виділити основні етапи процесу управління конкурентоспроможністю підприємства (рис. 1).

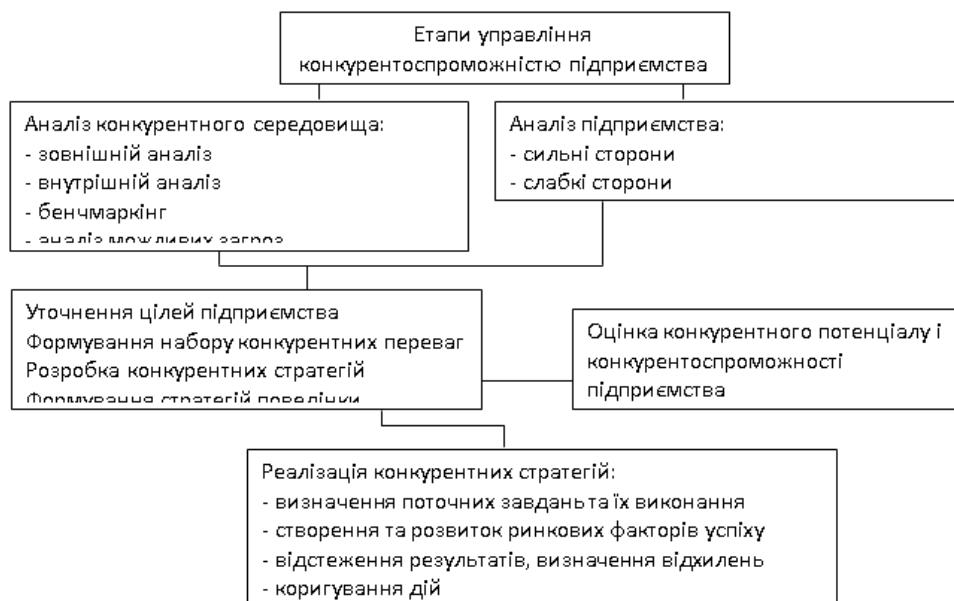


Рисунок – Етапи управління конкурентоспроможністю промислового підприємства

Процес управління конкурентоспроможністю промислового підприємства включає в себе наступні дії: моніторинг конкурентного середовища та оцінку конкурентної ситуації в галузі і на ринку, діагностування конкурентоспроможності підприємства та його основних суперників, конкурентне позиціонування підприємства – вибір стратегічних господарських підрозділів із перевагами у конкурентній боротьбі; розробка концепції та стратегії управління конкурентоспроможністю промислового підприємства.

Управління конкурентоспроможністю підприємства має бути спрямованим на:

- нейтралізацію (подолання) або обмеження кількості негативних (деструктивних) чинників впливу на рівень конкурентоспроможності підприємства шляхом 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.

Підводячи підсумки вищевикладеного матеріалу, можна відзначити, що аналіз особливостей управління конкурентоспроможністю на промисловому підприємстві показав, що сучасне підприємство, яке функціонує в умовах ринкових відносин, як один із основних механізмів забезпечення своєї життєдіяльності, повинне використовувати системне стратегічне управління конкурентоспроможністю, що дасть змогу здійснювати цілеспрямований пошук шляхів організаційно-економічного забезпечення внутрішньофірмового управління з метою концентрації зусиль і управлінських впливів на чинники, що визначають внутрішній потенціал підприємства, який дає змогу забезпечити підвищення його конкурентних можливостей.

Список використаних джерел:

1. Ансофф, И. Новая корпоративная стратегия / И. Ансофф. – СПб.: Питер, 1999. – 416 с.
2. Васютіна, І.О. Теоретичні аспекти конкурентоспроможності підприємств / І.О. Васютіна // Економіка та підприємництво. – 2011. – №5. – С. 114–118.
3. Гудзинський, О.Д. Управління формуванням конкурентоспроможного потенціалу підприємств: монографія / О.Д. Гудзинський, С.М. Судомир,
4. Гуренко, Т.О. – К.: ІПК ДСЗУ, 2010. – 212 с.
5. Дікань, В.Л. Управління конкурентоспроможністю корпорацій в Європі: підручник / В.Л. Дікань, В.І. Савчук. – К.: Вид-во «Знання», 2004. – 207 с.
6. Кузьмін, О.Є. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства: підручник / О.Є. Кузьмін, Н.І. Горбаль. – Львів: Вид-во «Компакт-ЛІВ», 2005. – 188 с.
7. Лозовський, Ю.А. Формування стратегії як чинник підвищення конкурентоспроможності підприємств / Ю.А. Лозовський // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – № 3(81). – С. 84–88.
8. Малік, М.Є. Конкурентоспроможність підприємств: методологія і механізми / М.Є. Малік, О.А. Нужна. – К.: ННЦ ІАЕ, 2007. – 270 с.