

Управління конкурентоспроможністю підприємства

Галина Пекна

к. е. н., доцент, доцент

кафедри теоретичної та прикладної економіки,

ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», м. Київ, Україна,

ORCID: 0000-0003-4902-6052

Ірина Костенко

студент,

ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», м. Київ, Україна

В сучасних умовах, посилення конкуренції вимагає від підприємств розширення арсеналу засобів конкурентної боротьби, підвищення конкурентоспроможності. Під конкурентоспроможністю підприємства розуміється здатність прибутково виробляти і реалізовувати продукцію за ціною не вище і за якістю не гірше, ніж у будь-яких інших контрагентів у своїй ринковій ніші [1].

Суб'єктами управління конкурентоспроможністю прийнято вважати коло осіб (власників, менеджерів усіх рівнів управління, представників консалтингових фірм) які шляхом прийняття комплексу управлінських рішень сприяють формуванню конкурентних переваг підприємства, а також підтриманню та покращенню конкурентних позицій фірми в поточному періоді та на перспективу. Сукупність суб'єктів управління утворює керуючу підсистему механізму управління конкурентоспроможністю підприємства. Об'єктом управління конкурентоспроможністю підприємства виступає сукупність внутрішніх бізнес-процесів на напрямів роботи організації, які забезпечують виробництво конкурентоспроможного продукту.

Мета процесу управління конкурентоспроможністю підприємства полягає в створенні умов для успішного конкурентного функціонування фірми та її розвитку за мінливих умов зовнішнього оточення. До основних завдань управління конкурентоспроможністю підприємства слід віднести послідовність дій у сфері забезпечення суб'єкта господарювання конкурентними перевагами, які включатимуть процеси її створення, підтримання та примноження через дослідження конкурентного середовища та потреб споживачів, ефективне використання наявних можливостей та виготовлення товару, який перевершуватиме пропозиції конкурентів [2].

Механізм управління конкурентоспроможністю підприємства покликаний виконувати комплекс загальних управлінських функцій, з орієнтацією на підвищення рівня конкурентоспроможності. До таких функцій науковці відносять цілевстановлення, аналіз, планування, організацію, мотивацію, контроль та регулювання.

В процесі управління, доцільно чітко визначати, які фактори є керованими (виробничі потужності; рівень технологічності виробництва; якість випущеного товару та післяпродажного сервісу; імідж підприємства; корпоративна соціальна

відповідальність; рівень кваліфікації персоналу на всіх рівнях; інформаційна забезпеченість управління; інноваційність діяльності; наявність фінансових ресурсів; ресурсне забезпечення виробничої діяльності; ефективність збуту продукції), щоб здійснювати вплив на них, примножувати конкурентоспроможність підприємства, а які являються некерованими (державна податкова та законодавча політика; інфляційні процеси в країні; політична нестабільність спричинена різномірними міжнародними конфліктами; наявність та рівень кваліфікованості робочої сили на ринку праці; рівень життя населення; проблеми вичерпності певних видів ресурсів; діяльність конкурентів; діяльність контрагентів; рівень розвитку інфраструктури; інвестиційна привабливість країни та галузі.) і потребують повсякчасного врахування її впливу та адаптації діяльності до нього [3].

Щодо методів, якими послуговуються керівники підприємств у процесі управління конкурентоспроможністю-то варто зазначити, що до таких прийнято відносити методи оцінки конкурентного становища підприємства серед суперників, методи бенчмаркінгу, які передбачають вивчення роботи конкурентів, методи стратегічного аналізу діяльності фірми тощо. В основному здійснюється поділ методів оцінки конкурентоспроможності на три групи за формою відображення результатів-матричні, графічні та розрахункові. Кожна з груп вміщує багато варіантів методів, які доцільно обирати у відповідності до сфери діяльності підприємства та, щоб результати оцінки максимально повно і достовірно відображали реальний стан конкурентоспроможності підприємства [4].

Основними шляхами вирішення проблем, пов'язаних з підвищенням конкурентоспроможності підприємства, є [5]: ґрунтовне вивчення запитів споживачів і аналіз конкурентів; обґрунтована рекламна політика; створення нової продукції, послуг; покращення якісних характеристик продукції; модернізація обладнання; всебічне зниження витрат; вдосконалення обслуговування у процесі купівлі та післяпродажного сервісу; підвищення якості управління; удосконалення зв'язків із зовнішнім середовищем; упровадження (проведення) стратегічного маркетингу «виходу» і «входу» організації; удосконалення організації інноваційної діяльності; впровадження нових інформаційних технологій; впровадження нових фінансових і облікових технологій; аналіз ресурсомісткості кожного товару за стадіями його життєвого циклу і впровадження ресурсозберігаючих технологій; підвищення організаційно-технічного рівня виробництва; розвиток логістики; розвиток тактичного маркетингу.

Також ключовими факторами підвищення конкурентоспроможності підприємства стають зниження витрат, диференціація і системна інтеграція. Таким чином, для підвищення конкурентоспроможності підприємств необхідно розробляти і впроваджувати комплексну систему заходів, спрямованих на забезпечення якості продукції та послуг.

Ключові слова: Підприємство, управління підприємством; конкурентоспроможність.

Список використаних джерел

1. Заруба Ю. Б. Конкурентоспроможність підприємства // *Фінанси України.*-2001.-№2.-С. 119- 125.
2. Балабанова Л. В. Кривенко А. В. *Управление конкурентоспособностью предприятий на основе маркетинга: монография.* Донецк: ДонГУЭТ им. М. ТуганБарановского. 2004. 147 с.
3. Кузьмін О. Є. *Конкурентоспроможність підприємства (планування та діагностика): монографія.* Івано-Франківськ: ІФНТУНГ, 2011. 180 с.
4. Діденко О. Є., Жураківський П. І. *Модель управління конкурентоспроможністю підприємства.* *Ефективна економіка.* 2017. № 5. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=5590>.
5. Коваленко В. О. *Розробка заходів з підвищення конкурентоспроможності підприємства в сучасних умовах / В. О. Коваленко // Економіка підприємства.-2013.-№2.-С. 15-18.*