

## Конкурентоспроможності та виявлення конкурентних переваг підприємства

**Пекна Г. Б.**

*к. е. н., доцент кафедри теоретичної та прикладної економіки,  
ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», м. Київ, Україна,  
e-mail: HalynaPB@krok.edu.ua,  
ORCID: 0000-0003-4902-6052*

**Андрієвський В. О.**

*здобувач магістратури  
кафедри теоретичної та прикладної економіки,  
ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», м. Київ, Україна,  
e-mail: andriievskiyi@krok.edu.ua*

В конкурентних умовах будь-який господарюючий суб'єкт для ефективного функціонування та оцінки своїх перспектив на майбутнє повинен оцінювати рівень власної конкурентоспроможності. Володіючи інформацією про власні конкурентні позиції, промислові підприємства отримують можливість визначити свої переваги, обрати правильну стратегію і тактику поведінки, адекватну реаліям сучасних ринкових процесів. У статті розглядаються основні питання щодо методів оцінки та стратегій підвищення рівня конкурентоспроможності промислового підприємства. Метою статті є систематизація методів оцінки показників та виявлення стратегій ефективного розвитку, методичних підходів до оцінки рівня конкурентоспроможності промислових підприємств та їх продукції. Зауважено, що в сучасних умовах господарюючий суб'єкт для ефективного функціонування та оцінки своїх перспектив на майбутнє повинен аналізувати та сприяти підвищенню рівня конкурентоспроможності. Володіючи інформацією про конкурентні позиції, промислові підприємства визначають свої переваги, обирають правильну стратегію і тактику поведінки, адекватну реаліям сучасних ринкових процесів. За результатами аналізу останніх досліджень і публікацій виділено методи оцінки конкурентоспроможності підприємства (методи, що характеризують ринкові позиції підприємства; методи, що характеризують рівень менеджменту підприємства; методи, що характеризують фінансово-економічну діяльність підприємства), що надають можливість отримати конкретну, кількісно визначену оцінку цього рівня. За результатами дослідження відібрано показники, які найчастіше розглядаються в якості найважливіших характеристик рівня конкурентоспроможності промислових підприємств, а також представлено групи стратегій адекватного реагування на мінливість ринкового середовища. Наведена система показників оцінки рівня конкурентоспроможності та відібрані групи стратегій можуть бути орієнтиром підвищення ефективності діяльності підприємства на майбутній період.

Мета статті.-розглянути ключові питання теорії конкурентоспроможності підприємств та їхніх конкурентних переваг на ринку.

Виклад основного матеріалу дослідження. На сьогоднішній день в науковій думці є кілька визначень поняття конкуренції. Одним із найзагальніших визначень конкуренції є вид економічного суперництва виробників одного і того ж виду продукції, послуг на ринку за максимальні преференції у вигляді отримання максимального прибутку в певному періоді функціонування підприємства [2].

Окремі науковці під поняттям конкуренції вбачають цілісний процес управління власними перевагами на ринку з метою здобуття кращих порівняно з конкурентами

результатів в процесі задоволення власних потреб та цілей.

Таким чином, підсумувавши окремі думки та погляди вчених стосовно визначення поняття конкурентоспроможності підприємства, її можна визначити як:

- здатність підприємства ефективно функціонувати на внутрішньому та зовнішньому ринках;
- спроможність продукції даного підприємства вдало конкурувати з аналогічною продукцією на ринку;
- отримання підприємством конкурентних переваг для себе на основі продукції відповідної якості;
- ефективне застосування наявних технологій, методів управління, ресурсів, компонентів маркетингової діяльності, навичок і знань персоналу, які відображаються в якості та конкурентоспроможності продукції, прибутковості підприємства.

На сучасному етапі науковці виділяють три основних рівні конкурентної боротьби між суб'єктами ринку:

1. Мікрорівень, до якого відносять окремі види продукції чи послуг підприємства;
2. Мезорівень, який включає в себе певні галузі та корпоративні об'єднання підприємств національної економіки, а також організації конгломеративного рівня;
3. Макрорівень, до якого належать цілі народногосподарські комплекси.

Зазначимо, що підвищення конкурентоспроможності будь-якого підприємства залежить як від ефективності та дієвості прийнятих керівництвом управлінських рішень, і від особливостей та механізму державної політики в економічній сфері, особливо від конкретних кроків державної влади щодо підтримки конкурентоспроможності «власних» підприємств.[4]

Щоб вирішити основні завдання вирішення проблеми підвищення конкурентоспроможності підприємства, необхідно:

- визначити необхідні критерії конкурентоспроможності підприємств та механізм формування цілісної системи показників її вимірювання;
- розробити дієві сучасні методи оцінки та моніторингу рівня конкурентоспроможності підприємства;
- розробити методи формування сучасних ефективних алгоритмів підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств.

Сьогодні конкурентоспроможність конкретного підприємства залежить від цілої низки об'єктивних та суб'єктивних факторів, які самі по собі залежать від професійного рівня та стилю керівництва, дієвої структури та організації виробництва, кадрового потенціалу та ін. Крім того, варто виділити також окремі аспекти в проблематиці підвищення конкурентоспроможності підприємств, а саме:

- економічний;
- управлінський;
- організаційний;
- технологічний;
- комерційний;
- правовий;
- соціальний.

Всі вони в своїй єдності утворюють цілісну систему забезпечення конкурентоспроможності підприємства, а також формують і черговість вирішення

актуальних її проблем, при цьому першочерговим завданням є вирішення саме економічних питань [3].

Окрім того, не слід забувати про такі вагомі фактори впливу на конкурентоспроможність підприємств, як якість товарів, їх ціна і доступність для споживачів, наявний ресурсний, технічний і технологічний потенціал підприємства, доступність та відкритість цільових ринків і т.д. Тому система факторів впливу на конкурентоспроможність підприємства на сьогодні настільки своєрідна, багата і різнопланова, що вчені досі не змогли виділити єдину методику збору, ідентифікації, обробки відповідних даних та прийняття на їх основі певних рішень.

Також існують фактори, які знижують конкурентоспроможність підприємства, або ж можуть призвести до її втрати (внутрішні і зовнішні).

Підвищення конкурентоспроможності являє собою процес змін, і як будь-який процес, особливо той, який викликає певні протидії, він потребує управління і, зокрема, стратегічного підходу. Оскільки зміни стосуються всіх основних організаційних складових, включаючи структуру кадрів, зайнятість, кваліфікацію, технологію, обладнання, продукцію, ринки збуту, то, відповідно, вихідним моментом підвищення конкурентоспроможності виступає розробка стратегії такого підвищення з урахуванням всіх аспектів сприяння та протидії.

Як свідчить світовий досвід, вироблення і реалізація стратегії діяльності компанії забезпечують їй значні конкурентні переваги. Зарубіжні фахівці з питань управління розташовують ці переваги в такому порядку:

1. Розробка і вибір типу стратегії заохочує керівників постійно мислити перспективно.
2. Вибір стратегії сприяє чіткій координації зусиль, що робляться компанією.
3. Стратегія дозволяє встановити показники діяльності і надалі їх контролювати.
4. Вибрана стратегія примушує компанію чітко визначати свої завдання.
5. Стратегічне управління сприяє готовності компанії до раптових змін і криз.
6. Стратегія наочно демонструє взаємозв'язок обов'язків усіх посадовців.

Класифікація стратегій покликана полегшити вибір або розробку стратегій конкретного підприємства. По суті, той чи інший клас стратегій передбачає певний алгоритм поведінки організації в ситуації, що склалася. Це дозволяє скоротити витрати на планування й впровадження стратегії, адаптуючи запропонований алгоритм до внутрішніх особливостей підприємства.

Крім того, М. Портер також визначив і третій напрям досягнення конкурентних переваг підприємства-поєднання маркетингових переваг зі зменшенням витрат у певному сегменті ринку [1].

Тому на основі вищезазначеного можна визначити такі основні завдання щодо підвищення конкурентоспроможності підприємства:

- усунути існуючі бар'єри для підприємницької діяльності, в тому числі існуючий податковий тиск;
- удосконалити вітчизняну нормативно-правову базу в сфері підприємницької діяльності та розробити сучасне ефективне антимонопольного законодавства;
- забезпечувати платоспроможний попит споживацької аудиторії;
- активізувати державну підтримку новостворених підприємств, створюючи відповідні кластери інформації про новітні технології, законодавчі зміни, перспективні ринки збуту товарів підприємства тощо;

- стимулювати фінансово інноваційну діяльність вітчизняних підприємств в галузі створення нових товарів і послуг.

Висновки. Отже, під поняттям конкурентоспроможності підприємства слід розуміти реальні та потенційні можливості підприємства продукувати товари і послуги, які на конкретному сегменті ринку користуються більш пріоритетним попитом у споживацької аудиторії, ніж у конкурентів, за умови ведення ефективної фінансово-господарської діяльності.

**Ключові слова:** конкурентоспроможність; конкурентні переваги; конкуренція; стратегія; підприємство; діяльність.

### **Список використаних джерел**

1. Портер Майкл Е. Стратегія конкуренції / Пер. з англ. А. Олійник, Р. Скільський.-К.: Основи, 1998.-390с.
2. Фаріон І. Д., Чичун В. А., Жукевич С. М. Практикум з стратегічного аналізу для студентів економічних спеціальностей напрямку 0501 “Економіка і підприємництво” всіх форм навчання / За ред. Докт. Екон. Наук, проф.. Фаріона І. Д.-Тернопіль, 2004.-300с.
3. Шершньова З. Є. Стратегічне управління : підруч. / З. Є. Шерш- ньова.-[2-е вид., перероб. і доп.].-К. : КНЕУ, 2004.-699 с.
4. Hofer C. W. Conceptual Construct for Formulating Corporate and Business Strategies / C. W. Hofer.-Boston : Intercollegiate Case Clearing House, 1977.-754 p.