

**Кириченко Л. М., аспірант** (Університет споживчої кооперації України, м. Полтава)

## **МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ЩОДО ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ**

**У статті розглянуто актуальну проблему забезпечення конкурентоспроможності підприємств та запропоновано шляхи її вирішення, зокрема, за рахунок впровадження ефективної державної політики.**

**In the article is considered the issue of the day providing of competitiveness of enterprises and the ways of its decision are represented . It is suggested to get the given result due to introduction of such state policy which would be instrumental in achievement of necessary result.**

**Вступ.** Поставивши собі мету – інтеграцію до Європейського Союзу, Україна усвідомлює, що він визнає партнерство з Україною стратегічним, життєво необхідним чинником, який в свою чергу зміцнює мир і стабільність в Європі, але, на жаль, поки що не готовий дати позитивну відповідь на політичне звернення щодо членства та укладання Європейської угоди. Для того, щоб це відбулося Україні потрібно виконати цілий перелік вимог, які закріплені в офіційних документах Європейського Союзу. Однією з умов є те, що Україна повинна бути здатною витримувати конкуренцію, брати повноцінну участь у ринкових відносинах в межах Європейського Союзу.

Перехід до Європейського Союзу дасть можливість виходу вітчизняних підприємств на зовнішній ринок, але не передбачає легкого перебування в ньому. Тобто, підприємства повинні кожного дня підтверджувати рівень конкурентоспроможності своєї продукції та підприємства взагалі.

Це можливо досягти за рахунок вирішення питань якості продукції, зростання продуктивності праці, збільшення обсягів випуску продукції, розширення асортименту, використання інноваційних технологій, оптимізації витрат, тощо.

Підсилення конкурентоспроможності вітчизняного виробництва – ключова умова оздоровлення економіки. Підвищення конкурентоспроможності національної економіки має стати найважливішим пріоритетом економічної політики держави взагалі і структурної перебудови зокрема.

**Аналіз останніх досліджень.** Вагомий внесок у дослідження питань конкуренції зробили А. Сміт, А. Маршал, Ф. Еджуорт, Дж. Робінсон, А. Курно, Й. Шумпетер, Ф. Хаєк, М. Портер та інші вчені, які заклали фундамент теорії

конкуренції і сформулювали теоретичні засади її захисту. Їх положення були розвинені в працях Ф. Шерера, Д. Росса, А.М. Брандербургера, Б. Дж. Нейлбаффа, Дж. Мура, Л. Вавермана, Р. Фатхутдінова, А. Юданова, А. Шастітко, С. Авдашевої, Н. Розанової та інших. Проблемам економічної конкуренції присвячені дослідження вітчизняних вчених: В. Гейця, О. Костусева, З. Борищенко, О. Шнипка та інші [2].

Для сформованих підходів до управління конкурентними перевагами характерна безліч відмінностей, що стосуються не тільки понятійного апарату, а й постановки цілей, теоретико–методологічної й практичної бази процесу дослідження й аналізу ринку. Щоб глибше зрозуміти сутність конкурентоспроможності, дамо її визначення.

Конкурентоспроможність підприємства – здатність виробляти й реалізувати швидко, дешево, якісно, продавати в достатній кількості, при високому технологічному рівні обслуговування. Конкурентоспроможність підприємства – це можливість ефективно розпоряджатися власними й позиковими ресурсами в умовах конкурентного ринку. Виробництво і реалізація конкурентоспроможних товарів – обов’язкова умова конкурентоспроможності підприємства [3].

**Методика досліджень.** Обґрунтуванню шляхів підсилення конкурентоспроможності підприємств повинна передувати її оцінка та визначення чинників позитивного та негативного впливу. Якість аналізу конкурентного ринкового середовища залежить від точності визначення ключових об’єктів і обґрунтованості наступних методичних прийомів дослідження.

1.Метод компаративних переваг. Цей метод був розроблений ще за часів А. Сміта і Д. Рікардо. Наявність у країні переваг, які дозволяють забезпечити відносно низькі витрати виробництва в певній галузі, є передумовою для завоювання даною галуззю сильних ринкових позицій, тобто для її конкурентоспроможності.

2.Метод рівноваги фірми і галузі. Даний стан рівноваги характеризується тим, що у виробника не має стимулів для зміни обсягу виробництва (зміни своєї частки на ринку). При досягненні максимально можливого обсягу випуску і збуту товару за незмінного характеру попиту й рівня розвитку техніки на даному ринку, в умовах виробника, кожний із факторів виробництва використовується з однаковою й одночасно – найбільшою продуктивністю.

3.Структурно-функціональний метод. Оцінка позицій підприємства, відповідно до структурного підходу, може базуватися на знанні монополізації галузі, тобто концентрації виробництва й капіталу, і бар’єрів щодо вступу на галузевий ринок компаній. Відносно функціонального підходу, основну роль при цьому відіграють економічні показники діяльності підприємства: співвідношення «витрати - ціна», завантаження виробничих потужностей, обсяги випуску продукції, норма прибутку тощо.

4.Метод «профілів» і якості. Даний метод визначає різні критерії задоволення попиту споживачів стосовно певного продукту, при його використанні встановлюється ієрархія критеріїв і порівняння в межах того спектра характеристик, які в змозі помітити і оцінити споживачі, також здійснюється порівняння техніко–економічних даних з властивостями інших конкуруючих товарів.

5.Матричний метод. Цей метод розроблений у середині 70 – х років. Його теоретичною базою виступає концепція життєвого циклу товару й технологій.

6. Метод ефективної конкуренції. Метод передбачає використання чотирьох груп показників: ефективності управління виробничим процесом, оборотними засобами, збутом і просуванням, та показників, які характеризують якість та ціну.

7. Семантичне позиціонування. Застосовується для визначення рівня конкурентоспроможності об'єкта на основі опитування споживачів і виявлення їх оцінки за конкретними факторами, які визначають конкурентоспроможність об'єкта.

Кожен із вказаних методів має свої вади й переваги. Проте для підприємства, яке розглядає підвищення конкурентоспроможності як необхідність у процесі інтернаціоналізації своєї діяльності, важливо використовувати такі методичні підходи в оцінці цього рівня, які б максимальною мірою були придатними для розробки відповідних програм дій у напрямі реалізації обраної стратегії інтернаціоналізації [4].

**Постановка завдання.** Свого часу конкурентоспроможність держави значною мірою залежала від наявності у неї трьох основних факторів виробництва - природних ресурсів, трудових ресурсів та капіталу. З розвитком виробництва і технічним прогресом конкурентоспроможність стали визначати фактори вищого рівня, так звані розвинуті – це, насамперед, інфраструктура країни, її науковий потенціал, рівень освіти населення тощо. Але визначальну роль у створенні конкурентних переваг відіграють спеціалізовані фактори, спеціальна інфраструктура, спеціальні знання у вигляді науково-технічних баз даних по окремим галузях і виробництвах, наявність фахівців відповідно до профілю знань тощо [3].

Така ж сама проблема стосується і конкурентоспроможності підприємств. Державна політика при створенні конкурентних переваг повинна спрямовувати свої зусилля на вирішення таких завдань:

- недопущення проявів монополізму на внутрішньому ринку;
- забезпечення рівних умов для підприємств, які конкурують між собою;
- розширення попиту на продукцію і послуги шляхом введення прогресивних стандартів якості;
- розширення правової бази споживчих товариств, поширення достовірної інформації про товари та послуги;

- стимулювання підприємств до проведення глобальної стратегії щодо перспектив розвитку, підвищення ефективності, конкурентоспроможності та розширення експорту;

- забезпечення постійного розвитку і вдосконалення інфраструктури - транспорту, телекомунікацій, зв'язку, освіти, охорони здоров'я і науки.

Потрібно визнати те, що держава тільки створює відповідні умови для виникнення і поліпшення чинників конкурентних переваг, а створюються ці переваги безпосередньо товаровиробниками. Тому державні зусилля зі створення набутих або спеціалізованих чинників конкурентних переваг можуть бути марними, якщо вони не стосуються конкретних галузей і підприємств.

**Результати досліджень.** Вітчизняні підприємства для успішного функціонування в існуючому конкурентному середовищі мають створити ефективний механізм забезпечення стійкого стану на ринку.

Під механізмом стійкості на рівні підприємства необхідно розуміти сукупність економічних, екологічних і соціальних факторів. Вихідним пунктом механізму підвищення конкурентоспроможності підприємства, інтегрованим відображенням якої виступає глобалізація, є сучасні тренди розвитку світової економіки. До числа найважливіших із них належать:

- скорочення тривалості життєвого циклу технологій і продукції, і викликане цим зростання ролі інноваційності як фактора забезпечення конкурентоспроможності підприємства;

- можливість маніпулювати попитом та управлінням ним з боку виробників;

- розширення й поглиблення міжнародних ринків, передусім завдяки розвитку комп'ютерних і інформаційних технологій та інформатики, поглибленню міжнародного розподілу праці та зменшенню залежності від природних ресурсів;

- необхідність поєднання зусиль у реалізації проєктів, які неможливо реалізувати в межах однієї країни;

- необхідність екологізації світової господарської системи, більш раціонального природокористування.

Поява згаданих тенденцій розвитку світової економіки обумовлена передусім суспільно-політичними процесами, прискоренням науково-технічного прогресу й вичерпанням запасів не відновлювальних матеріально-сировинних ресурсів [6].

Розуміння необхідності підвищення конкурентоспроможності підприємств не повинно обмежуватися рівнем їх керівництва. Конкурентоспроможність підприємств є основою конкурентоспроможності національної економіки кожної країни, тому ця проблема повинна постійно перебувати в полі зору органів державного управління.

Таким чином, зростання конкурентоспроможності підприємства залежить, з одного боку, від управлінських рішень на рівні самих підприємств, з друго-

го – від державної і регіональної політики у сфері створення відповідного економіко-правового середовища й державної підтримки зусиль суб'єктів господарювання щодо підвищення їх конкурентоспроможності [5].

Аналіз дослідження показав, що найвищий рівень конкуренції серед галузей економіки спостерігається в роздрібній торгівлі (табл.1).

Таблиця 1.

**Рівень конкуренції у роздрібній торгівлі України у 2007 році**

Рівень конкуренції	Відсоток опитаних підприємств
Дуже високий	22
Високий	40
Середній	17
Низький	2
Конкуренції немає	1
Важко оцінити	18

Не відчуває конкуренції лише 1% підприємств, у той же час, 40% оцінюють її рівень як високий, а 22% - як дуже високий. І результати очевидні: розширився асортимент товарів, помітно зросла культура обслуговування, спостерігається певне зниження торгівельної націнки. Аналіз структурних передумов конкуренції та даних кон'юктурних опитувань підприємців переконливо свідчить: конкурентні відносини можна характеризувати як такі, що переважають у національній економіці [5].

Втім, конкуренція, що є більшою мірою процесом, а ніж результатом, - це надто складне і багатогранне явище, щоб його оцінювати лише на основі статистичних даних про частки в обсязі реалізації чи навіть опитувань учасників ринку [1].

Процес забезпечення конкурентоспроможності включає в себе вирішення даної задачі в таких підпроцесах:

- закупівля ресурсів;
- виробництво;
- реалізація;
- управління кадровим потенціалом.

Характеризуючи вище наведені підпроцеси, можемо зазначити, що особливу увагу підприємствам потрібно приділяти при виборі постачальників ресурсів, оскільки забезпечення стабільних господарських зв'язків дасть можливість купляти ресурси за низькими цінами. Підприємство, яке має низькі витрати виробництва, отримує більш великий прибуток, що дозволяє розширювати обсяги виробництва, підвищувати його технічний рівень, економічну ефективність та якість продукції. Також, оскільки, основним фактором будь-якого виробництва є людина, то вдало сформований кадровий потенціал, його активна дієвість зробить досягнення основної мети якнайшвидше. Завдяки

високваліфікованим кадрам, підібраних за рахунок ефективної співпраці з вищими навчальними закладами, за рахунок підвищення кваліфікації своїх працівників, підприємства матимуть можливість ефективно здійснювати свої проекти, використовуючи високий інтелект своїх працівників.

Безперервним є і розвиток такого напрямку підвищення конкурентоспроможності підприємства, як своєчасне надання споживачам комплексу послуг, пов'язаних зі збутом, тобто сервісне обслуговування. При вмілій організації сервіс є вирішальним чинником підвищення конкурентоспроможності товару. Вдало вибрана стратегія підприємства дасть можливість забезпечити рівень конкурентоспроможності товарів та послуг, необхідних для завоювання лідерства в сегментах ринку з урахуванням конкурентного статусу підприємства і тієї частки ринку, яку воно планує завоювати на ринку.

**Висновки.** Перехід України до ринкової економіки спричинив перехід конкуренції з прихованої форми до явної. Це стало одним з найважливіших факторів розвитку кожного підприємства. Тобто, в умовах ринкових відносин конкурентоспроможність характеризує ступінь розвитку суспільства. Чим вище конкурентоспроможність підприємств, тим вище конкурентоспроможність країни і вище життєвий рівень у цій країні. Успіх підприємств багато в чому залежить від державної політики. Основним завданням держави має бути створення такого економічного, правового та політичного середовища, які б були сприятливими для розвитку конкурентоспроможності продукції і підприємств в цілому.

1. Азаров М. Ми прагнемо сконцентрувати весь державний ресурс на розвиткові конкурентного середовища / М. Азаров // Конкуренція. – 2007. - №3. – С.3. 2. Дідківська Л. Методологічні підходи до трактування категорії «економічна конкуренція» та їх практичне значення / Л. Дідківська // Конкуренція. – 2006. - №3. – С.10. 3. Должанський І., Загорна Т. Конкурентоспроможність підприємства: Навч. посіб. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 384 с. 4. Коломієць І. Підвищення рівня конкурентоспроможності підприємств в системі факторів інтернаціоналізації / І. Коломієць // Конкуренція. – 2007. - №3. – С.19. 5. Костусев О., Пугачова М. Конкурентне середовище в Україні: стан та тенденції розвитку /О. Костусев, М. Пугачова // Конкуренція. – 2007. - №4. – С.25. 6. Фатхудинов Р. А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление. – М.: ИНФРА – М. -2000. - 312 с.

Рецензент: к.е.н., професор Кушнір Н.Б.