

Жерьобкін Р. М.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Конкуренція являє собою одну з головних рис ринкового господарства, яка забезпечує особисту творчу свободу, створює умови її самореалізації в економічній сфері на основі розробок новітніх конкурентоспроможних товарів і послуг. Провідна роль конкуренції – показник її визнання, є факт прийняття законів про конкуренцію країнами світу та створення цілої плеяди інституцій з питань конкуренції. В них проявляється основна вимога до конкурентоспроможності національних економік – конкурентоспроможність галузей господарювання. Тому кінцевою метою будь-якого підприємства – це перемога в конкурентній боротьбі, не одноразова, і не випадкова, а як закономірність результативних зусиль підприємства. Її досягнення залежить від кращих результатів у порівнянні з аналогічними підприємствами.

Звідси, «...конкурентоспроможність підприємства – це здатність витримувати конкуренцію в порівнянні з аналогічними суб'єктами на даному ринку. Вона показує рівень розвитку даного підприємства у порівнянні з рівнем розвитку конкурентних підприємств за ступенем задоволення своїми товарами потреби суспільства, а за ефективністю – виробничу діяльність» [1].

В сучасному розумінні, конкурентоспроможність як багатофакторний процес реалізації конкурентних відносин, являє собою важливу умову у здійсненні управління конкурентоспроможністю підприємства, при цьому управління конкурентоспроможністю підприємства, є не що іншим як «...діяльність, спрямована на формування управлінських рішень, які повинні бути направлені на протистояння всіляким зовнішнім впливам з досягненням лідерства відповідно до поставлених стратегічних цілей» [2].

Конкурентна спроможність підприємства виступає однією із величин ефективного використання усіх наявних його ресурсів. Проте вона виступає і відносним показником, де підґрунтям для порівняння беруться аналогічні

показники діяльності інших підприємств у розрізі видів виробництва певного продукту або послуг. Останнє зумовлює взаємозалежність поняття «конкурентоспроможність» від безлічі факторів, що породжує різнобічність думок серед наукового світу. При цьому узагальнений зміст управління конкурентоспроможністю підприємства, як наукової категорії, проявляється в реалізації певних внутрішніх взаємозв'язків [3]:

1. Виокремлення головного напрямку конкурентоспроможності щодо забезпечення зовнішньої і внутрішньої її складової.

2. Окреслення трьох рівнів: поточний, тактичний, стратегічний.

Стратегія управління конкурентоспроможністю відноситься до вищого рівня керівництва підприємством з орієнтацією на довгострокову перспективу розвитку (три і більше років). Основною метою такої стратегії – формування, підтримка і розвиток стратегічних конкурентних переваг, якщо вони є глобальними і привертають широку та постійну увагу із зовнішнього оточення підприємства. Характерним результатом стратегічного управління являється стратегічний успіх або неуспіх господарської діяльності підприємства, тобто ріст або падіння його ринкової частки.

Натомість тактика управління конкурентоспроможністю, направлена на формування сукупних видів, прийомів і методів у конкурентній боротьбі, які застосовуються підприємством проти своїх конкурентів щодо реалізації своєї конкурентної стратегії. Показник такої тактики управління буде являти собою сукупну результативність досягнутого рівня з формування, підтримки чи розвитку конкурентної стратегії у вигляді переваг за певний період. В якості чого, тактичну конкурентну перевагу можна розуміти як обмежену перевагу, але за умовою зростаючої уваги зі сторони зовнішнього оточення підприємства, що забезпечить часову стійкість, для якої у конкурентів будуть відсутні очевидні можливості з її «нейтралізації».

Під поточним управлінням можна розуміти об'єкт оперативного менеджменту, який має безперервність свого здійснення в процесі вирішення поточних завдань у забезпеченні конкурентоспроможності підприємства. Крім цього,

поточному управлінню притаманне конкурентне маневрування, яке здійснюється на основі комплексу заходів щодо усунення непередбачуваних раніше диспропорцій.

Таким чином, впровадження управління конкурентоспроможністю підприємства за відповідними його функціями, спонукають до стійкості взаємопов'язаних між собою дій, серед яких це: визначення мети, прийняття рішення, планування, організація, регулювання та контроль, що безпосередньо розробляються за конкретними видами і методами конкурентної боротьби в межах розробленої стратегії і тактики. Звідси процес управління конкурентоспроможністю носить циклічний і відносно замкнутий характер, тому що взятий в одиничному його вигляді, починаючи з постановки мети, завдань та їх виконання у досягненні певного результату.

Список використаних джерел:

1. Романишин С. Б. Система управління конкурентоспроможністю підприємства / С. Б. Романишин // Науковий вісник НЛТУ України. – 2010. – № 12. – С. 34–39.
2. Донець Л. І. Базові принципи сучасної парадигми управління конкурентоспроможністю підприємства / Л. І. Донець, А. А. Донець // Бюлетень Міжнародного Нобелівського економічного форуму. – 2012. – № 1 (5). – С. 101–106.
3. Економічна сутність конкурентоспроможності / Гринько Т. В., Верхоглядова Н. І., Чердиченко О. М., Венгерова В. Ю., Іванникова Н. А. // Економічний вимір конкурентоспроможності вищої освіти: Монографія. – Дніпропетровськ: Наука і освіта, 2005. – С. 7-28.