

Бугай В. З., кандидат економічних наук, старший науковий співробітник, професор кафедри фінансів, банківської справи та страхування, Запорізький національний університет, м. Запоріжжя, Україна

e-mail: bugai_v_z@ukr.net

Сидоренко В. О., студентка, кафедра фінансів, банківської справи та страхування, Запорізький національний університет, м. Запоріжжя, Україна

e-mail: s.valentina2702@gmail.com

Основні напрями підвищення конкурентоспроможності підприємства

Конкурентоспроможність підприємства є одним із важливих аспектів ринкового середовища, який характеризує можливість підприємства адаптуватися до умов ринку, посісти провідне місце і втримати його якомога довше. Конкуренція на ринку стає все жорсткішою, йде суперництво між товаровиробниками за вигідніші умови виробництва та реалізації продукції, за одержання найвищого прибутку та інших переваг, ця конкуренція здійснюється різними методами та може виступати в різних формах. Стаття присвячена проблемі формування конкурентоспроможності підприємств. Важливість проблеми обумовлена, в першу чергу, необхідністю збереження і підвищення економічної безпеки бізнесу в стратегічній перспективі в умовах фінансово-економічної нестабільності. В роботі охарактеризована сутність поняття «конкуренція», «конкурентоспроможність підприємства», показані підходи до вивчення цього поняття, а також вказаний перелік вчених, які досліджували конкуренцію та конкурентоспроможність. Проведена систематизація зовнішніх та внутрішніх факторів впливу на конкурентоспроможність підприємства. Розглянуто головні чинники, які забезпечують рівень конкурентоспроможності. Визначено основні напрями підвищення конкурентоспроможності підприємств в сучасних умовах господарювання.

Ключові слова: підприємство; конкурентоспроможність підприємства; конкурентоспроможність продукції; конкуренція; конкурент; оцінка конкурентоспроможності; підвищення конкурентоспроможності.

Bugai Volodymyr, Candidate of Science (Economics), Senior Researcher, Professor of the Department of Finance, Banking and Insurance, Zaporizhzhya National University, Zaporozhye, Ukraine

Sidorenko Valentina, student, Department of Finance, Banking and Insurance, Zaporizhzhya National University, Zaporozhye, Ukraine

Concept of Competitiveness of the Enterprise and Possibilities of its Increases

Abstract. Introduction. This article is devoted to the actual problem of forming the competitiveness of enterprises. The importance of the problem is due to the need to preserve and enhance the business's economic security in the strategic perspective in the conditions of financial and economic instability. The essence of the concept "Competitiveness of enterprises" is described in the work, the approaches to the study of this concept are shown. The main directions and ways of increasing the competitiveness of enterprises in modern economic conditions are also determined.

Purpose. This article has aimed to analyze modern approaches to assessing the effectiveness of improving the competitiveness of products and identify the main trends in the development of scientific thought.

The problem of competitiveness of enterprises and the search for ways to increase it today is relevant due to the intensification of competition on the domestic and foreign markets, as well as the integration of Ukraine into the world economy. The competition requires enterprises of all forms of ownership to continuously analyze changes in the value of material resources, supply, and demand, reduce costs of production of goods and services, and improve product quality.

Results. Ensuring competitiveness is a strategic goal for any enterprise. In order for the company to be competitive, it is necessary to continuously analyze the influence of external and internal factors which are on its activities. This makes it possible to reduce the level of uncertainty and reduce risks in the process of production activity.

Conclusions. Support and enhancement of the competitiveness of domestic enterprises in the modern market are extremely important and the most important priority of economic policy for Ukraine. The state also changes the system of incentives and motivations, eliminates obstacles to the development of a competitive environment, and changes the rules that restrict and direct economic behavior. Leading domestic enterprises, in turn, need to radically change the style of management of them. It is necessary to intensify innovation activities, to optimize the management system and organization of production.

Keywords: enterprise; enterprise competitiveness; competitiveness of products; competition; competitor; assessment of competitiveness; increase of competitiveness.

JEL Classification: F 12.

Постановка проблеми. Україна продовжує втрачати позиції у глобальному рейтингу країн світу за показником економічної конкурентоспроможності. Так, за опублікованим Всесвітнім економічним форумом Індексом глобальної конкурентоспроможності 2016-2017 (The Global Competitiveness Index), Україна посіла 85-е місце серед 138 країн світу, втративши за рік шість позицій (у попередньому рейтингу займала 79-у позицію) [1].

Відповідно до даного дослідження Україна погіршила свої позиції у 7 з 12 основних показників. Найбільше втрачено (мінус 17 пунктів) за складовою «Ефективність ринку праці», по 9 пунктів втрачено за показниками, що характеризують розвиток фінансового ринку країни та охорону здоров'я і початкову освіту.

За деякими позиціями країна «очолює» списки з кінця, зокрема, за міцністю банків нам другий рік поспіль присвоєно останнє місце серед оцінюваних країн світу, з поміж 138 країн за регулюванням фондових бірж ми отримали передостаннє місце; за інфляційними змінами – 136, за якістю доріг – 134.

Негативними факторами для ведення бізнесу у нашій країні визначено (в порядку зменшення): корупцію, політичну нестабільність, інфляцію, неефективну державну бюрократію, ускладнений доступ до фінансів, часту зміну урядів, високі податкові ставки, складність податкового законодавства, регулювання валютного ринку, невідповідну якість інфраструктури, обмежувальне регулювання ринку праці, недостатню здатність до інновацій, злочинність та крадіжки, погану етику робочої сили, низьку якість охорони здоров'я та недостатню освіченість працівників.

Отже, проблема поліпшення конкурентоспроможності та пошук шляхів її підвищення сьогодні є актуальною за рахунок загострення конкуренції на внутрішньому та зовнішньому ринках, а також інтеграцією України у світове господарство.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням проблем конкурентоспроможності підприємств приділяють увагу багато вчених. Серед дослідників, роботи яких можна виділити, слід зазначити В. Шарко [2], Т. Миронюк [3], Л. Карпенко [4], І. Кошелупов [5].

У своїх роботах вчені досліджували роль конкурентоспроможності у розвитку підприємництва, визначили поняття «конкурентоспроможність підприємства», розробили методологію визначення його рівня на конкретних підприємствах. Науковці зазначають, що конкурентоспроможність підприємств є складним поняттям, що залежить від багатьох чинників і відіграє роль комплексного показника діяльності підприємства. Тому конкурентоспроможність потребує постійного дослідження з урахуванням зміни динаміки зовнішнього середовища.

Формулювання цілей дослідження. Метою статті є аналіз сутності понять «конкуренція» і «конкурентоспроможність підприємства», обґрунтування основних напрямів підвищення конкурентоспроможності підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. В ринкових умовах конкурентоспроможність набуває великого значення за рахунок активного змагання підприємств та їх продукції за попит споживача. Важливість оцінки рівня конкурентоспроможності формується через необхідність позиціонування оцінюваного товару відносно конкурентів, а також визначення заходів щодо підвищення конкурентоспроможності.

Аналізувати конкурентоспроможність ми можемо лише попередньо з'ясувавши сутність конкуренції, адже саме вона лежить в основі конкурентоспроможності і є визначальною для її розуміння.

Термін «конкуренція» є одним з найважливіших і найбільш часто використовуваних в економічній літературі. Існує багато різних тлумачень цього поняття. Наприклад, у словнику з ринкової економіки за редакцією Г. Кіпермана даний термін визначено як процес взаємодії, взаємозв'язку й боротьби виробників і постачальників при реалізації продукції, економічне суперництво між відособленими товаровиробниками або постачальниками товарів (послуг) за найбільш вигідні умови збуту [6].

Вчена О. Корецька визначила конкуренцію як економічний процес взаємодії, взаємозв'язку й боротьби між виступаючими на ринку підприємствами з метою забезпечення кращих можливостей збуту своєї продукції, задоволення різноманітних потреб покупців [7].

Така різноманітність визначень свідчить про інтерес, який завжди проявляли і виявляють на сьогодні вчені-економісти до конкуренції. Це ще раз підтверджує актуальність досліджуваної проблеми.

Різні вчені по-різному тлумачать сутність терміну «конкурентоспроможність підприємства», тому єдиного визначення цього терміну не існує.

Плотіцина Т. згрупувала визначення конкурентоспроможності підприємства у три групи [9]:

– до першої групи віднесено визначення, які базуються на внутрішній та зовнішній діяльності підприємства;

– до другої групи віднесено визначення, які базуються на товарній складовій, тобто поняття конкурентоспроможності підприємства визначається через конкурентоспроможність продукції підприємства;

– до третьої групи віднесено визначення, що поєднують в собі як товарну складову, так і складову виробничої діяльності підприємства.

Згідно з визначенням І. Должанського конкурентоспроможність підприємства – це можливість ефективно розпоряджатися власним

майном й позиковими ресурсами в умовах конкурентного ринку [10].

З огляду на сутність конкуренції як економічного явища, під конкурентоспроможністю підприємств досліджуваної галузі розуміють можливість підприємства в поточний момент часу забезпечувати ефективну діяльність, підтримувати сталий розвиток і стійкі позиції на ринку через гнучке пристосування до змін маркетингового середовища [8].

Отже, сутність конкурентоспроможності підприємства є дуже складним і комплексним поняттям. Це зумовлено тим, що його не доцільно розглядати з якоїсь однієї сторони, а необхідно враховувати різні аспекти цього поняття.

Варто зазначити, що проблема конкурентоспроможності є визначальною в розвитку країн світу. Вона має глобальний характер, тому що з одного боку, визначає багато аспектів економічної і соціальної політики країн, а з іншого – зачіпає інтереси всіх громадян, які виступають в ролі споживачів.

До чинників, які забезпечують рівень конкурентоспроможності, варто віднести такі [11]:

- конкурентоспроможність продукції (якість, ціна);
- конкурентоспроможність ресурсного потенціалу (рівень техніко-технологічного оснащення, виробничо-сировинна структура, кадрове забезпечення та фінансово-інноваційні можливості);

– конкурентоспроможність організаційного потенціалу та системи менеджменту (форма господарювання та власності, організаційна структура, структура управління і функції, механізми управління, гнучкість і оперативність менеджменту);

– конкурентоспроможність інформаційно-маркетингових і комунікаційних зв'язків (система внутрішньої і зовнішньої інформації з постачальниками, споживачами, інвесторами, потенційними клієнтами).

Аналіз свідчить, що до сьогоденного часу не існує єдиної думки вчених з приводу того, які саме чинники впливають на формування конкурентоспроможності підприємства. Так, більшість вчених-економістів виділяє такі чинники конкурентоспроможності підприємства: сили, які працюють на ринку, можливості виробництва, менеджмент підприємства, маркетинг підприємства (товарна, цінова, розподільна та комунікаційна політики), кадровий склад, фінансове становище підприємства, імідж підприємства, інноваційно-інвестиційна діяльність підприємства [12].

Майкл Портер, американський економіст, професор кафедри ділового адміністрування, визнаний фахівець в області вивчення економічної конкуренції, в тому числі конкуренції на міжнародних ринках, рекомендує проводити структурний аналіз на основі п'яти сил, що визначають конкуренцію (рис. 1).

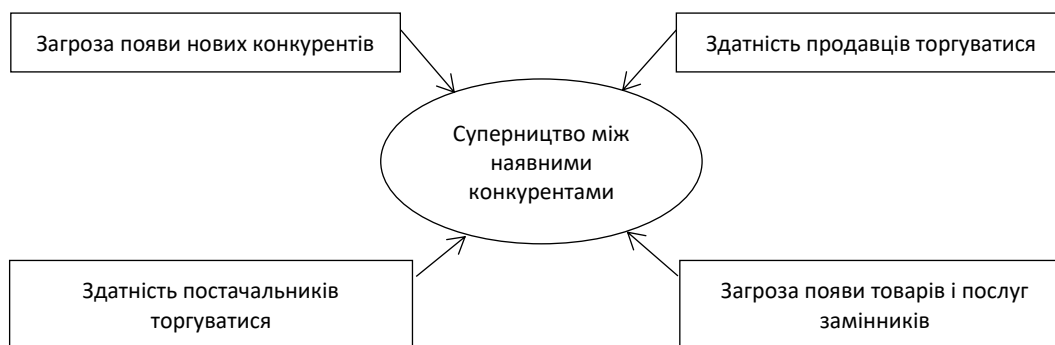


Рисунок 1 – П'ять сил, що визначають конкуренцію в галузі

Джерело: узагальнено авторами із використанням [13]

Вчений зазначає, що значення кожної з них змінюється від галузі до галузі й зумовлює зрештою прибутковість галузей. У тих галузях, де дії цих сил складаються сприятливо, численні конкуренти можуть отримувати високі прибутки від вкладеного капіталу. У тих же галузях, де одна або кілька сил діють несприятливо, далеко не всім підприємствам вдається довгий час зберігати високі прибутки.

Окрім наведених чинників впливу існують також зовнішні чинники, які мають суттєвий вплив на конкурентоспроможність підприємства, зокрема [5]:

1. Державна політика. Суди відноситься стан і напрям внутрішніх реформ, напрямки та пріоритети розвитку країни, участь та ступінь участі у світових інтеграційних процесах.

2. Правове середовище. Дієвість нормативно-правових актів та сприятлива законодавча база.

3. Економічні умови. Інвестиційна привабливість країни, податковий тиск, рівень заробітної плати.

4. Ринкова структура. Розгалуженість та різноманітність транспорту, інформаційних комунікацій, банківське середовище, страхове обслуговування.

5. Соціальні умови. Структура робочої сили, наявність кваліфікованої робочої сили.

Оскільки конкурентоспроможність підприємства – це інтегральний показник, який формується через ефективне використання виробничого, науково-технічного, трудового, інформаційного, маркетингового і фінансового потенціалів

підприємства, а також здатність оперативно та адекватно реагувати на зміни в поведінці споживачів на ринку, то для її оцінки доцільно враховувати як внутрішній потенціал підприємства, так і його ринкові можливості.

У даний час для оцінки рівня конкурентоспроможності підприємств і продукції світова практика використовує велику кількість методик і показників, які складно адаптувати до вітчизняних умов. Зазначимо, що більшість чинних методичних підходів оцінюють конкурентоспроможність підприємства через конкурентоспроможність його продукції на ринку.

Найбільш відомі моделі й методи оцінки конкурентоспроможності підприємства можна розділити на дві групи: розрахункові (метод рейтингової оцінки, оцінка на основі розрахунку частки ринку, оцінка на основі теорії ефективно конкурентності, метод оцінки на основі споживчої вартості) і теоретичні (матриця БКГ, SWOT-аналіз, PEST-аналіз, матриця конкурентності по М. Портеру, метод «багатокутник конкурентоспроможності підприємства»).

Зазначимо, що вчені виокремлюють три рівні забезпечення конкурентоспроможності підприємства: стратегічний, тактичний і оперативний. На стратегічному рівні забезпечення конкурентоспроможності передбачає підвищення інвестиційної привабливості підприємства; на тактичному рівні конкурентоспроможність характеризує стан самого підприємства; на оперативному рівні підвищення конкурентоспроможності – це підвищення конкурентоспроможності продукції [14, 15].

Аналіз особливостей стану підприємств і загальновідомі підходи до підвищення конкурентоспроможності надають можливість сформулювати принципи методологічного підходу до підвищення їх конкурентоспроможності:

- забезпечення конкурентоспроможності підприємства включає забезпечення конкурентоспроможності товарів і послуг;
- визначення критеріїв конкурентоспроможності підприємства має базуватися на обрію планування і системи менеджменту підприємства;
- показником конкурентоспроможності підприємства на оперативному рівні є сукупний коефіцієнт конкурентоспроможності товарів і послуг;
- тактичний рівень конкурентоспроможності підприємства забезпечується за рахунок фінансово-господарського стану та представлений комплексним коефіцієнтом;
- стратегічний рівень конкурентоспроможності підприємства представлений інвестиційною привабливістю, яка обумовлена зростанням вартості бізнесу [16].

Виділимо наступні напрями підвищення конкурентоспроможності підприємства:

1. Безперервне використання нововведень.
2. Пошук найбільш досконалих форм, що випускається.

3. Випуск продукції, що задовольняє вимоги державних і світових стандартів якості.

4. Використання сировини й матеріалів найвищої якості.

5. Навчання і перепідготовка персоналу.

6. Поліпшення умов праці та мотивування працівників.

7. Проведення маркетингових досліджень ринку.

7. Аналіз діяльності конкурентів.

9. Використання найбільш ефективних каналів реклами.

10. Реєстрація товарного знаку.

Дослідження свідчать, що з метою підвищення конкурентоспроможності підприємства необхідно використовувати комплекс тактичних і стратегічних способів і інструментів служби маркетингу. Забезпечення конкурентоспроможності – це модель роботи, спрямована на:

- з'ясування потреб клієнтів і прогнозування їх розвитку;
- вивчення і розуміння поведінки й можливостей фірм конкурентів;
- постійний моніторинг ринку;
- знання навколишнього середовища і тенденцій її розвитку;
- здатність розробити такий товар (послугу) і таку систему збуту і стимулювання споживачів, щоб вони вважали їх кращим від його аналогу;
- здатність реалізувати це в довгостроковій перспективі.

Відстеження поточного стану та проведення моніторингу конкурентоспроможності підприємства за допомогою наведених заходів дозволяє визначити реальний рівень конкурентних переваг, що є основою для формування управлінських рішень, що сприятимуть підвищенню конкурентоспроможності підприємства в умовах вільного ринку.

Висновки. Забезпечення конкурентоспроможності – стратегічна мета діяльності будь-якого підприємства. Для того, щоб підприємство було конкурентоспроможним, необхідно постійно аналізувати вплив зовнішніх та внутрішніх чинників, які впливають на його діяльність. Це дає можливість знизити рівень невизначеності й запобігти виникненню ризиків в процесі виробничо-збутової діяльності. Аналіз ринкового середовища та внутрішнього потенціалу надає можливість підвищити якість стратегічного планування й прогнозування діяльності підприємства, підвищити рівень його конкурентоспроможності, зберегти конкурентні позиції та збільшити частку ринку, що належить підприємству.

Підтримка та збільшення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств в умовах сучасного ринку є надзвичайно важливим та вкрай необхідним пріоритетним напрямом економічної політики України. Держава також має змінити систему стимулів і мотивацій, усунути перешкоди на шляху до розвитку

конкурентного середовища, удосконалити правила, які обмежують економічну поведінку підприємців.

Література:

1. World economic forum *The Global Competitiveness Index 2017-2018*. URL: <http://edclub.com.ua/analitika/pozyciya-ukrayiny-v-reytingu-krayin-svitu-za-indeksom-globalnoyi-konkurentospromozhnosti-1> (дата звернення: 04.04.2019 р.).
2. Шарко В. В. Конкурентоспроможність підприємства: методи оцінки, стратегії підвищення. *Науковий вісник Мукачівського державного університету*. 2015. Випуск 2(4). Частина 2. С. 120-125.
3. Миронюк Т. І. Сучасні проблеми та методи оцінки конкурентоспроможності. *Економіка харчової промисловості*. 2014. №1(21). С. 35–37.
4. Карпенко Л. М. Методичні підходи до оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємства. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2013. Вип. 3(2). С. 24-31.
5. Кошелупов І. Ф. Система конкурентних стратегій підприємства. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2013. № 36. С. 90–96.
6. Киперман Г. Я. Рыночная экономика: Словарь под общ. Ред. 2-е изд., доп. М.: Республика, 1995. 495 с.
7. Корецька О. В. Щодо визначення економічної сутності конкурентоспроможності промислових підприємств. *Наукові праці МАУП*. 2014. Вип. 42(3). С. 215-222.
8. Хрущ Н. А. Конкурентні стратегії: процеси створення та реалізації : монографія. Київ : Освіта України, 2010. 316 с.
9. Плотичина Т. М. Определение конкурентоспособности предприятия. *Вестник ТГТУ*. 2010. Том 16, № 1. С. 205-211.
10. Должанський І. З., Загорна Т. О. Конкурентоспроможність підприємства: Навчальний посібник. Київ : Центр навчальної літератури, 2006. 384 с.
11. Сысоева Е. А. Факторы конкурентоспособности предприятия: подходы и составляющие. *Экономические науки. Экономика и управление*. 2015. № 12. С. 283-287.
12. Воронов Д. С. Соотношение конкурентоспособности предприятия и конкурентоспособности его продукции. *Современная конкуренция*. 2015. №1. С. 39-53.
13. Портер М., Построение конкурентной стратегии развития субъекта предпринимательской деятельности. URL : <https://cyberleninka.ru/article/v/postroenie-konkurentnoy-strategii-razvitiya-subekta-predprinimatelskoy-deyatelnosti> (дата звернення: 05.04.2019 р.).
14. Поляничкин Ю. А. Методы оценки конкурентоспособности предприятий. URL: <http://elibrary.ru/download/85945413.pdf> (дата звернення: 05.04.2019 р.).
15. Савицька О. М. Передумови формування стратегії маркетингових комунікацій на засадах системного підходу оцінювання рівня конкурентоспроможності та стану ресурсного забезпечення підприємства. *Ефективна економіка*. 2017. № 1. URL : <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=5378>. (дата звернення: 08.04.2019 р.).
16. Фатхутдинов Р. А. Стратегическая конкурентоспособность: учебник для вузов. Москва :Экономика. 2013. 504 с.

References:

1. World economic forum *The Global Competitiveness Index (2017-2018)*. Retrieved from: <http://edclub.com.ua/analitika/pozyciya-ukrayiny-v-reytingu-krayin-svitu-za-indeksom-globalnoyi-konkurentospromozhnosti-1>
2. Sharko, V. V. (2015). Competitiveness of the enterprise: methods of evaluation, strategy of raising. *Scientific herald of Mukachevo State University*, 2 (4), 2, 120-125. Retrieved from: <http://www.msu.edu.ua/visn/wp-content/uploads/2015/12/2-4-2-2015-22.pdf>.
3. Myronyuk, T. I. (2014). Modern problems and methods of evaluation of competitiveness. *Economics of the food industry: Scientific journal*, 1 (21), 35-37 [in Ukrainian].
4. Karpenko, L. M. (2013). Methodical approaches to assessing the level of competitiveness of the enterprise. *Bulletin of socio-economic research*, 3 (2), 24-31. Retrieved from: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vsed_2013_3\(2\)_6](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vsed_2013_3(2)_6).
5. Koshlupov, I. F. (2013). The system of competitive strategies of the enterprise. *Bulletin of Social and Economic Research*, 36, 90-96 [in Ukrainian].
6. Kiperman, G. Y. (1995). *Market economy: Dictionary*, 2nd ed., Ext. M: Republic, 495.
7. Koretskaya, O. V. (2014). Concerning the definition of the economic essence of the competitiveness of industrial enterprises. *Scientific works of MAUP*, 42 (3), 215-222 [in Ukrainian].
8. Khrushchev, N. A. (2010). *Competitive strategies: processes of creation and implementation*. Kyiv, 316 [in Ukrainian].
9. Plotitsina, T. M. (2010). Definition of enterprise competitiveness. *Bulletin of TSTU*, 16 (1), 205-211 [in Ukrainian].
10. Dolzhanyskiy, I. & Zagorna T.O. (2006). *Competitiveness of the enterprise: Textbook*. Center for Educational Literature, Kyiv, 384 [in Ukrainian].
11. Sysoeva, E. A. (2015). Factors of enterprise competitiveness: approaches and components. *Economics. Economics and Management*, 12, 283–287 [in Ukrainian].
12. Voronov, D. S. (2015). The ratio of the competitiveness of an enterprise and the competitiveness of its products. *Modern competition*, 1, 39–53 [in Ukrainian].
13. Porter, M. Building a competitive development strategy for a business entity. Retrieved from: <https://cyberleninka.ru/article/v/postroenie-konkurentnoy-strategii-razvitiya-subekta-predprinimatelskoy-deyatelnosti>.
14. Polyanichkin, Yu. A. Methods for assessing the competitiveness of enterprises. Retrieved from: <http://elibrary.ru/download/85945413.pdf>.

15. Savitska, O. M. (2017). Prerequisites for forming a strategy of marketing communications on the basis of a systematic approach to assessing the level of competitiveness and the state of resource support of the enterprise. *Effective economy*, 1. Retrieved from: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5378>.
 16. Fatkhutdinov, R. A. (2013). Strategic competitiveness. *Economy*, 504 [in Ukrainian].
-



Ця робота ліцензована Creative Commons Attribution 4.0 International License