

Тим не менше, майбутнє роздрібної торгівлі - за категорійним менеджментом.

О.О. ГОМЗА, студент

І.М. БОЖЕНЬОВА, асистент

ОЦІНКА ФАКТОРІВ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ

Конкуренція є однією з найважливіших категорій економічної теорії. Простежуючи розвиток поглядів економістів на конкуренцію можна стверджувати, що вона проходила одночасно з розвитком продуктивних сил, виробничих відносин і досягнень науково-технічного прогресу. [4]

Актуальність теми полягає в тому, що з переходом до нових умов господарювання достатньо швидко з'ясувалося, що продукція багатьох підприємств виявилася неконкурентоспроможною на світовому ринку. Тому розробка дієвих механізмів підвищення конкурентоспроможності підприємств є найважливішим напрямком діяльності щодо забезпечення їхньої ефективної діяльності та конкурентоспроможності України в цілому. [1]

Метою написання статті є визначення суті факторів, що впливають на конкурентоспроможність підприємств.

Вагомий внесок у дослідження конкуренції й розробку методологічних підходів щодо управління конкурентними перевагами зробили, як закордонні вчені-економісти: М. Портер, Ф. Котлер, А. Томпсон, Г. Азоєв, А. Градов, Н. Мойсеева, Н. Симеонова, А. Романов, так і вітчизняні вчені: І. Решетникова, В. Герасимчук, А. Воронкова, О. Костусєв, З. Борисенко, О. Шнипко та ін. [2]

Для початку підприємству необхідно знати на якому рівні знаходиться розвиток всіх сфер діяльності підприємства. Швець Ю. та Рахманіна В. виділяють такі рівні конкурентоспроможності підприємства (КСП), кожному з яких відповідають власні підходи до організації управління та маркетингу.

До першого рівня відносяться підприємства, менеджери яких розглядають фактор управління як

«внутрішньонейтральний», тобто менеджмент в цих компаніях не впливає на конкурентоспроможність і додаткові зусилля в цьому напрямку та на виробництві не робляться, тому що вважається головною роллю даного підприємства випускати стандартизовану продукцію, не враховуючи потреби споживачів.

Другий рівень КСП. До нього належать підприємства, які намагаються зробити власні виробничі системи та системи управління «зовнішньо нейтральними», що відповідає тотальному копіюванню стандартів, що були встановлені конкурентами або лідерами товарного ринку регіону чи галузі в цілому.

Третій рівень КСП характеризується здатністю підприємств створювати власні переваги в конкуренції на ринку та стають в один ряд з лідерами галузі, що досягається шляхом використання концепції інтегрованого маркетингу, який орієнтований на розумінні потреб та запитів споживачів.

Підприємства - представники четвертого рівня КСП є світовими лідерами. Які не тільки не прагнуть копіювати досвід інших підприємств галузі, а навпаки, намагаються перевершити найжорсткіші з існуючих стандартів. [3]

Вихід на ринок із конкурентоспроможним товаром - це лише початковий, вихідний момент у роботі підприємства. Далі проводиться складна, систематична робота з управління конкурентоспроможністю підприємства.

Управління конкурентоспроможністю підприємства - це сукупність заходів, які спрямовані на систематичне вдосконалення виробу, постійний пошук нових каналів збуту, нових груп покупців, поліпшення сервісу, реклами.

При розробці політики управління конкурентоспроможністю підприємствам необхідно дотримуватися певних умов:

- використання новітніх винаходів та відкриттів;
- впровадження сучасних засобів автоматизації виробництва;
- конкурентоспроможні товари, які характеризуються нормативними, технічними, економічними параметрами;
- економічна ефективність використання всіх ресурсів підприємства;

- фінансова стійкість підприємства (показники та коефіцієнти активності підприємства, поточної ліквідності, автономії та ін.). [2]

Важливою складовою аналізу конкурентоспроможності та самоорганізації є дослідження адаптивності та інноваційності підприємства.

Адаптивність є можливістю пристосовуватися до зовнішнього середовища. Часто адаптивність нерозривно пов'язана з перебудовою внутрішньофірмових процесів.

Інноваційність може бути представлена як можливість оновлення, сукупність внутрішньофірмових процесів перебудови напрямків діяльності, пов'язаних з життєвим циклом продукції, технологічністю, собівартістю. [1]

Отже, провідною метою кожного підприємства, що хоче досягнути оптимального рівня конкурентоспроможності, є управління конкурентоспроможністю на основі самоорганізації з розвиненням властивостей адаптивності та інноваційності.

Проблема конкурентоспроможності має в сучасному світі універсальний характер. Від того, наскільки успішно вона вирішується, залежить рівень економічного та соціального життя в будь-якій країні. Механізм управління конкурентоспроможністю підприємства базується на технічних, економічних, соціальних, психологічних, правових, комерційних, організаційних аспектах. Вони, хоч і є складовими однієї ланки забезпечення конкурентоспроможності продукції та підприємства в цілому, але функціонують у певній послідовності відповідно до їх важливості. Не можна залишати поза увагою й роль держави, яка має сприяти створенню та підтримці умов досконалої конкуренції.

Список літератури: 1. **Гарачук Ю.О.** Підвищення ефективності діяльності підприємства за рахунок управління конкурентоспроможністю // Актуальні проблеми економіки. – 2011. – №2. – С. 60–65 2. **Кириченко Л.** Механізм управління конкурентоспроможністю підприємств // Вісник КНТЕУ. – 2009. – №1. – С. 62–66 3. **Коренев Е.Н.** Рівні конкурентоспроможності підприємства // Економіка, фінанси, право. – 2010. – №12. – С. 16–20 4. **Сусіденко Ю.В.** Теоретичні аспекти сутності категорії конкурентоспроможності підприємств АПК // Економіка АПК. – 2012. – №1. – С. 157–160