

УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Д.В. МАТВЄЄВА^{1*}

¹ *магістрант кафедри менеджменту та оподаткування, НТУ «ХПІ», Харків, УКРАЇНА*
^{*} *email: dianalya47@gmail.com*

Поняття конкурентоспроможності є одним із широко використовуваних термінів в економічній літературі та повсякденному житті, але консенсус щодо її параметрів, методик оцінки в даний час, як і раніше не досягнуть, що визначає високу актуальність вивчення різних аспектів конкурентоспроможності.

Існує безліч визначень конкурентоспроможності. Уявлення про конкурентоспроможність може ставитися як до окремих товарів або послуг, так і до компаній, секторам, економіці в цілому, регіону, міжнародним економічним блокам, що ще більше ускладнює процес вироблення єдиного підходу до визначення конкурентоспроможності. Поняття конкурентоспроможності було введено в економічну літературу в 70-х рр. ХХ століття для опису процесів, що відбуваються в рамках торгових воєн між США і Японією. Походження терміна «конкурентоспроможність» має латинське коріння: «petere» означає «ставити мету», а приставка «con» означає «разом», тобто спільно досягати поставлених цілей. Поняття конкурентоспроможності визначається через призму очікуваного рівня випуску по відношенню до населення працездатного віку з урахуванням ділового клімату в країні.

На сьогоднішній день конкурентоспроможність – один з найголовніших показників функціонування підприємства, це підтверджується тим, що в більшості країн світу прийняті закони про конкуренцію, а так само створені органи, що регулюють питання конкуренції [1].

Аналіз зарубіжної літератури з управління конкурентоспроможністю показує, що іноземні вчені значно далі, ніж вітчизняні, просунулися в цьому питанні. В Україні ж в силу історичного розвитку – більш пізнього переходу до ринкової економіки – поняття конкурентоспроможності виникло відносно недавно, і вітчизняна школа управління конкурентоспроможністю остаточно не сформувалася. Роботи вітчизняних вчених в тій чи іншій мірі є узагальненням робіт західних вчених і фахівців-практиків. Вони відображають реалії глобального ринку і відкритої конкуренції, практично ігноруючи механізми державної підтримки.

Вітчизняна теорія управління конкурентоспроможністю знаходиться на початковій стадії і потребує детального опрацювання. У роботах таких авторів, як О.М. Асаул, О.С. Віханський, В.П. Грахов, А.І. Наумов [2], висвітлені питання розвитку організації і підвищення її конкурентоспроможності на основі застосування сучасних економічних механізмів, в тому числі

стратегічного планування та управління. Більш широко питання, що стосуються практичного застосування тих чи інших механізмів стратегічного управління конкурентоспроможністю, висвітлені в роботах таких російських вчених. Так на думку Р.А. Фатхутдінова, конкурентоспроможність характеризує здатність організації змагатися з конкурентами і можливість випускати конкурентоспроможну продукцію для реалізації на внутрішньому або зовнішньому ринку. Автор зазначає, що конкурентоспроможність організації «визначає конкурентоспроможність технологій, технічних і соціально-економічних систем. Зрештою чим вище конкурентоспроможність товарів і послуг, тим вище конкурентоспроможність країни, ефективність використання ресурсів і життєвий рівень населення [3].

І. А. Пермінов виділяє наступні компоненти системи управління конкурентоспроможністю підприємства: служби матеріально-технічного, кадрового, фінансового та інформаційного забезпечення підприємства, служби НДДКР, виробничі підрозділи, що обслуговує виробництво, допоміжне виробництво, служби сервісного обслуговування, побічне виробництво та ін. [4].

Основною метою управління конкурентоспроможністю підприємства є підвищення його сталого розвитку в довгостроковій перспективі. Тому будь-яке рішення, прийняте в рамках управління конкурентоспроможністю, приймається керівниками заради зміцнення фінансового стану підприємства [5].

Управління конкурентоспроможністю підприємства має бути направлено в сторону вдосконалення організаційних механізмів підприємства, оскільки це необхідна умова реалізації ефективних економічних механізмів, і забезпечувати ефективне функціонування підприємства в ринковому середовищі за допомогою економії витрат в забезпеченні основних організаційних процесів, максимальному задоволенні потреб споживача. Застосування на практиці вивчених особливостей формування конкурентних переваг, принципів і завдань по управлінню конкурентоспроможністю підприємства забезпечить високу конкурентоспроможність підприємства, визначить найбільш ефективні варіанти оптимізації і зміни його організаційної структури підприємства для ефективного менеджменту в напрямку досягнення конкурентних переваг.

Список літератури:

1. *Кревенс Д.* Стратегический маркетинг. пер. с англ. 6-е изд. / *Д. Кревенс.* – М.; СПб.; Киев: ИД «Вильямс», 2008.
2. *Асаул А. Н.* Модернизация экономики на основе технологических инноваций / *А. Н. Асаул, Б. М. Карпов, В. Б. Перевязкин, М. К. Старовойтов.* – СПб: АНО ИПЭВ, 2008.
3. *Фатхутдинов Р. А.* Стратегический менеджмент. 7-е изд., испр. и доп. / *Р. А. Фатхутдинов.* – М., 2005.
4. *Перминов И. А.* Содержание компонентов системы управления конкурентоспособностью предприятия / *И. А. Перминов // Экономические системы.*- 2013. - № 1. - С.25-33.
5. *Решетникова Т. П.* Повышение конкурентоспособности предприятия и ее измерение / *Т. П. Решетникова.* – Самара: СГТУ, 2013.- 198 с.