

образовательных услуг: состояние, перспективы, стратегии: изд. ИМК. № 2. – Р., 1995. 4. Николаєнко С. М. Стратегія розвитку освіти України: початок ХХІ століття. – К.: Знання, 2006. Пальчевський С. С. Педагогіка: Навчальний посібник. – К.: Каравела, 2007. 5. Реформы образования в современном мире. Глобальные и региональные тенденции. – М., 1995. – 180 с. 6. Стратегія реформування освіти в Україні. Рекомендації з освітньої політики. – К.: К. І. С., 2003. – 296 с.

Надійшла до редколегії 20.04.2011

УДК 658.102

О.В. КОРЕЦЬКА, ст. викладач, НТУ «ХП», Харків

КЛАСИФІКАЦІЯ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИХ ФАКТОРІВ, ВПЛИВАЮЧИХ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА

В умовах ринкової економіки є можливість зростання є тільки у конкурентоспроможного виробництва. У статті розглядається необхідність визначення, систематизації і класифікації організаційно-економічних факторів, які впливають на конкурентоспроможність підприємства.

В условиях рыночной экономики возможность роста есть только у конкурентоспособного производителя. В статье рассматривается необходимость определения, систематизации и классификации организационно-экономических факторов, которые влияют на конкурентоспособность предприятия.

It is supposed that in market economy conditions the increase of only competitive production is possible. The necessity of determination and systematization of factors that have influence on an enterprise competitiveness is considered in the paper.

В умовах ринкової економіки, що передбачає самостійність підприємств у питаннях виробничо-господарської діяльності, для більшості з них актуальною стає проблема забезпечення конкурентоспроможності. Особливо ця проблема загострюється у зв'язку з наростанням невизначеності у зовнішньому середовищі підприємств та прагненням України до інтеграції в європейське й світове економічне співтовариство. Разом з тим, з поглибленням екологічних і соціально-економічних проблем суспільства, визначені проблеми вимагають розвитку нових підходів до управління конкурентоспроможністю підприємства.

Дослідженню проблеми конкурентоспроможності підприємства присвячено праці Г. Л. Азоєва, Л. В. Балабанової, І. П. Булеєва, М. І. Гельвановського, Ю. Б. Іванова, М. О. Кизима, О. Є. Кузьміна, М. Портера, К. Прахалада, С.Г. Светунькова, О. М. Тищенко, Р. А. Фатхутдінова, Г. Хамела та багатьох інших вчених. Багато зарубіжних і вітчизняних вчених, серед яких Б. Андерсен, В. Г. Єліферов, В. В. Рєпін, М. Робсон, М. Хаммер, Дж. Харрінгтон, Дж. Чампі та інші, приділяють увагу дослідженню процесного підходу до управління підприємством.

Але, незважаючи на численні розробки, деякі теоретико-методологічні проблеми, пов'язані з управлінням конкурентоспроможністю підприємства в сучасних умовах, і досі залишаються невирішеними. Зокрема, не достатньо повно розглянуті підходи до класифікації факторів, впливаючих на конкурентоспроможність підприємства.

Метою статті є визначення, систематизації і класифікації організаційно-економічних факторів, які впливають на конкурентоспроможність підприємства, та подальша розробка на цій основі методичних положень і практичних рекомендацій, спрямованих на досягнення та збереження стійких конкурентних позицій підприємств в динамічних умовах ринкової економіки.

Внутрішнє середовище суб'єкта виробничо-господарської діяльності є сферою, яка підпадає під активне регулювання з боку самого підприємства, тому управління цими факторами дозволяє ефективно впливати на рівень його конкурентоспроможності.

Однією з найбільш значущих для конкурентоспроможності підприємства є група організаційно-економічних факторів. Схема взаємозв'язків організаційно-економічних факторів конкурентоспроможності підприємства представлена на рис.

Усі організаційно-економічні фактори можуть бути об'єднані у чотири підгрупи: організація виробництва, система управління підприємством, фінанси підприємства і організація маркетингової діяльності.

Вплив факторів організації виробництва на рівень конкурентоспроможності підприємства проявляється через підвищення ефективності його виробничо-господарської діяльності. Але деякі з них (організація технічної підготовки виробництва і гнучкість системи організації) впливають і на конкурентоспроможність продукції, створюючи умови як для досягнення і підтримання необхідного технічного рівня, так і для своєчасного коректування тактики підприємства при зміні параметрів попиту або інших факторів зовнішнього і внутрішнього середовища.

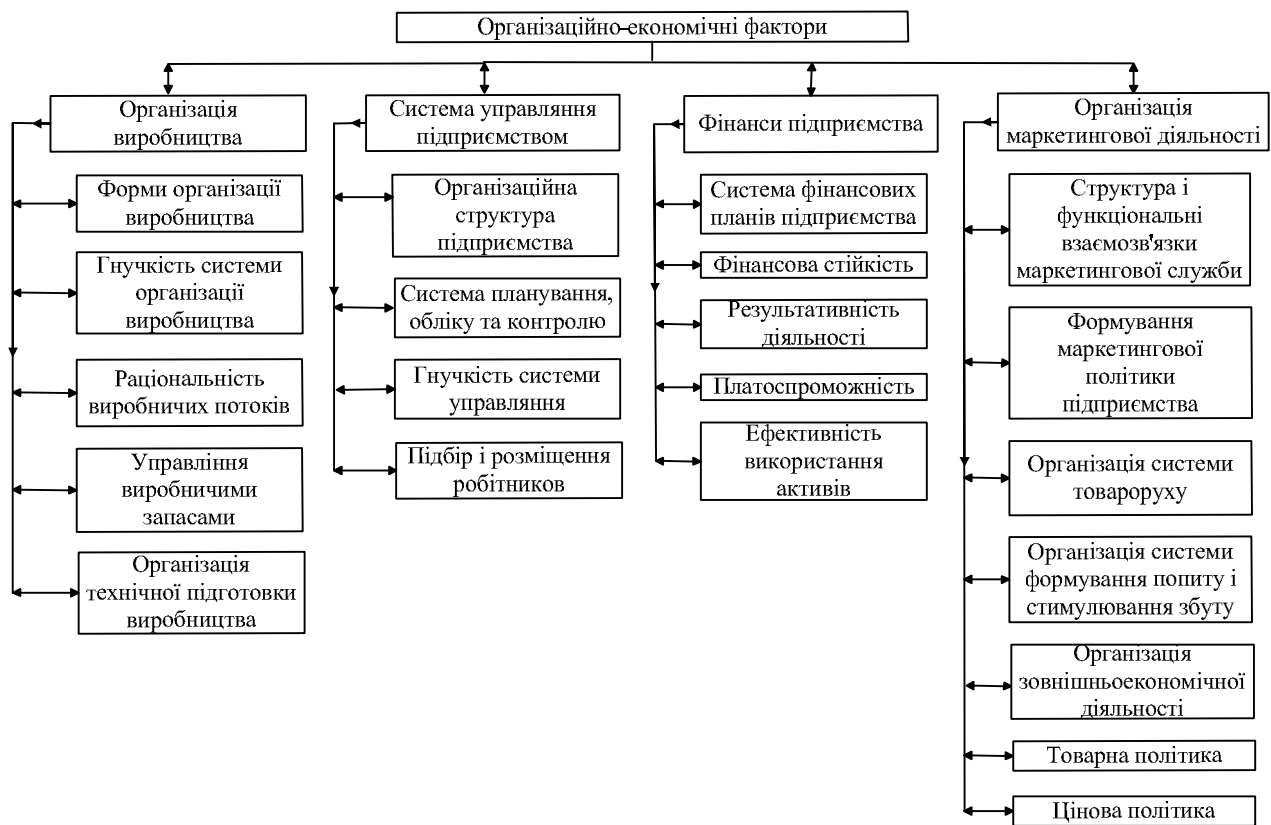


Рис. – Схема взаємозв'язків організаційно-економічних факторів конкурентоспроможності підприємства

Система управління підприємством включає в себе організаційну структуру підприємства, систему планування, обліку та контролю, які використовує підприємство, гнучкість системи управління та підбір і розміщення робітників. Особливе важливе значення у цієї групі мають гнучкість системи управління і система планування, обліку та контролю.

До факторів групи фінанси підприємства відносять систему фінансових планів підприємства, комплекс показників, які характеризують фінансову стійкість підприємства, результативність (доходність) підприємства, його платоспроможність та ефективність використання активів підприємства.

Організація маркетингової діяльності характеризує організацію і ефективність взаємодії управлінських підрозділів підприємства по реалізації маркетингової діяльності. До цієї групи відносять цінову та товарну політику підприємства і ступінь її адаптивності (гнучкості), тому що її реалізація здійснюється у внутрішньому середовищі підприємства, а результати проявляються не тільки в навколишньому середовищі, а й на внутрівиробничому рівні.

Важливе самостійне значення має організація зовнішньоекономічної діяльності. Цей фактор набуває особливого значення для забезпечення надійних конкурентних позицій при несприятливій кон'юктурі внутрішнього ринку. Особливістю факторів цієї групи являється їх ключове значення для адаптації всього внутрішнього середовища підприємства до змін зовнішніх умов виробничо-економічної діяльності, бо будь-яка зміна техніки, технології або факторів трудового потенціалу не може дати максимальної віддачі (з точки зору конкурентоспроможності підприємства) без системної перебудови організаційно-економічної сфери. Фактори цієї групи є, як правило, найбільш мобільними, і зміна їх у більшості випадків не потребує значних інвестицій.

Таким чином, фактори внутрішнього середовища підприємства взаємозалежні і взаємозумовлені, тому облік окремих груп факторів не дає максимально можливого результату внаслідок високої значимості синергічних зв'язків. Можливість отримання позитивного результату в значній мірі визначається не тільки резервами, які є у кожному внутрівиробничому факторі окремо, а й в системному управлінні ними з метою адаптації до змін зовнішнього середовища.

В умовах несприятливої кон'юкттури внутрішнього ринку і обмежених інвестиційних можливостей підприємств, які спостерігаються зараз в Україні, ключове значення при підвищенні конкурентоспроможності підприємства одержують організаційно-економічні і комунікаційні фактори.

Вплив усіх груп факторів, що впливають на конкурентоспроможність підприємства, визначають на основі показників, які характеризують дію цих факторів. Значення показників змінюється під впливом тих чи інших груп факторів. Аналізувати і прогнозувати ці зміни можливо тільки через певні інструменти, тобто моделі і методи оцінки конкурентоспроможності.

Список літератури:1. Губський Б. Конкурентоспроможність української економіки: орієнтири макроролітики в кризових умовах // Економіка України. – 1999. – №4. – С. 4-14. 2. Кредисов А.І., Дерев'янка О.О. Конкурентоспроможність країни та стратегія просування її експорту на світовому ринку // Економіка України. – 1997. – №5. – С. 54-58. 3. Скудар Г.М. Стратегія піднесення конкурентоспроможності підприємства: проблеми і складові успіху // Економіка України. – 2000. – №6. – С. 17-21. 4. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства (організації): Навчальний посібник / за ред. І.Ю.Сердюка. – Київ: ЦНЛ, 2003.- 186 с. 5. Харченко Т.Б. Забезпечення конкурентоспроможності підприємств як засіб ринкового реформування економіки // Актуальні проблеми економіки. – 2003. – №2. – С.70-75. 6. Фатхутдинов Р. А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент. М.: Издательско- книготорговый центр «Маркетинг», 2002. – 892 с.

Надійшла до редколегії 05.05.11