

Джарадат Т.А.

УДК 651.011

**ДОСЛІДЖЕННЯ СКЛАДОВИХ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

**Постановка проблеми.** Кожне підприємство, яке виходить на ринок з власною продукцією, намагається досягти переваги над іншими підприємствами. Можливості підприємства в досягненні такої переваги визначаються таким поняттям, як конкурентоспроможність. Від рівня конкурентоспроможності підприємств залежить місце, яке вони займають на цьому ринку. Кожне підприємство входить до складу відповідної галузі і національної економіки. Від рівня конкурентоспроможності окремого підприємства певним чином залежить конкурентоспроможність галузі і національної економіки в цілому. Для сучасного світового ринку характерне здебільшого переважання пропозиції над попитом. Як правило, певний товар пропонують одночасно багато постачальників на умовах, які мало чим відрізняються одна від одної. У цій ситуації споживач надає перевагу більш конкурентоспроможному товару, тобто товару, який на одиницю своєї вартості задовольняє більше потреб і виготовлений на вищому рівні, ніж товари конкурентів.

Конкурентоспроможністю товару є сукупність якісних і вартісних характеристик товару, яка забезпечує задоволення конкретної потреби споживача. При збуті традиційних товарів успіх у конкуренції може бути у вигляді розширення збуту продукції фірми за рахунок зменшення продаж інших фірм. При збуті принципово нових виробів успіх фірми в конкуренції виявляється в скороченні потенційних можливостей збуту інших компаній. В обох випадках фактор успіху фірм у конкуренції визначається рівнем її конкурентоспроможності. Конкуренція в найширшому розумінні цього слова означає суперництво на будь-якому поприщі між окремими юридичними або фізичними особами (конкурентами), які зацікавлені в досягненні однієї й тієї ж мети – переваги над своїми суперниками. Актуальним питанням є конкурентні складові, що забезпечують товарам тривалий попит з боку споживачів, а підприємству – конкурентоспроможність.

**Аналіз досліджень і публікацій.** Сукупність конкурентних переваг підприємствам забезпечує гнучкість і адаптивність системи управління. Відсутність гнучкої системи управління підприємствами, що дозволяє негайно і відповідним чином реагувати на зміни, що відбуваються в зовнішньому середовищі, багато в чому пояснюється відсутністю: чіткої структури управління, вертикалі супідрядності, структуризації і деталізації конкурентних переваг, фокусуванні на них основної уваги, адекватної реакції на вимоги ринкової економіки. В роботах, що характеризують досягнення конкурентних переваг важливе місце належить показникам, які повинні характеризувати та давати змогу оцінювати конкурентоспроможність підприємства [1-5]. Відсутність в роботах чіткої структури конкурентних переваг або їх складових обумовлює дослідження цієї проблеми.

**Мета статті** – наведення результатів дослідження з визначення складових конкурентоспроможності підприємства.

**Основний матеріал досліджень.** Дослідження літературних джерел свідчить про досить вузьке сприйняття структури конкурентоспроможності підприємства. Традиційно до її структури відносять: конкурентоспроможність персоналу; конкурентоспроможність підприємства; конкурентоспроможність продукції.

Конкурентоспроможність персоналу: робітників, спеціалістів, керівників підприємства – це вміння кожного з них і всім разом, як одне ціле, швидко і ефективно сприймати і реалізувати різні новинки в кожній стадії життєвого циклу продукції. Це вміння створювати вироби, які відповідають всім вимогам споживача з найменшими витратами всіх видів ресурсів.

Комплекс конкурентоспроможності товару складається з трьох груп елементів: технічних, економічних і соціально-організаційних.

Технічні параметри найжорсткіші. По них можна судити про призначення товару, його приналежності до визначеного класу продукції. Це також характеристики, що відображають техніко-конструкторські рішення. До цієї групи відносяться стандарти, норми, правила, законодавчі акти, що визначають межі зміни технічних параметрів. Це також і ергономічні показники, що відображають, наскільки товар відповідає властивостям людського організму і його психіки.

Економічні параметри представлені величиною витрат на виробництво товару: його ціною, витратами на транспортування, установку, ремонт, експлуатацію і технічне обслуговування, навчання персоналу. Разом всі ці витрати утворюють ціну споживання. Ціна споживання, як правило, вище за ціну продажу. Покупець робить витрати не тільки на придбання товару, але і на його споживання. Найбільш конкурентоздатний не той товар, за який просять мінімальну ціну на ринку, а той, у якого мінімальна ціна споживання за весь термін його служби у покупця.

Соціально-організаційні параметри – це облік соціальної структури споживачів, національних особливостей в організації виробництва, збуту, реклами товару. До організаційних умов відносять:

- забезпечення максимально можливого наближення продавців товару до показників, що впливають на зниження витрат обігу;
- доставка товару до місця споживання не тільки крупним оптом-транзитом, але і дрібними партіями через складські підприємства;
- грамотне користування транспортними статутами, кодексами, правилами перевезень, транспортними тарифами і іншими основоположними документами в цій області;
- розширення післяпродажного сервісу, що надається споживачам з гарантійним і післягарантійним обслуговуванням.

Стандарти грають велику роль у визначенні конкурентоспроможності:

- відповідність стандартам це споживацький параметр, що регламентується, порушення якого зводить конкурентоспроможність товару до нуля;
- основні вимоги споживачів до технічних показників знаходять відзеркалення в національному і міжнародному стандартах.

До комерційних умов конкурентоспроможності відносять: цінові показники; показники, що характеризують умови поставок і платежів за товари, що поставляються; показники, що характеризують особливості діючої на ринку виробників і споживачів податкової і митної системи; показники, що відображають ступінь відповідальності продавців за виконання зобов'язань і гарантій.

Рівень конкурентоспроможності визначається такими основними чинниками, як: технологія; наявність капіталів; наявність людських ресурсів; стан зовнішньої торгівлі. Критерій конкурентоспроможності – важливий елемент апарату даної категорії. Визначається стабільністю місця на своєму ринку підприємства і його продукції, а також рівнем продажі продукції підприємства на ринках.

Зразу треба звернути увагу на одну з суттєвих помилок, які роблять наші підприємства. Вона полягає в тому, що підприємство зосереджує свої зусилля на випуску окремих видів продукції, порівнюючи їх з закордонними аналогами, – не завжди кращими, – намагаються перевершити їх по деяких параметрах. Підприємство не враховує, не приймає до уваги головному, – що єдиний критерій конкурентоспроможності підприємства і його продукції, – стабільне місце їх на світовому ринку, а не разова, нехай навіть вдала угода.

Формування конкурентного розвитку підприємства припускає систематичне виконання до системи управління аграрним підприємством, ті, що розглядаються, з погляду нової парадигми управління, табл. 1.

**Таблиця 1.** Вимоги до системи управління підприємством

Загальні вимоги	Вимоги до організаційної системи управління	Вимоги до організації процесу управління
Адаптивна – пристосування до умов, що склалися	Оптимальність складу ланок управління і взаємозв'язків між ними в процесі управління	Рівномірний розподіл робіт по етапах і ланках (ритмічність)
Гнучкість – сприйнятливості до технічних і організаційних нововведень	Відповідність цілям управління	Своєчасність управлінської дії
Вдосконалення – наявність і реалізація потенційних можливостей випереджаючого розвитку	Раціональне поєднання централізації і децентралізації, спеціалізації і інтеграції функцій управління	Безперебійність і достовірність передачі інформації (надійність)
Економічність – досягнення необхідної ефективності управління при мінімальних витратах	Чіткий і збалансований розподіл обов'язків, має рацію, відповідальності	Виключення поворотно-поступальних дій, узгодженість процедур і операцій

Як впливає з табл. 1, вся сукупність вимог розділена на три групи: загальні вимоги; вимоги до організаційної системи управління; вимоги до організації процесу управління. Перше і одна з найважливіших вимог, яке пред'являється до організації управління підприємством в рамках розвитку його конкурентоспроможності, – це адаптивна, під якою розуміється пристосування підприємства до умов, що склалися в зовнішньому середовищі. Критеріями виконання цієї вимоги є наявність у підприємства готової моделі адаптації, що забезпечує адаптацію підприємства в умовах, що конкретно складаються. З вимогою адаптації нерозривно зв'язано вимогу гнучкості, що означає сприйнятливості до нововведень, яка дозволяє підприємству здійснювати впровадження нововведень і вести роботу по зміцненню його конкурентоспроможності.

Зі всієї сукупності розглянутих вимог найважливіше значення має вимогу адаптивної, виконання якої створює умови і передумови для виконання інших вимог. Організація управління сучасним підприємством, що працює в ринковому середовищі, повинна передбачати добре організований процес адаптації, що забезпечує швидко і адекватну перебудову його внутрішньої структури до дій зовнішнього середовища.

**Висновки.** Процес управління повинен бути організований ритмічно, управлінські дії повинні бути своєчасні і повинні супроводжуватися безперебійним потоком достовірної інформації. Такі вимоги, як виняток поворотно-поступальних дій, узгодженість процедур і операцій, дозволяють досягати конкурентоспроможності підприємства.

#### Джерела та література:

1. Березін О. В. Чинники та умови забезпечення конкурентної діяльності підприємств / О. В. Березін // Економіка АПК. – 2004. – № 9. – С. 126-130.
2. Бидик А. Г. Повышение конкурентоспособности аграрных предприятий / А. Г. Бидик // Экономика АПК. – 2007. – № 6. – С. 115-121.
3. Голубева С. М. Оценка конкурентоспособности предприятия и пути её повышения / С. М. Голубева, Г. А. Цопа, Н. М. Голубева // Модели на інформаційні технології в управління соціально-економічними, технічними та екологічними системами : матеріали наук.-практ. конф. (20-21 квітня, м. Луганськ). – Луганськ, 2004. – С. 66-67.
4. Иванов Ю. Б. Конкурентоспособность предприятия : оценка, диагностика, стратегия / Ю. Б. Иванов. – Харьков : Изд-во ХНЭУ, 2004. – 256 с.
5. Иванов Ю. Б. Конкурентні переваги підприємства : оцінка, формування та розвиток : монографія / Ю. Б. Иванов, П. А. Орлов, О. Ю. Иванов. – Х. : ВД "ІНЖЕК", 2008. – 352 с.