

ФАКТОРИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТА ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

У сучасних ринкових умовах інтереси суб'єктів господарювання, що функціонують у будь-якому секторі економіки, стикаються або перетинаються з інтересами інших суб'єктів, що змагаються з метою утримання і розширення частки ринку, підвищення лояльності споживачів, залучення на більш вигідних умовах обмежених економічних ресурсів і, в кінцевому рахунку, максимізації прибутку. Тому конкуренція розглядається як ключова рушійна сила і основа розвитку економіки, вдосконалення застосовуваних у процесі виробництва технологій і засобів праці[1].

Теоретичним, методичним і прикладним дослідженням конкурентоспроможності присвячені наукові праці багатьох видатних учених, зокрема, Варналій З. С., Гайдук В. А., Довбуш Р. А., Довгань Л. Є., Друкер П., Отенко І. П., Павлова В. А., Портер М., Стельмах М. В., Тарнавська Н. П., Фатхутдінов Р. А., Юданов Ю. І.

Як відомо, конкурентоспроможність підприємства складається під впливом внутрішніх факторів (стратегія, корпоративна культура, структура, забезпеченість компетенціями, ресурсами) та факторів зовнішнього середовища. Дослідження внутрішніх для підприємства факторів конкурентоспроможності дає уявлення про особливості застосовуваних підприємством методів конкурентної боротьби. Однак найчастіше реалізація цих прийомів іншими підприємствами неможлива, так як вони носять індивідуальний характер і впливають на безпосереднє оточення організацій (клієнтів, конкурентів). Основними напрямками конкуренції підприємства є залучення ресурсів і реалізація місії організації – задоволення соціально-економічних потреб суспільства у вироблених ним товарів чи послуг.

Зазначимо, що конкурентоспроможність підприємства залежить, багато в чому, і від оточення, в якому воно знаходиться. При цьому, частина елементів зовнішнього оточення можуть бути частково підконтрольні підприємству – залежати від його стратегії і тактики (ендогенні або внутрішні фактори конкурентоспроможності). А інші ж – не залежать від діяльності підприємства, їх необхідно враховувати і пристосовуватися до них (екзогенні – зовнішні факторів).

Отже, конкурентоспроможність підприємства формується не тільки самим підприємством, за допомогою реалізації стратегії, але і в значній мірі залежить від чинників зовнішнього оточення. Фактори зовнішнього середовища поділяють на галузеві та регіональні. Зазначимо, що галузі та

регіони самі є суб'єктами конкуренції, тому отримуючи переваги в конкурентній боротьбі вони надають їх підприємствам. Розглянемо механізм формування галузями та регіонам переваг для своїх підприємств.

Галузь – це сукупність виробництв, котрі володіють спільністю технології, продукції та задоволених потреб. Інститути, які здійснюють функцію управління галуззю – органи державної влади і недержавні об'єднання (союзи і асоціації). Галузі, як суб'єкту конкуренції, властиві економічні інтереси – забезпечення ефективності суспільного відтворення і розвиток. Усередині національної економіки галузь конкурує з іншими галузями за залучені ресурси, а в масштабах світової економіки галузь бореться на зовнішніх і внутрішніх ринках з іноземними виробниками. Галузь визначає форми і гостроту конкуренції між підприємствами. Фактори, що впливають на формування конкурентного середовища в галузі, представимо на рис. 1. Серед них можна виокремити ступінь монополізації галузі та пов'язане з цим антимонопольне регулювання, стан короткострокової й довгострокової кон'юнктури галузевих ринків і державне регулювання підприємств галузі.

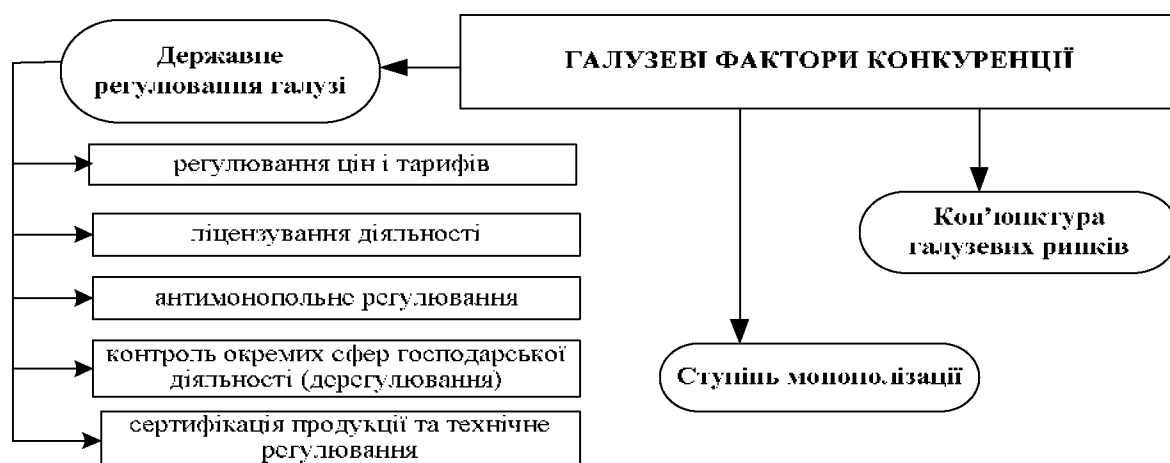


Рис. 1. Галузеві фактори конкуренції

Примітка. Побудовано автором

Головним індикатором конкурентоспроможності галузі є її ефективність, яка визначає рентабельність і, відповідно, масштаби залучених ресурсів. Основними показниками, котрі характеризують конкурентоспроможність галузі є: завантаженість потужностей; частка доданої вартості; норма прибутку; рівень доходів зайнятих у галузі; технологічний рівень галузі; частка випуску галузі в ВВП країни; співвідношення вітчизняної та імпоротної продукції на внутрішньому ринку; частка експорту галузі в світовому зовнішньоторговельному обороті; відносна експортна орієнтація в галузі.

Підвищення конкурентоспроможності галузі, а разом з тим і підприємств, що її формують, може здійснюватися за допомогою таких інструментів: протекціонізм; лобізм; формування замовлення

галузі; формування зв'язків з постачальниками обладнання та сировини; модернізація технологічного оснащення галузі.

Конкуренція регіонів – процес більш складний і багаторівневий. Сама природа конкуренції має як політичне, так і економічне підґрунтя. Проте, переваги і загрози, котрі отримує регіон у конкурентній боротьбі поширюються на усі економічні суб'єкти на території регіону. Зазначимо, що регіони через органи влади конкурують за повноваження з владою інших рівнів. Однією з передумов соціально-економічного розвитку виступає конкурентна боротьба між регіонами, котра ведеться за залучення ресурсів. При цьому, органи влади регіону ухвалюють економічні рішення щодо формування і реалізації програм розвитку.

Конкурентоспроможність підприємства формується завдяки рішеннями низки суб'єктів, серед яких можна виокремити самі підприємства і організації, що формують їх оточення: бізнес-спільноти, котрі, як правило, представляють галузеві інтереси, органи влади різних рівнів, які формують економічну політику, та наукові співтовариства.

Отже, елементи зовнішнього оточення також є економічними суб'єктами і системами, частиною яких є підприємства. Ці елементи, що володіють власною конкурентоспроможністю, також чинять вплив на конкурентоспроможність підприємства і сприяють її підвищенню.

Список використаних джерел

1. Крисько Ж. Л. Сутність конкурентоспроможності через вивчення природи конкуренції [Електронний ресурс]/ Ж. Л. Крисько // Глобальні та національні проблеми економіки. Електронне наукове фахове видання. – Випуск № 22. – Миколаїв, 2018. – Режим доступу: <http://global-national.in.ua/issue-22-2018>. С. 399-403. – Назва з екрану.

Лідія КРУП'ЯК

Тернопільський національний економічний університет,
м. Тернопіль

Ірина КРУП'ЯК

Тернопільський національний економічний університет,
м. Тернопіль

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ ЕКОНОМІКИ

Перехід до дієвої державної політики інноваційного розвитку України є одним із першочергових завдань державного управління. Стратегія втілення цієї політики має здійснюватися на системній і послідовній основі. Всі учасники інноваційного процесу мають бути зацікавлені у поєднанні їх інтересів і зусиль у створенні і застосуванні нових знань та технологій з метою виходу на внутрішній і зовнішні ринки з високотехнологічною продукцією. Водночас, в економіці України домінують низькотехнологічні