

УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ

MANAGEMENT OF COMPETITIVENESS OF ENTERPRISES

В умовах глобалізації та інтеграції підприємств України в світовий простір, який супроводжується невизначеністю та кризою в економіці, важливим є чітке розуміння сутності процесу управління конкурентоспроможністю підприємств. У статті розглянуто еволюцію економічної думки щодо конкурентоспроможності підприємства. Визначено періоди становлення та розвитку системи управління конкурентоспроможністю. Узагальнено сучасні погляди на управління конкурентоспроможністю підприємств в умовах нестабільного ринкового середовища. Визначено, що погляди науковців щодо досліджуваного поняття групуються з точки зору функцій управління, менеджменту, сукупності певних дій та способів впливу та процесу управління. Встановлено, що на конкурентоспроможність підприємства впливають як зовнішні, так і внутрішні фактори. Висвітлено певні детермінанти формування парадигми управління конкурентоспроможністю підприємства.

Ключові слова: конкуренція, конкурентоспроможність, управління конкурентоспроможністю, підприємство.

В условиях глобализации и интеграции предприятий Украины в мировое пространство, которое сопровождается неопределенностью и кризисом в экономике, важно четкое понимание сущности процесса управления конкурентоспособностью предприятий. В статье рассмотрена эволюция экономической мысли конкурентоспособности предприятия. Определены периоды становления и развития системы управления конкурентоспособностью предприятий в условиях нестабильной рыночной среды. Определено, что взгляды ученых о конкурентоспособности предприятия группируются с точки зрения функций управления, менеджмента, совокупности определенных действий и способов воздействия и процесса управления. Установлено, что на конкурентоспособность предприятия влияют как внешние, так и внутренние факторы. Рассмотрены отдельные детерминанты формирования парадигмы управления конкурентоспособностью предприятия.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентоспособность, управление конкурентоспособностью, предприятие.

УДК 339.137.2

<https://doi.org/10.32843/bSES.51-39>

Храпкина В.В.

д.е.н., професор кафедри маркетингу та управління бізнесом
Національний університет
«Києво-Могилянська академія»

Khrapkina Valentyna

National University
of «Kyiv-Mohyla Academy»

In the context of globalization and integration into the world space, which is accompanied by uncertainty and crisis in the economy, enterprises are the main link of the state economy, as well as the driving force of creating society's products and providing the necessary services. That is why special attention should be paid to the development of such a mechanism, which would not only create favorable conditions for the efficient operation of enterprises, but also provide it with a high level of competitiveness. The formation of competitive relations contributes to the creation of a developed, civilized market. The stable position of enterprises in the market is ensured primarily by its internal policy, which orients all employees to the active and purposeful development of activities in a continuous environment. This indicates the relevance of the study and the importance of a clear understanding of the essence of the process of managing the competitiveness of enterprises. The article considers the evolution of economic thought regarding the competitiveness of the enterprise. The periods of formation and development of the competitiveness management system are determined. The peculiarities of economic thought in each period are highlighted and theories of competitiveness are characterized. The huge variety of scientific approaches adds some ambiguity to the definition of the mechanism of managing the competitiveness of the business entity. It is determined that the views of scientists on the studied concept are grouped in terms of functions of management, management, a set of certain actions and ways of influence and management process. The article summarizes modern views on managing the competitiveness of enterprises in an unstable market environment. The competitiveness of the enterprise is considered as a generalizing, synthetic concept, which is formed under the influence of a set of different factors that affect all areas of business. It is established that the competitiveness of the enterprise is influenced by both external and internal factors. Certain determinants of the formation of the paradigm of enterprise competitiveness management are highlighted.

Key words: competition, competitiveness, competitiveness management, enterprise.

Постановка проблеми. Підприємство є основою ланкою економіки держави, а також рушійною силою створення потрібної суспільству продукції та надання необхідних послуг. Саме тому особливу увагу потрібно приділити розробці такого механізму, який би не тільки створив сприятливі умови для ефективного функціонування підприємств, а й забезпечив йому високий рівень конкурентоспроможності. Формування конкурентних відносин сприяє створенню розвинутого, цивілізованого ринку. Стійке положення підприємств на ринку забезпечується в першу чергу його внутрішньою політикою, яка орієнтує всіх співробітників на активний та цілеспрямований розвиток діяльності в умовах безперервних змін зовнішнього середовища [1].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Ґрунтовні дослідження у сфері управління конкурентоспроможністю підприємств проведено такими відомими вченими-економістами як:

Г. Азоєв, В. Андрійчук, І. Ансофф, А. Бревнов, А. Градов, О. Гудзинський, Л. Ємчук, О. Єрмаков, В. Збарський, В. Ільїн, М. Ільчук, С. Кваша, Ф. Котлер, Ю. Лупенко, П. Макаренко, М. Місюк, Н. Мойсєєва, О. Мороз, Б. Пасхавер, М. Портер, А. Романов, П. Саблук, Н. Симєєнова, В. Ткачук, А. Томпсон, О. Ульянченко, О. Школьніий, О. Шубравська, А. Юданов, І. Яців та ін. Разом з тим, глибокі системні трансформації зовнішніх та внутрішніх умов ведення бізнесу, які зазвичай мають хаотичний і невизначений характер, а також стрімкий розвиток методів економічних досліджень зумовлюють необхідність узагальнення існуючих та розробки нових підходів щодо управління конкурентоспроможністю підприємств.

Постановка завдання. Метою роботи є дослідження генезису, узагальнення підходів щодо управління конкурентоспроможністю підприємства, визначення орієнтирів для формування

парадигми управління конкурентоспроможністю підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Поява терміну «конкуренція» припадає на початок XVII ст., коли відбулось зародження ринкових відносин та виникло суперництво між економічно розвинутими країнами. Тогочасні ринки товарів (як національні, так і світові) мали здебільшого монополістичну природу та обмежувались одним або кількома учасниками [2].

Досліджуючи конкурентоспроможність підприємств, зазначимо, що економічна теорія виокремила кілька періодів еволюції економічної думки щодо конкурентоспроможності підприємства (таблиця 1).

На сучасному етапі функціонування економіки тільки наявність робочої сили, капіталу та сировини вже практично не забезпечує конкурентоспроможність підприємства. Важливими стають їх розподіл та скеровування у правильному напрямку задля досягнення найбільшого ефекту [3].

Слід погодитися з Т.В. Воронько-Невідничою, яка зазначає, що конкурентоспроможність підприємства – це узагальнює, синтетичне поняття, яке складається під впливом сукупності різних чинників, що впливають на всі сфери господарювання суб'єкта. До цих факторів належать фінансова стійкість, прибутковість підприємства, рівні автоматизації і механізації праці підприємства, доступ до ринку ресурсів та нових технологій, якість вироблених товарів, масштабність проведення та впровадження науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт тощо [4].

Величезна різноманітність наукових підходів вносить певну неоднозначність і у визначення

механізму управління конкурентоспроможністю підприємства.

Так, Л.В. Балабанова [5, с. 29–30] визначає його як сукупність управлінських дій, спрямованих на дослідження діяльності активних і потенційних конкурентів, їх сильних і слабких сторін, а також розроблення конкурентних стратегій, що забезпечують формування й підтримку довгострокових конкурентних переваг.

Г.С. Бондаренко [6, с. 5–6] зазначає, що це систематичний, планомірний і цілеспрямований вплив на систему конкурентоспроможності для збереження її стійкості чи переведення з одного стану в інший за допомогою необхідних і достатніх способів і засобів впливу.

Цікавою є позиція М.М. Галелюка [7, с. 15], який стверджує, що це конкретна функція менеджменту, що реалізується через здійснення загальних функцій для підтримання та підвищення конкурентоспроможності підприємства та його товарів, що є складниками єдиної системи.

Іншої думки А.В. Солов'янчик, яка розглядає управління конкурентоспроможністю підприємства як набір управлінських дій з метою забезпечення успішної діяльності підприємства та його розвитку за нестабільних умов господарювання та динамічності зовнішніх та внутрішніх чинників впливу [8, с. 53].

О.А. Гавриш зазначає, що це система заходів, що спричиняють позитивний вплив на рівень конкурентоспроможності підприємства задля приведення його до бажаного стану і утримання конкурентних позицій в перспективі [9].

Дещо іншої думки П.І. Жураківський, який вважає, що управління конкурентоспроможністю під-

Таблиця 1

Еволюція економічної думки щодо конкурентоспроможності підприємства [2]

Період	Характеристика періоду	Теорії конкурентоспроможності	Об'єкт дослідження	Особливості економічної думки
1	2	3	4	5
XVII–XIX ст.	Промислова революція. Ринки чистої конкуренції. Виникнення монополістів	Теорії цінової конкуренції	Окремі фактори конкурентоспроможності та інструменти впливу на них	Накопичення знань про конкурентоспроможність
Перша половина XX ст.	Індустріалізація економіки. Ринки монополістичної конкуренції	Теорії ефективного управління	Групи факторів конкурентоспроможності та інструменти впливу на них	Систематизація та узагальнення знань про конкурентоспроможність
Друга половина XX ст.	Виникнення феномену стрімкого випередження стійких лідерів ринку новоствореними компаніями	Теорії стратегічного управління	Методика формування конкурентних переваг	Стратегічний підхід до дослідження конкурентних переваг
1990-ті рр. та пізніше	Глобалізація та інформатизація економіки. Розвиток інтеграційних процесів	Теорії співконкуренції	Алгоритм ведення конкурентної боротьби	Синергетичний підхід до дослідження конкурентних переваг

приємства – це система управлінських дій з метою забезпечення успішної діяльності фірми в конкурентному середовищі через створення відповідних умов та формування конкурентних переваг для перспективного зростання [10].

О.І. Драган розглядає це поняття як систему цілеспрямованих управлінських дій, які забезпечують фінансову стійкість, вибір стратегії розвитку підприємства та досягнення його конкурентоспроможності та конкурентоспроможності продукції, що випускається на вітчизняному та міжнародному ринках [11, с. 84].

Отже, досліджуючи сутність поняття управління конкурентоспроможністю підприємства, зазначимо, що є група науковців, які розглядає це поняття з точки зору функцій управління, менеджменту, інша – з точки зору сукупності певних дій та способів впливу, третя група як процес управління.

Сучасна концепція управління конкурентоспроможністю підприємства має враховувати фактори, які впливають на конкурентоспроможність підприємства. Вони можуть бути як внутрішніми, так і зовнішніми:

До внутрішніх факторів можна віднести наступні:

- організаційно-правова форма підприємства;
- структура підприємства;
- науково-технічний рівень виробництва;
- соціальний потенціал підприємства;
- культура;
- ресурси;
- психологічний клімат колективу;
- налагодженість шляхів постачання;
- створення ділового іміджу.

Серед зовнішніх факторів виокремлюються:

- ринок товарів, технологій, робочої сили;
- фондовий ринок;
- виробниче середовище;
- науково-технічне середовище;
- соціальне середовище;

– державне регулювання тощо.

Формування парадигми управління конкурентоспроможністю підприємства повинно базуватися на певних пріоритетах, представлених на рис. 1.

1. Слід звернути увагу на наступне: формування нового стратегічного мислення не повинно зводитися до стратегічного планування.

2. Забезпечення ієрархічності і наскрізності управління: підприємство як відкрита система розглядається у якості частини системи вищого порядку, під якою розуміють конкурентне середовище.

3. Розуміння чинника часу як пріоритетного у конкурентній боротьбі. Група американських фахівців Бостонської консалтингової групи (БКГ) підкреслює, що сучасною інновацією є конкуренція на основі часу: вимогою до працівників у ефективних компаніях повинен стати перехід від конкурентних переваг і якості до конкурентних переваг, якості і своєчасного реагування.

4. Сприйняття управління конкурентоспроможністю як інноваційного процесу. Побудова стратегічних конкурентних переваг можливе на основі формування і розвитку інноваційного активного індивіда та інноваційного типу поведінки.

5. Урахування глобальної тенденції інтелектуалізації економіки. Успіх стратегії конкуренції залежить від рівня використання інтелектуальних технологій.

6. Трансформація управління ресурсами в управління знаннями, що видається логічним і пов'язується з необхідністю формування інтелектуального потенціалу підприємства як запоруки його успішного функціонування. Фахівці підкреслюють, що сьогодні відмінності у господарських результатах конкуруючих підприємств можна інтерпретувати як наслідки асиметрії між ними у знаннях.

7. Сприйняття підприємства як організації, що самонавчається. В організації завжди має виявлятися

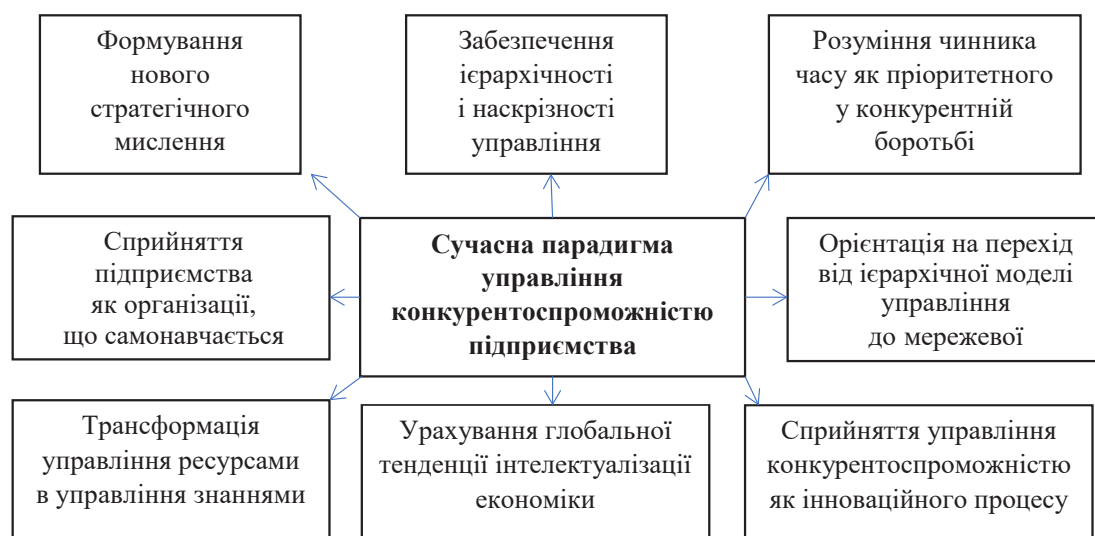


Рис 1. Основні детермінанти парадигми управління конкурентоспроможністю підприємства

Джерело: укладено на підставі [12]

діалектична єдність процесів єдиноначальності і групової самоорганізації, і ця діалектична взаємодія дозволяє розкрити дійсну сутність діяльності керівника.

8. Орієнтація на перехід від ієрархічної моделі управління до мережевої. Перспективна модель управління конкурентоспроможністю підприємства передбачає урахування процесів поширення нових форм організаційних утворень (ланцюгів) та форм конкуренції [12].

Висновки з проведеного дослідження. Отже, управління конкурентоспроможністю підприємства пропонується розглядати як узагальнююче, синтетичне поняття, яке складається під впливом сукупності різних чинників, що впливають на всі сфери господарювання підприємства. Це складний процес управління, спрямований на формування конкурентних переваг у сучасних нестабільних умовах на основі раціонального використання ресурсів, ефективного позиціонування власної продукції, забезпечення фінансової стійкості тощо. Формування нової парадигми управління конкурентоспроможністю підприємства повинно враховувати формування нового стратегічного мислення, забезпечення ієрархічності і наскрізності управління, чинника часу, інноваційного процесу, урахування глобальної тенденції інтелектуалізації економіки тощо.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Кириченко Л. Механізм управління конкурентоспроможністю підприємств. *Вісник КНТЕУ*. 2009. № 1. С. 62–66.
2. Николіук О.М. Формування конкурентоспроможності сільськогосподарського підприємства: теорія, методологія, практика. Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису. Ж., 2017. 506 с.
3. Халімон Т.М. Стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2016. Вип. 10(2). С. 117–120.
4. Воронько-Невіднича Т.В., Василенко М.В., Лещин Д.І. Управління конкурентоспроможністю підприємства в умовах нестабільного ринкового середовища. *Економіка та управління підприємствами*. 2018. Випуск 21. С. 251–254.
5. Балабанова Л.В. Управление конкурентоспособностью предприятий на основе маркетинга: [монография] / Л.В. Балабанова, А.В. Кривенко. Донецк: ДонГУЭТ им. М. Туган-Барановского, 2004. 147 с.
6. Бондаренко Г.С. Управління конкурентоспроможністю автотранспортного підприємства: автореф. дис. ... канд. економ. наук: спец. 08.06.02 «Підприємництво, менеджмент та маркетинг». Х., 2001. 19 с.
7. Галелюк М.М. Система управління конкурентоспроможністю машинобудування підприємства. *Вісник економічної науки України*. 2008. № 2. С. 15–21.
8. Солов'янчик А. В. Стратегічне управління конкурентоспроможністю підприємства ринку послуг. *Управління розвитком*. 2005. № 4(182), С. 48–54.

9. Гавриш О.А. Принципи управління рівнем конкурентоспроможності підприємств. *Ефективна економіка*. 2013. № 10. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1774>

10. Діденко О.Є., Жураківський П.І. Модель управління конкурентоспроможністю підприємства. *Ефективна економіка*. 2017. № 5. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5590>

11. Драган О.І. Управління конкурентоспроможністю підприємств (теоретичні аспекти): монографія. Київ: ДАККіМ, 2006. 160 с.

12. Тарнавська Н.П. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теорія, методологія, практика. Тернопіль: Економічна думка, 2008. 570 с.

REFERENCES:

1. Kyrychenko L. (2009) Mekhanizm upravlinnia konkurentospromozhnistiu pidpriemstv. *Visnyk KNTEU*, no. 1, pp. 62–66.
2. Nykoliuk O.M. (2017) Formuvannia konkurentospromozhnosti silskohospodarskoho pidpriemstva: teoriia, metodolohiia, praktyka. Kvalifikatsiina naukova pratsia na pravakh rukopysu. Zh., 506 p.
3. Khalimon T.M. (2016) Stratehii pidvyshchennia konkurentospromozhnosti pidpriemstva. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu. Seriia: Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny ta svitove hospodarstvo*, vol. 10(2), pp. 117–120.
4. Voronko-Nevidnycha T.V., Vasilenko M.V., Lieshchyn D.I. (2018) Upravlinnia konkurentospromozhnistiu pidpriemstva v umovakh nestabilnoho rynkovoho sere-dovyshcha. *Ekonomika ta upravlinnia pidpriemstvamy*, vol. 21, pp. 251–254.
5. Balabanova L.V. (2004) Upravlenye konkurentospromozhnostiu predpriaty na osnove marketynha: [monohrfyia] / L.V. Balabanova, A.V. Kryvenko. Donetsk: DonHUET im. M. Tugan-Baranovskoho, 147 p.
6. Bondarenko H.S. (2001) Upravlinnia konkurentospromozhnistiu avtotransportnoho pidpriemstva: avto-ref. dys. ... kand. ekonom. nauk: spets. 08.06.02 «Pidpriemnytstvo, menedzhment ta marketynh». Kh., 19 p.
7. Haleliuk M.M. (2008) Systema upravlinnia konkurentospromozhnistiu mashynobuduvannia pidpriemstva. *Visnyk ekonomichnoi nauky Ukrainy*, no. 2, pp. 15–21.
8. Solovianchuk A.V. (2005) Stratehichne upravlinnia konkurentospromozhnistiu pidpriemstva rynku posluh. *Upravlinnia rozvytkom*, no. 4(182), pp. 48–54.
9. Havrysh O.A. (2013) Pryntsypu upravlinnia rivnem konkurentospromozhnosti pidpriemstv. *Efektivna ekonomika*, no. 10. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1774>
10. Didenko O.Ye., Zhurakivskiy P.I. (2017) Model upravlinnia konkurentospromozhnistiu pidpriemstva. *Efektivna ekonomika*, no. 5. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5590>
11. Drahan O.I. (2006) Upravlinnia konkurentospromozhnistiu pidpriemstv (teoretychni aspekty): monohrfiia. Kyiv: DAKKIM, 160 p.
12. Tarnavska N.P. (2008) Upravlinnia konkurentospromozhnistiu pidpriemstv: teoriia, metodolohiia, praktyka. Ternopil: Ekonomichna dumka, 570 p.