

О. В. Побережець

кандидат економічних наук, доцент доцент кафедри бухгалтерського обліку, аналізу та аудиту

Н. Г. Казінова

аспірантка кафедри бухгалтерського обліку, аналізу та аудиту

ДОСЛІДЖЕННЯ МЕТОДІВ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Сучасна економіка встановлює чіткі вимоги щодо підвищення рівня конкурентоспроможності підприємств, оскільки необхідною умовою функціонування кожного підприємства є досягнення стабільного фінансового стану і незмінного поліпшення організації виробництва згідно зі зміною кон'юнктури ринку. У зв'язку з цим обґрунтування підходів щодо дослідження процесу змін, розробка системи заходів для зміцнення та досягнення конкурентних переваг підприємства є актуальними.

Сьогодні більшість вчених визначають конкурентоспроможність підприємства як узагальнюючу оцінку його конкурентних переваг у питаннях формування ресурсного потенціалу, якості задоволення споживчого попиту та досягнутої за рахунок цього ефективності функціонування господарської системи на момент чи протягом періоду оцінювання [1, с. 65].

Конкурентоспроможність базується на якості, швидкості прийняття рішень, технічних перевагах, обслуговуванні та диференціації продукту.

Від рівня конкурентоспроможності підприємства залежить його прибутковість. При цьому розробка заходів щодо підвищення конкурентоспроможності підприємства стає основним завданням сучасних підприємств України.

На думку деяких авторів, конкурентоспроможність підприємства — це його здатність до ефективної господарської діяльності і забезпечення прибутковості в умовах конкурентного ринку, тобто це здатність забезпечити випуск і реалізацію конкурентоспроможної продукції, яка має будь-які переваги в порівнянні з продукцією інших товаровиробників [2, с. 69].

Підвищення конкурентоспроможності потребує управління та наявність стратегічного підходу підприємства, тобто для

ефективного функціонування підприємства необхідна розробка стратегії такого підвищення з врахуванням всіх аспектів сприяння та протидії.

Значний вплив на рівень конкурентоспроможності підприємства здійснює сам ринок, тобто ринкове середовище, у якому функціонує підприємство, та його особливості.

Існують загальні методи підвищення конкурентоспроможності підприємства, проте шляхи підвищення конкурентоспроможності окремого підприємства повинні розглядатися на основі сфери діяльності, організаційної структури та інших факторів.

Підвищення конкурентоспроможності підприємства необхідно розглядати як послідовний процес пошуку й реалізації управлінських рішень у всіх сферах його діяльності, здійснюваний планомірно, відповідно до обраної стратегії довгострокового розвитку, з урахуванням змін у зовнішньому середовищі та стану засобів самого підприємства і внесенням відповідних коректив [3, с. 146].

До організаційних заходів, що підвищують рівень конкурентоспроможності підприємства, відносять [4, с. 31]:

- забезпечення пріоритетності продукції;
- зміну якості виробів та їх технічних параметрів з урахуванням попиту споживачів;
- виявлення переваг товару порівняно із заміниками;
- виявлення недоліків товарів-аналогів, які випускають конкуренти;
- вивчення заходів конкурентів з удосконалення аналогічних товарів;
- виявлення й використання цінних факторів підвищення конкурентоспроможності продукції;
- нові пріоритетні сфери використання продукції;
- вплив безпосередньо на споживача шляхом штучного обмеження надходження на ринок нових товарів, проведення реклами, надання грошового або товарного кредиту.

Підвищення конкурентоспроможності підприємства і збільшення його частки на ринку можна досягти за допомогою вказаних шляхів. При цьому одним із найефективніших чинників даного процесу на підприємстві є впровадження інновацій, що сприяє досягненню ринкових переваг завдяки випередженню конкурентів у часі [3, с. 147].

Таким чином, підтримка високого рівня конкурентоспроможності дає можливість значно підвищити прибутковість підприємства, використовуючи такі шляхи, як ґрунтовне вивчення попиту споживачів і аналіз конкурентів, ефективна рекламна політика, створення нової продукції (активізація інноваційної діяльності), модернізація обладнання, покращення якісних характеристик продукції, автоматизація всіх виробничих процесів та зниження витрат.

Література

1. Балабанова Л. В. Управління конкурентоспроможністю підприємств на основі маркетингу [Текст] : монографія / Л. В. Балабанова, А. В. Кривенко. — Донецьк : ДонДУЕТ ім. Туган-Барановського, 2013. — 147 с.
2. Волинський Г. О. Про конкурентні переваги в умовах глобалізації [Текст] / Г. О. Волинський // Економіка України. — 2013. — № 22. — С. 68-72.
3. Гончарук А. О. Методи підвищення конкурентоспроможності підприємства [Текст] / А. О. Гончарук // Управління розвитком. — 2014. — № 3. — С. 145-147.
4. Довбенко В. І. Чинники підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств за умов глобалізації [Текст] / В. І. Довбенко // Зовнішня торгівля: право та економіка. — 2014. — № 26 (35). — С. 29-35.