

УДК 351:330

КОНКУРЕНЦІЯ ЯК СПОСІБ СПІВІСНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ РИНКОВОГО СЕРЕДОВИЩА

Верозуб О.С.

Київський національний лінгвістичний університет

У статті розглянуто актуальні проблеми конкурентоспроможності підприємства та її взаємозалежність від ефективності діяльності підприємства та якості продукції. Розглянуто комплекс характеристик, які визначають конкурентну позицію продукції на ринку.

Ключові слова: конкурентоспроможність, конкурентоздатність, якість продукції, система управління якістю, стандарт.

Постановка проблеми. Конкурентоспроможність є способом виживання в сучасному ринковому середовищі, що робить дану проблему надзвичайно актуальною і привертає увагу вітчизняних та зарубіжних науковців. В сучасній науковій літературі значна увага приділяється ідентифікації поняття «конкурентоспроможність», та близьких йому за значенням понять: «конкуренція», «конкурентоздатність», «конкурентна позиція»; опису методик і алгоритмів визначення конкурентоспроможності різних об'єктів.

Проте категорія конкурентоспроможності синтезує в собі більш глибокий комплекс понять і категорій які в прямому і зворотному зв'язку знаходяться з нею. Ринкова конкуренція об'єктивно обумовлює необхідність підвищення якості та ефективності виробництва продукції чи надання послуг. Якість і ефективність в свою чергу формують конкурентоспроможність і конкурентоздатність продукції і самого підприємства, що забезпечує йому новий рівень конкурентної позиції. Дана система взаємовпливу та ступінь цього взаємовпливу і потребує більш глибокого розгляду проблеми конкурентоспроможності.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Значний внесок у розвиток теорії та практики конкуренції та конкурентоспроможності підприємства зробили такі вітчизняні та зарубіжні вчені-економісти, як: Б.В. Буркінський, В.А. Василенко, В.І. Гринчуцький, І.З. Должанський, А.П. Наливайко, Т.І. Ткаченко, Л.С. Шевченко, Н. Герчикова, М. Портер, А.Ю. Юданов та інші. У своїх наукових працях вони виявили різні підходи щодо управління конкурентоспроможністю.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Проблема конкуренції займає вагомe місце у вітчизняних та зарубіжних наукових дослідженнях, проте не вирішеними є проблеми взаємодії конкуренції та якості продукції підприємства, які напряму зв'язані між собою.

Конкуренція як спосіб співіснування підприємств в умовах стрімких змін ринкового середовища теж постійно змінюється. Змінюються її форми та методи прояву, змінюються фактори впливу конкуренції на якість та ефективність

продукції, тому механізми цих впливів потребують більш глибокого дослідження.

Мета статті. Ключовою метою статті є дослідження сучасних тенденцій розвитку ринкової конкуренції та її впливу на конкурентоспроможність та управління якістю продукції сучасного підприємства.

Виклад основного матеріалу. Жорсткі умови конкуренції змушують підприємства у цілях підвищення конкурентоспроможності шукати нові форми організації діяльності.

Конкурентоспроможність – це комплекс споживчих властивостей товару, що визначає його відмінність від інших аналогічних товарів за ступенем і рівнем задоволення потреб покупців і витрат на його придбання та експлуатацію [5]. Крім того, конкурентоспроможність – це порівняльна характеристика товару, що містить комплексну оцінку всієї сукупності виробничих, комерційних, організаційних і економічних показників щодо виявлених вимог ринку або властивостей іншого товару.

Часто в науковій літературі між категоріями «конкурентоспроможність» та «конкурентоздатність» ставлять знак рівності, проте конкурентоздатність – це здатність певного об'єкта (товару, підприємства, регіону, країни) витримувати конкуренцію порівняно з аналогічними об'єктами на даному ринку. Конкурентоспроможність – це комплекс характеристик об'єкта (товару, підприємства, регіону, країни), який визначає його потенційний результат на ринку. Конкурентоздатність визначається відносно об'єктів, які вже діють на ринку, а конкурентоспроможність – новостворених, тобто до тих, які тільки мають виходити на ринок. Конкурентоздатність підприємства – це відносна комплексна характеристика, що виражає відмінність у розвитку конкретного підприємства від розвитку інших за ступенем задоволення товарами потреб споживачів і за ефективністю виробничої діяльності.

Під управлінням конкурентоспроможністю продукції слід розуміти процес планування, забезпечення необхідного рівня підвищення конкурентоспроможності продукції за допомогою цілеспрямованого впливу на

умови і чинники, що формують конкурентоспроможність. При цьому конкурентоспроможність продукції створюється в рамках функціонування певних процесів: дослідження, розробки, виготовлення і споживання [3]. Складові управління конкурентоспроможністю продукції представлені на рис. 1.

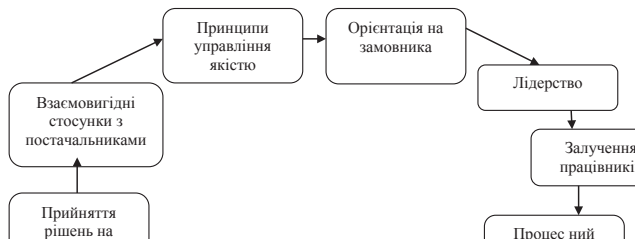


Рис. 1. Складові управління конкурентоспроможністю продукції

Якість продукції – головний фактор, але не єдиний, тому що основною умовою конкурентоспроможності є збір якісної інформації тих елементів, які впливають на конкурентоспроможність підприємства. Система управління якістю відповідає за план діяльності підприємства, який спрямовано на розробку і впровадження комплексного підходу щодо забезпечення та підвищення якості продукції. Підвищення якості дає підприємству можливість бути кращим і мати значний попит на продукцію, але за умови комплексної роботи всіх систем.

Система управління якістю – це розроблення та впровадження більш якісної продукції. Першим етапом такого впровадження є виконання рекомендацій покращення якості продукції опираючись на стандарт ISO, який дає уточнення, що саме потрібно робити підприємству. Другим етапом, стає розробка нових або удосконалення старих нормативних документів.

Стандарти ISO серії 9000 розроблено, щоб допомогти організаціям незалежно від їхнього типу та розміру запровадити та забезпечити функціонування ефективних систем управління якістю [6].

ISO 9000 описує основні положення систем управління якістю та визначає термінологію стосовно систем управління якістю.

ISO 9001 встановлює вимоги до системи управління якістю для випадків, коли організація має продемонструвати свою спроможність поставляти продукцію, що відповідає вимогам замовників і застосованих регламентів, а також прагне підвищувати задоволеність замовників.

ISO 9004 подає настанови щодо результативності та ефективності системи управління якістю. Призначеність цього стандарту – поліпшувати показники діяльності організації, а також задовольняти замовників та інших зацікавлених сторін.

ISO 19011 подає настанови щодо проведення аудиту систем управління якістю та екологічного управління.

Разом вони формують узгоджену серію стандартів на системи управління якістю, яка сприяє взаєморозумінню в національній та міжнародній торгівлі.

Установлено вісім принципів управління якістю, які найвище керівництво може застосовувати, з метою поліпшення показників діяльності підприємства (рис. 2) [7].

Підприємства працюють на себе та на своїх замовників, вони залежать від них і тому завжди повинні працювати на результат і передбачати майбутні потреби замовників, задовольняти їхнім вимогам та намагатися перевищити очікування. Керівники мають вплив на робочий колектив, в якому повинні встановити єдність колективу та формулювати напрями діяльності підприємства. Їм потрібно створити та підтримувати внутрішнє середовище, де працівники злагоджено працюють, щоб прийти до спільної мети, поставленої перед підприємством.

Основу підприємства на всіх рівнях становлять працівники, і їх спільна мета дає змогу використовувати їхні здібності та потенціал на користь підприємства. Найефективніше досягають позитивного результату, коли діяльність та ресурси не розглядають окремо, а керують ними як одним процесом.

Якщо розуміти взаємозв'язок процесу та управління ним як загальну систему, то це сприятиме ефективному досягненню поставлених цілей підприємства.

Поліпшення загальних показників діяльності підприємства потрібно зробити першочерговою ціллю. Якісно проаналізувавши данні та інформацію, можна знайти ефективні рішення будь-якої проблеми, які раніше не могли бути вирішені. Підприємство та його постачальники залежать один від одного та підвищують спроможність обох сторін створювати цінності.

Всі принципи управління якістю являються основою стандартів на системи управління якістю в межах стандартів ISO серії 9000. Система управління якістю доповнює систему управління конкурентоспроможністю

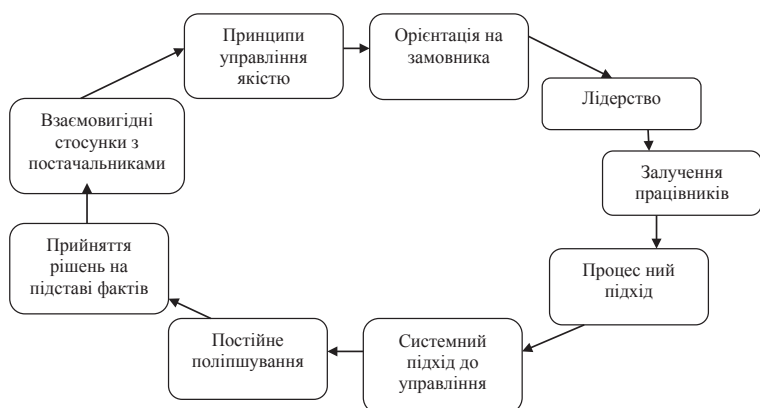


Рис. 2. Принципи управління якістю

тої в ринкових умовах. Саме тому, найвища конкурентоспроможність буде досягнута, за умови що всі елементи цілої системи будуть взаємопов'язані. Щоб забезпечити високу конкурентоспроможність, необхідно визначити ряд наступних задач: дослідити потреби споживачів; проаналізувати розвиток споживачів; оцінити поведінку та можливість конкурентів; дослідити розвиток ринку, середовище; виготовлення особового товару.

Якщо аналізувати конкурентне середовище на ринку, можна визначити ряд факторів, які впливають на відношення покупців до підприємства та його продукції. Фактори можна розділити на дві основні групи: зовнішні та внутрішні.

Зовнішні фактори визначаються ринковою ситуацією на зовнішньому середовищі і їх виникнення не залежить від діяльності підприємств. Внутрішні фактори та їх прояв цілком залежить від функціонування підприємства та його системи управління.

Усі фактори, щоб вплинути на конкурентоспроможність будуть розглядатися і служити додатковою конкурентною перевагою тільки тоді, коли будуть здійснювати позитивний вплив на діяльність підприємства. Конкурентоспроможність підприємства формує конкурентоспроможність галузі, яку можна визначити тоді, коли в неї сформовані економічні, технічні та соціально-організаційні умови для створення, виробництва і збуту продукції високої якості [8, 9].

До економічних факторів належить ціна та всі її похідні, до яких відносяться собівартість, форми і рівень зарплати, затрати на технічне обслуговування і ремонт, ступінь підвищення продуктивності суспільної праці та інші.

До технічних факторів належать: конструкція, схема послідовного зв'язку елементів, система резервування, схемні рішення, технологія виготовлення, засоби технічного обслуговування і ремонту, технічний рівень бази проектування, виготовлення, експлуатації та інші.

До організаційних факторів належать: розподіл праці і спеціалізація, форми організації виробничих процесів, ритмічність виробництва, форми і методи контролю порядок пред'явлення і задачі продукції, форми і способи транспортування, зберігання, експлуатації (споживання), технічного обслуговування, ремонту та інші.

Сучасні форми та методи конкуренції що виражаються такими силами як: поява нових конкурентів; поява товарів і послуг-замінників; торг постачальників; торг покупців; суперництво вже наявних конкурентів, породжують конкурентоспроможність.

Конкурентоспроможність на внутрішньому та на зовнішньому ринку формує конкурентну перевагу, яка залежить від ефективності використання ресурсів, якими володіє і вільно розпоряджається підприємство.

Конкурентну перевагу можна побачити завдяки економічним факторам, які характеризують економічну ефективність продаж:

- додатковий прибуток;
- більш висока рентабельність;
- ринкова частка;
- обсяг продаж.

Конкурентна перевага – головна мета і результат діяльності підприємства. І щоб її утримати, необхідно визначити джерело переваги, кількість реальних джерел переваги та постійно модернізувати виробництво.

Конкурентоспроможність продукції та конкурентоспроможність підприємства співвідносяться між собою як частина та одне цілей.

Підприємства на сьогоднішній день для виконання поточкових процесів використовують логістичні системи. На конкретному ринку збуту успіху досягають тільки ті компанії, що управляють логістичними системами ефективно, уміло керують витратами і зберігають в той же час високу якість товарів, будь-яких робіт та послуг.

Система логістики планує та контролює потоком продукції, що поступає на підприємство, слідкує за доведенням готової продукції до споживача. Система розподіляється на зовнішню та внутрішню логістику. У зовнішньої логістики суб'єктами виступають спеціалізовані організації, які контролюють комплекс поточкових процесів підприємства.

Логістична система складається з багатьох елементів, між якими встановлені функціональні зв'язки і відношення.

У внутрішньої логістики суб'єктами виступають відділи, підрозділи підприємства, що відповідають за такі процеси як транспортування, складування, зберігання, збут, переробка та багатьма іншими матеріальними і нематеріальними операціями. Внутрішня логістика направлена на удосконалення господарської діяльності, яка зв'язана з управлінням поточковими процесами в самому підприємстві або корпоративної групи підприємств.

Існують різні чинники внутрішнього середовища, до яких відносяться: структура, цілі, спільні цінності, завдання, технології, фінансова та інформаційна системи та інші. Всі ці чинники дають змогу визначити структуру внутрішнього середовища.

Висновки. Розглянувши деякі аспекти управління конкурентоспроможністю підприємства, можна зробити висновки та надати пропозиції щодо підвищення її рівня в умовах ринкових відносин. Конкурентоспроможність підприємства складається з комплексу характеристик, які визначають положення підприємства на ринку, до яких можна віднести характеристику продукції та фактори, що формують умови виробництва та збут товару підприємства.

Для підвищення конкурентоспроможності потрібно ґрунтуватися на найважливіших

показниках макросередовища і мікросередовища підприємства, враховуючи глобалізаційні процеси в економіці країни, постійно і регулярно збирати і аналізувати всі параметри, виявляти стан зовнішнього та внутрішнього середовища суб'єкта, розробляти і впроваджувати заходи, які підвищують якість процесів і їх взаємодії.

Варто забезпечувати організацію логістичної системи управління якістю, яка

буде впливати на всю систему конкурентоспроможності підприємства і краще відстежуватиме товар на всіх його етапах.

Дослідження з удосконалення системи управління якістю та конкурентоспроможністю підприємства повинні використовуватися у діяльності підприємств як план розвитку на основі підвищення конкурентоспроможності продукції підприємств та збільшення сегменту цільового ринку.

Список літератури:

1. Іванов Ю. Б. Конкурентні переваги підприємства: оцінка, формування та розвиток [Текст]: монографія / Ю. Б. Іванов, П. А. Орлов, О. Ю. Іванова; Нац. акад. наук України, Н.-д. центр індустр. проблем розвитку. – Х.: ІНЖЕК, 2012. – 351 с.
2. Портер М. Е. Конкурентное преимущество [Текст]: как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость / Майкл Е. Портер; пер. с англ. Е. Калинина. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2009 (ОАО Можайский полигр. комб.). – 715 с.
3. Прахалад К. К. Майбутнє конкуренції [Текст]: творення унікальної цінності спільно з клієнтами / В. Рамасвами; Пер. з англ. М. Ставицького. – К.: Вид-во Олексія Капусти, 2011. – 243 с.
4. Заможне суспільство, конкурентоспроможна економіка, ефективна держава: Програма економічних реформ України на 2010-2014 роки. – 2010. – 85 с.
5. Краткий словарь менеджера / под ред. В. П. Грошева. – М., 2013. – 72 с.
6. Системи управління якістю. Вимоги (ISO 9001: 2000, IDT) [Текст]: нормативно-технічний матеріал. – Вид. офіц. – На заміну ДСТУ ISO 9001-95, ДСТУ ISO 9002-95, ДСТУ ISO 9003-95. – Київ: Держстандарт України, 2012. – 24 с.
7. ДСТУ ISO 9004-2001. Системи управління якістю. Настанови щодо поліпшення діяльності [Текст]. – Взамен ДСТУ ISO 9004-1-95; Введ. с 2001-10-01. – [Б. м.: б. и.]. – 52 с.
8. Азоев Г. Л. Конкурентные преимущества фирмы [Текст]: монографія / Г. Л. Азоев, А. П. Челенков. – М.: ОАО «Тип. «Новости», 2011. – 254 с.
9. Азоев Г. Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика [Текст] / Г. Л. Азоев. – М.: Центр экономики и маркетинга, 2010. – 208 с.

Верозуб О.С.

Киевский национальный лингвистический университет

КОНКУРЕНЦИЯ КАК СПОСОБ СОСУЩЕСТВОВАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ РЫНОЧНОЙ СРЕДЫ

Аннотация

В статье рассмотрены актуальные проблемы конкурентоспособности предприятия и ее влияние на эффективность деятельности предприятия и качество продукции. Рассмотрен комплекс характеристик, которые определяют конкурентную позицию продукции на рынке.

Ключевые слова: конкурентоспособность, качество продукции, система управления качеством, стандарт.

Verozub O.S.

Kyiv National Linguistic University

COMPETITION AS A METHOD COEXISTENCE ENTERPRISES IN MARKET ENVIRONMENT

Summary

The article considers the relevance of the system to improve the quality and competitiveness of enterprises, their impact on the effectiveness of the company. There was considered the complex of characteristics in which the position of products on the market was defined.

Keywords: competitiveness, quality, products, control system, standard.