

Л.І.ДОНЕЦЬ
кандидат економічних наук, професор

А.А.ДОНЕЦЬ
аспірант
Донецького національного університету
економіки і торгівлі імені Михайла Туган-
Барановського

БАЗОВІ ПРИНЦИПИ СУЧАСНОЇ ПАРАДИГМИ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

У статті висвітлено сучасну парадигму управління конкурентоспроможністю підприємства; проведено аналіз впливу факторів на управління конкурентоспроможністю підприємства; запропоновано базисні принципи управління конкурентоспроможністю підприємства; доведено доцільність їх застосування як методологічної компоненти сучасної парадигми управління конкурентоспроможністю підприємства..

Ключові слова: управління конкурентоспроможністю, базисні принципи, парадигма, підприємство, методологічна компонента.

В статье рассмотрена современная парадигма управления конкурентоспособностью предприятия; проведен анализ влияния факторов на управление конкурентоспособностью предприятия; предложены базисные принципы управления конкурентоспособностью предприятия; обоснована целесообразность их применения в качестве методологической компоненты современной парадигмы управления конкурентоспособностью предприятия ..

Ключевые слова: управление конкурентоспособностью, базисные принципы, парадигма, предприятие, методологическая компонента.

The article reviews the competitiveness of the enterprise management paradigm, the analysis of the influence factors on the management of enterprise competitiveness; proposed basic principles of competitiveness of the enterprise; the expediency of their use as a methodological component of modern management paradigm competitiveness of the enterprise ..

Keywords: management of competitiveness, the basic principles of the paradigm, the enterprise, methodological component.

Актуальність. Протягом багатьох десятиріч у нашій країні, в умовах високої монополізації виробників, регулятором виробництва продукції був не реальний попит, а адміністративно-командні механізми розподілу, які регулювали споживання, формували планові показники виробництва певних груп товарів.

У цих умовах проблема конкурентоспроможності підприємства й продукції практично не виникала. З розвитком ринкового механізму ця

проблема в країні різко загострилася, і її вирішення вимагало від усіх суб'єктів ринку активного пошуку шляхів і методів підвищення конкурентоспроможності вироблених і реалізованих товарів. Оскільки головною рушійною силою ринкової економіки виступає конкуренція, то у зв'язку з основним напрямком фінансово-економічної й виробничо-збутової стратегії кожного підприємства стає підвищення конкурентоспроможності для закріплення його позицій на ринку з метою одержання максимального прибутку.

Огляд літератури. Постановка загальної проблеми. Дослідженню основ конкуренції присвячені роботи вітчизняних і зарубіжних економістів І.Ансофа, М.Портера, Ф.Котлера, Ж.Ламбена, Г.Азоєва, Л.Балабанової, Т.Загорної, В.Павлової, В.Гросул, Ю.Іванова, І.Мазура, А.Наливайко, Р.Фатхутдінов, Є.Смирнова, та ін.

У своїх дослідженнях вчені пропонують різні підходи до трактування поняття конкурентоспроможності, розглядають особливості формування та засоби діагностики конкурентоспроможності підприємства в сучасних умовах господарювання, аналізують чинники, що впливають на конкурентоспроможність, висвітлюють проблеми управління конкурентоспроможністю підприємства та шляхи їх вирішення.

Разом із тим, виокремлення базових принципів та аналіз прикладних парадигм управління конкурентоспроможністю підприємства потребують більш поглибленого дослідження.

Мета і завдання. Мета статті полягає в систематизації базових принципів та висвітленні результатів компаративного аналізу існуючих прикладних парадигм управління конкурентоспроможністю підприємства.

Основна частина. У сучасних ринкових умовах головним у забезпеченні конкурентоспроможності господарюючих суб'єктів, як одного з основної умови досягнення ними високих економічних результатів, є підвищення якості управління, яку можна досягти шляхом застосування інструментів конкурентної економіки, тобто аналізу механізмів дії

економічних законів, законів організації, дотримання наукових підходів і принципів [1]. Високий динамізм змін, що відбувається в зовнішньому середовищі, особливо в умовах фінансово-економічної кризи, приводить до зростання ролі й необхідності якісного наукового обґрунтування розробки системи управління конкурентоспроможністю підприємства.

Конкурентоспроможність підприємства залежить від темпів зростання його частки ринку, привабливості галузі, в якій воно працює, його позиції в конкурентній боротьбі, швидкості реакції на дії конкурентів, рівня диверсифікації та диференціації продукції, рівня використання наявного виробничого, фінансового, кадрового, маркетингового, інноваційного та інформаційного потенціалів [2].

Аналіз різних підходів до визначення конкурентоспроможності підприємства показав, що, незважаючи на певні розбіжності, більшість учених виокремлює в якості ключових ознак цього поняття наявність ринкового (конкурентного середовища), створення конкурентних переваг, спрямованість підприємства до завоювання певної частки ринку.

Парадигма управління конкурентоспроможністю підприємства має стратегічний характер. Цей умовивід пояснюється таким.

По-перше, конкурентоспроможність підприємства не є постійною характеристикою, оскільки означає здатність вести успішну конкурентну боротьбу, протистояти у певний період основним конкурентам

По-друге, управління конкурентоспроможністю передбачає формування портфелю конкурентних стратегій.

По-третє, реалізація конкурентних стратегій потребує стратегічних змін в підприємстві.

Водночас слід зауважити, що управління конкурентоспроможністю [3, 4] – це процес прийняття й здійснення стратегічних рішень, центральною ланкою якого є стратегічний вибір, заснований на зіставленні власного конкурентного потенціалу з можливостями й загрозами його зовнішнього оточення, зі змінами в зовнішньому середовищі.

За своїм предметним змістом управління конкурентоспроможністю стосується діяльності підприємства на ринку, приділяючи увагу не стільки наявним ресурсам і процесам, скільки можливостям нарощування свого ресурсного потенціалу. Тобто основною особливістю управління конкурентоспроможністю підприємства є його орієнтація на майбутнє. Необхідність управління конкурентоспроможністю підприємства обумовлюється, насамперед, триваючими швидкими змінами зовнішнього середовища, виникненням важко передбачуваних економічних і фінансових ситуацій. Таким чином, одним з основних призначень управління конкурентоспроможністю підприємства є довгострокове забезпечення стабільного підвищення його конкурентних переваг у швидко мінливих умовах зовнішнього середовища.

Виходячи з наведеної логіки міркувань, запропоновано авторське розуміння цього поняття, а саме. Управління конкурентоспроможністю – це функція стратегічного управління, яка спрямована на створення конкурентних переваг, формування та реалізацію конкурентних стратегій підприємства й фокусується в його стратегічних змінах.

Управління конкурентоспроможністю підприємства має бути спрямованим на:

- нейтралізацію (подолання) або обмеження кількості негативних (деструктивних) чинників впливу на рівень конкурентоспроможності підприємства шляхом формування захисту проти них;
- використання позитивних зовнішніх чинників впливу для нарощування та реалізації конкурентних переваг підприємства;
- забезпечення гнучкості управлінських дій і рішень – їх синхронізації з динамікою дії негативних і позитивних чинників конкуренції на певному ринку [4].

У економічній літературі висвітлено різні підходи до впливу певних факторів на управління конкурентоспроможністю підприємства. Усю

сукупність факторів, що впливають конкурентоспроможність підприємства, І.У. Зулкарнаєв і Л.Р. Ильясова [5] пропонують розділено три групи: цілі, які ставить перед собою підприємство; ресурси, якими розташовує підприємство; фактори зовнішнього середовища. В.Л. Белоусов [6] можливі фактори конкурентоспроможності підприємства групує по окремих елементах комплексу маркетингу (продукт, ціна, доведення продукту до споживача, просування продукту на ринок або маркетингові комунікації), а також ураховує ділову активність і ефективність діяльності організації. До основних факторам конкурентоспроможності підприємства з точки зору І.В. Максимова, на якого робить посилання О.А.Сисоєва [7], до факторів, що впливають відноситься ефективність його виробничої діяльності, фінансове становище, ефективність організації збуту й просування товару на ринку, конкурентоспроможність продукції.

На наш погляд, визначення й угруповання різних факторів впливу на управління конкурентоспроможністю підприємства виступає як теоретичне підґрунтя, практична реалізація якого має бути відображена у виокремленні базисних принципів здійснення цього процесу. Під принципом розуміється певне правило, сформульоване на основі пізнання законів і закономірностей.

Як видно зі схеми, представленої на рисунку 1, формування базисних принципів зумовлено впливом факторів макро- та мікросередовища, базовими й функціональними стратегіями підприємства та його поточними цілями й завданнями.

Водночас базисні принципи управління конкурентоспроможністю підприємства виступають як методологічні засади розробки системи управління конкурентоспроможністю та методичного інструментарію її впровадження в практику діяльності підприємства.

При дослідженні проблеми управління конкурентоспроможністю підприємства було застосовано системний підхід, сутність якого [8] полягає в дослідженні об'єкта (проблеми, явища, процесу) як системи, в якій виділені елементи, внутрішні й зовнішні зв'язки, що впливають на досліджувані

результати його функціонування. Крім того, існує [1] досить стійкий набір принципів, що характеризує його як конкретно-науковий метод діалектико-матеріалістичної методології.



Рисунок 1 - Схема формування базисних принципів і їх місця в управлінні конкурентоспроможністю підприємства

Оскільки за наведеною на рисунку 1 схемою базисні принципи акумулюють з одного боку, вплив зовнішніх і внутрішніх факторів на конкурентоспроможність підприємства, а з іншого – цілі, завдання й стратегію розвитку підприємства, спрямовану на створення конкурентних переваг і завоювання, враховуючи ресурсні можливості, щонайбільшу частку ринку, їх виокремлення запропоновано розглядати на чотирьох рівнях управління конкурентоспроможністю підприємства (рис.2).

Перша група принципів управління конкурентоспроможністю

підприємства відповідає рівню макросередовища. Тобто ці правила формулюються й змінюються під впливом певних змін економічного стану країни в цілому й галузі, зокрема; перебудов в політико-правовій сфері; зміни демографічної ситуації й законодавчо-правовому полі.

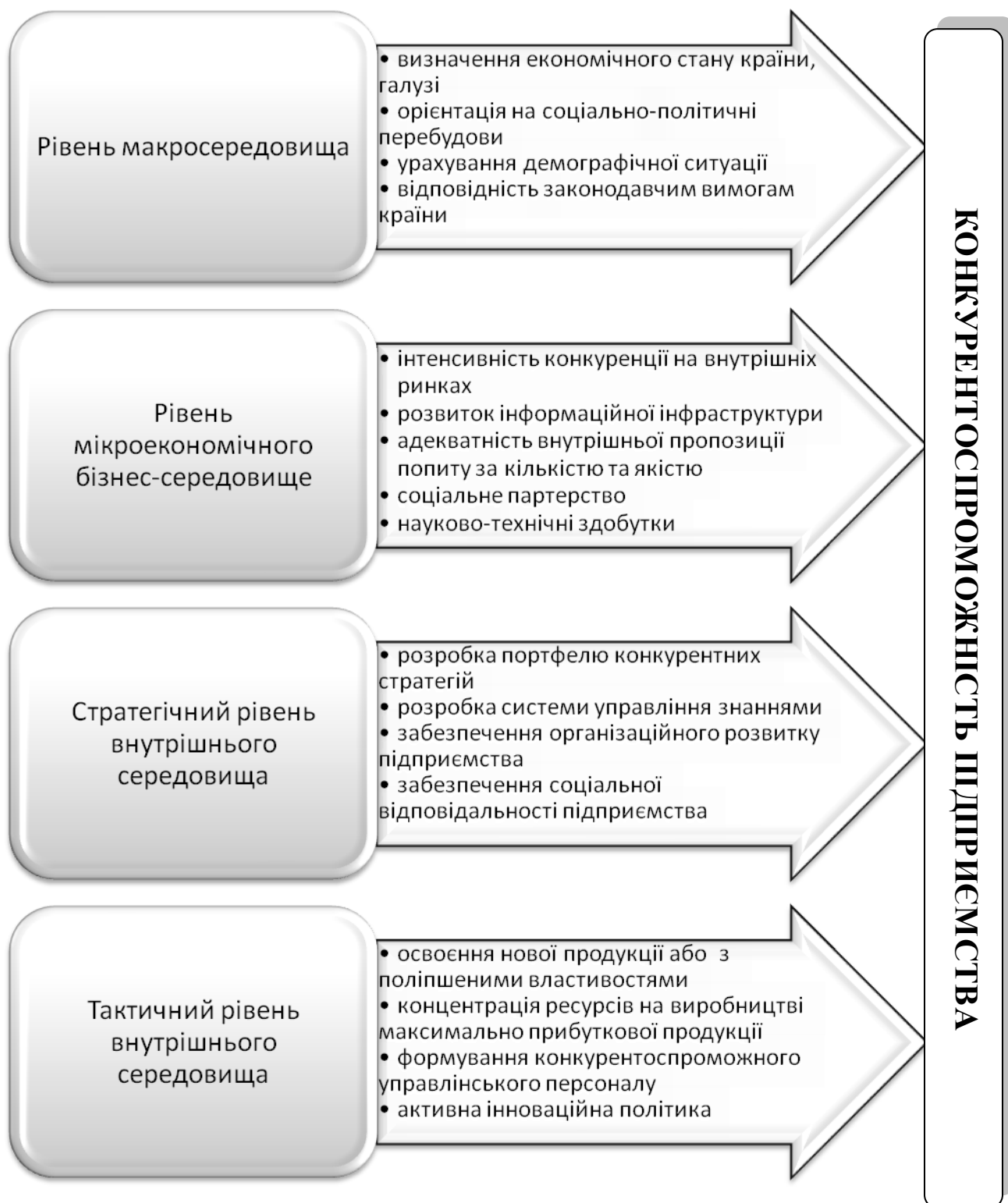


Рисунок 1 – Рекомендовані базові принципи управління конкурентоспроможністю підприємства

Друга група принципів управління конкурентоспроможністю підприємства співвідноситься з рівнем мікроекономічного бізнес-середовища. Ця група принципів передбачає вивчення і аналіз інтенсивності конкуренції на внутрішніх ринках в цілому й на ринку, на якому функціонує певне підприємство, зокрема; знати існуючий рівень розвитку інформаційної інфраструктури особливості наявних підструктур та складових елементів; володіти повною й достовірною інформацією про внутрішню пропозицію попиту за кількістю та якістю; спрямовувати свою діяльність на соціальне партнерство; вивчати й враховувати науково-технічні здобутки.

Третя і четверта групи принципів управління конкурентоспроможністю підприємства стосуються його внутрішнього середовища, в якому виділено два рівні: стратегічний і тактичний.

Стратегічний рівень внутрішнього середовища передбачає дію принципів, які знаходяться у відповідності з певними принципами стратегічного управління підприємством, оскільки згідно авторського тлумачення управління конкурентоспроможністю підприємства розглядається як функція стратегічного управління. До таких принципів віднесені: розробка портфелю конкурентних стратегій; розробка системи управління знаннями; забезпечення організаційного розвитку підприємства; забезпечення соціальної відповідальності підприємства.

На тактичному рівні внутрішнього середовища принципи управління конкурентоспроможністю підприємства стосуються виконавчих дій, спрямованих на ефективне використання ресурсного потенціалу і можливостей підприємства, а саме: освоєння нової продукції або з поліпшеними властивостями; концентрація ресурсів на виробництві максимально прибуткової продукції; формування конкурентоспроможного управлінського персоналу; активна інноваційна політика.

Висновки. Таким чином, підсумовуючи вище викладене, можна зробити такі висновки.

Сучасна парадигма управління конкурентоспроможністю підприємства полягає у системному поєднанні комплексу знань щодо управління конкурентоспроможністю з принципами, механізмами й методичним інструментарієм, спрямованих на посилення конкурентних переваг й завоювання в конкурентній боротьбі щонайбільшої частки ринку.

Базисні принципи управління конкурентоспроможністю підприємства, як методологічні засади розробки системи управління конкурентоспроможністю та методичного інструментарію її впровадження в практику діяльності підприємства, застосовуються на рівні макросередовища, мікроекономічного бізнес-середовища та на стратегічному й тактичному рівнях внутрішнього середовища підприємства.

Застосування базисних принципів управління конкурентоспроможністю сприяють цілеспрямованій організації стратегічного управління підприємства в умовах загострення конкурентної боротьби на ринку його функціонування.

Список використаної літератури

1. Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организации. Учебник. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Изд-во Эксмо, 2005. – 546 с.
2. Управление маркетингом: теория, практика, информационные технологии : учеб. пособ. / Под ред. Н.К. Моисеевой. – М. : Финансы и статистика, 2002. – 304 с.
3. Чайникова Л.Н. Формирование системы управления стратегической конкурентоспособностью региона: монография /Л.Н.Чайникова. – Тамбов: ГОУ ВПО ТГТУ, 2010. – 264с.
4. Наливайко А. П. Теорія стратегій підприємства. Сучасний стан та напрямки розвитку: Монографія /А.П.Наливайко – К.: КНЕУ, 2009. – 227 с.
5. Зулькарнаев И.У., Ильясова Л.Р. Метод расчета интегральной конкурентоспособности промышленных, торговых и финансовых предприятий /И.У.Зулькарнаев, Л.Р.Ильясова // Маркетинг в России и за рубежом. – 2001. – № 4. – С.

6. Белоусов В.Л. Анализ конкурентоспособности фирмы // Маркетинг в России и за рубежом. 2001.- №5. – С.23-26
7. Сысоева Е.А. Факторы конкурентоспособности предприятия: подходы и составляющие /Е.А.Сысоева //Экономика и управление. Экономические науки. – 2010. – №12 (73). – С. 283-287.
8. Мухин, В.И. Исследование систем управления: учебник / В.И. Мухин. – 2-е изд., доп. и перераб. – М. : Изд-во «Экзамен», 2006.– 497 с.