

М.С. Пономарьова, канд. екон. наук, доцент

e-mail: univerms@ukr.net

ORCID ID: 0000-0001-8463-821X

І.К. Захаров, здобувач третього рівня освіти

Харківський національний аграрний університет ім. В.В. Докучаєва

В.Є. Іваненко, магістр з маркетингу

Сумський національний аграрний університет

МЕХАНІЗМ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

В статті досліджено позитивні та негативні сторони явищ конкуренції та конкурентоспроможності підприємницької діяльності у сучасних реаліях. На основі проведених досліджень розроблено трактування поняття «конкурентоспроможність підприємницької діяльності», а також взявши його за основу було сформовано елементи механізму підвищення конкурентоспроможності підприємницької діяльності з урахуванням сучасних можливостей розвитку підприємств та описом змін, які вони в собі несуть.

Ключові слова: конкуренція, конкурентоспроможність, механізм, ефективність, підприємництво.

Постановка проблеми. Починати наше дослідження словами «на сьогоднішній день», не має ніякого сенсу, так як питання конкурентоспроможності будь-якої діяльності саме по собі стало актуальним задовго до появи свого повноцінного трактування. Але з плином часу та більш ґрунтовним розглядом цього явища науковцями та підприємцями воно «окупувало» одне з головних місць як в житті звичайної людини, так і у життєвому циклі підприємства і навіть держави. Нас же, безпосередньо цікавить саме конкурентоспроможність підприємницької діяльності, а якщо бути більш точними побудова її ефективного механізму, цьому і буде присвячена стаття, як Ви вже зрозуміли з назви.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Комплексним дослідженням конкуренції та конкурентоспроможності займалися такі зарубіжні та вітчизняні вчені, як М. Портер, С.Ф. Покропивний, О.Б. Чернега, С.П. Ярошенко, Л.Н. Качалина, В.Д. Немцов і багато інших. Втім це питання так і не втратило своєї актуальності і потреби в подальшому дослідженні.

Формулювання цілей статті. Головною метою даної статті виступає побудова ефективного механізму підвищення конкурентоспроможності підприємницької діяльності, а також дослідження і висвітлення таких понять як конкуренція та конкурентоспроможність.

Виклад основного матеріалу. Почнемо з того, що таке явище як «конкуренція» являє собою подобу монети, в тому сенсі, що з «ринково-підприємницької» сторони перед нами постає постійна боротьба між підприємствами, організаціями, фірмами за лідерські позиції на ринку, за увагу та прихильність споживачів (насправді за їх кошти), за менш затратні технології виробництва продукції чи надання послуг тощо, та зі «споживчо-трудою» сторони, тобто підвищення якості продукції і її здешевлення, розвитку техніки та технологій задіяних у нашому житті, облегшення праці шляхом модернізації робочих місць, підвищення заробітної плати (мріяти не заборониш) і тому подібне. Тобто «конкуренція» складається як з позитивних, так і негативних складових, тим частково розкриваючи сутність усіх пов'язаних з нею понять. Перед тим як дати трактування «конкурентоспроможності підприємницької діяльності», пропонуємо розглянути ряд вже існуючих трактувань наданих видатними вітчизняними та зарубіжними вченими і які представлені в табл. 1. Що цікаво, ми зіштовхуємося з таким показником як «конкурентоспроможність» кожен рік або тиждень, або навіть кожен хвилину, але навіть не надаємо цьому ніякої уваги. Ви спитаєте: «Що?! Де і в яких ситуаціях це відбувається?». Все доволі просто, тому що навіть будучи в великій пустій кімнаті в Вас будуть конкурувати ваші бажання, думки і потреби.

Трактування поняття конкурентоспроможності

Автор	Трактування поняття конкурентоспроможності
1	2
М. Портер [1]	<p>Конкурентоспроможність – це обумовлений економічний, соціальний та політичний стан країни або окремого товаровиробника на внутрішньому та зовнішньому ринках.</p> <p>Конкурентоспроможність – властивість товару, послуги, суб'єкта ринкових відносин виступати на ринку на рівні з аналогічними товарами, послугами або конкуруючими суб'єктами ринкових відносин, що присутні на ринку.</p>
Енциклопедія бізнесмена, менеджера, економіста [2]	Конкурентоспроможність підприємства - рівень його компетентності порівняно з іншими підприємствами-конкурентами за такими параметрами, як технологія, практичні навички і професійні знання персоналу, рівень стратегічного і поточного планування, політика збуту, рівень управління, комунікації, якість систем управління виробництва.
З.Є. Шершеньова, С.В. Оборська [3]	Конкурентоспроможність підприємства – це рівень його компетенції відносно інших підприємств-конкурентів у нагромадженні та використанні виробничого потенціалу певної спрямованості, а також його окремих складових: технології, ресурсів, менеджменту, навичок і знань персоналу, що знаходить вираження в таких результируючих показниках, як якість продукції, прибутковість, продуктивність.
С.Ф. Покропивний [4]	Конкурентоспроможність підприємства – здатність до ефективної господарської діяльності та забезпечення прибутковості за умов конкурентного ринку. Тобто, це здатність забезпечувати в
О.Б. Чернега[5]	Конкурентоспроможність – це суб'єктивна і відносна категорія, яка фіксує результати порівнювання, тобто оцінює здатність задовольнити потреби на підставі встановлення ринкової привабливості продукції.
	Конкурентоспроможність підприємства – це сукупність характеристик діяльності, завдяки яким є ринок збуту і задовольняються потреби певних груп покупців.
С.П. Ярошенко [6]	Конкурентоспроможність – здатність підприємства діяти в умовах ринкових відносин, отримуючи прибуток, достатній для науково-технічного вдосконалення виробництва, стимулювання працівників і підтримки якості продукції на високому рівні. Мається на увазі, що конкурентоспроможність виробництва в основному зводиться до конкурентоспроможності продукції.
Л.Н. Качалина[7]	Конкурентоспроможність – властивість об'єкта, яка характеризує ступінь відповідності техніко-функціональних, економічних, організаційних та інших характеристик об'єкта вимог споживачів, визначає частку ринку, яка належить даному об'єкту, і перешкоджає перерозподілу цього ринку на користь інших об'єктів.

<i>Продовження таблиці</i>	
1	2
В.Д. Немцов[8]	Конкурентоспроможність підприємства – комплексна порівняльна характеристика підприємства, яка відображає ступінь переваги сукупності оціночних показників його діяльності, що визначають успіх підприємства на певному ринку за певний проміжок часу, по відношенню до сукупності показників конкурентів.
С.Б. Алексєєв[9]	Це економічна категорія, яка дозволяє в умовах конкуренції представити на внутрішній і зовнішній ринок продукції, яка з точки зору конкурентних переваг сприймається споживачем як краща за аналогічну продукцію конкурентів та дозволяє підприємству отримувати плановий дохід, реалізовувати стратегії конкурентної боротьби й забезпечувати виживання і бажане положення на ринку у довгостроковій перспективі.
Л.С. Кобиляцький [10]	Конкурентоспроможність підприємства визначають показники, які характеризують ефективність виробничої діяльності, фінансового стану підприємства, ефективності організації збуту і просування товару порівняно з підприємствами конкурентами, а також показники конкурентоспроможності товарів.

Найцікавішим є той факт, що їх реалізації в реальності залежить від оцінки яку Ви їм дасте, на основі ситуації в якій знаходитесь, тим самим підвищуючи конкурентоспроможність однієї з них.

Теж саме відбувається і с конкурентоспроможністю підприємства і його діяльності, вона залежить від ряду внутрішніх (стану ресурсного потенціалу, рівня технологічного, технічного і інформаційного забезпечення, рівня кваліфікації персоналу і т.п.) та зовнішніх (економічної, політичної, демографічної, дипломатичної ситуації в країні, рівня розвитку основних ринків збуту, стану законодавчих та виконавчих органів, і самого законодавства і т.п.) факторів, які тим, чи іншим способом впливають на порядок вибудовування кожного процесу який відбувається на ньому відштовхуючись від оцінки наслідків (економічного, соціального, екологічного, фінансового ефектів) які будуть отримані.

Таким чином, *конкурентоспроможність підприємницької діяльності* – це комплекс порівняльних оціночних показників, за допомогою яких проводиться аналіз ефективності всіх дій і результатів, які мали місце на підприємстві, тим самим створюючи базис для проведення стратегічного планування подальшого функціонування господарства чи організації в умовах ринкової економіки.

Тобто, на основі вище сказаного, підприємство провівши подібний аналіз отримає можливість підсилити свої внутрішні слабкі сторони, а по

можливості порівнявши їх з даними конкурентів знайти важелі впливу на них.

Перейдемо безпосередньо до механізму підвищення конкурентоспроможності підприємницької діяльності (далі по тексту МПКД).

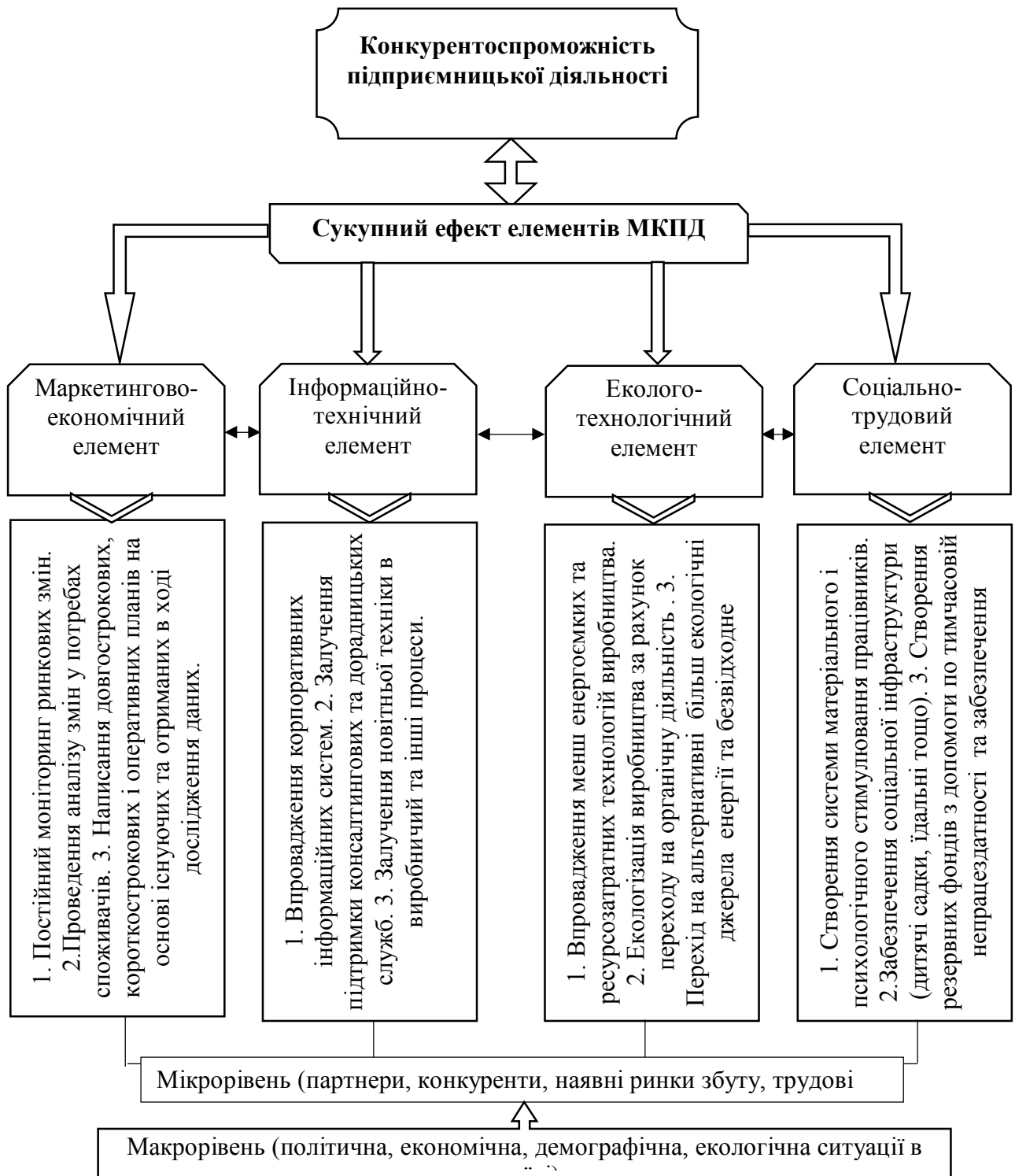
Що собою являє даний механізм? МПКД слід розуміти як сукупність економічних, соціальних, екологічних, технічних і інформаційних інструментів (поліпшень), використання яких забезпечить підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства. Даний механізм та взаємодія його компонентів представлені на рисунку 1. Тепер перейдемо до більш детального розгляду кожного елементу цього механізму та дослідимо взаємозв'язки між ними, так як для його ефективного функціонування необхідно задіяти комплексний підхід, інакше кажучи, якщо підприємство чи організація буде вкладати кошти і сили лише в один або два елементи, позитивний ефект від цього може нівелюватись кількістю затрачених коштів на дані зміни.

Почнемо з найсуттєвішого елементу з високим рівнем впливу на ведення будь-якої діяльності – макрорівня. Першим, до макрорівня одразу відносимо стан економіки в цілому (від нього залежать: рівень розвитку та організованості ринків (органічної та неорганічної продукції, послуг будь-якої направленості і збуту), рівень податкового навантаження на підприємницьку діяльність, рівень фінансового достатку населення, розвиненості інфраструктури тощо. А також відмітимо банківську сферу, а саме НБУ, так як від його курсу валют відштовхуються комерційні банки при встановленні розцінок на валюту, що впливає на проведення деяких фінансових операцій.

Далі плавно переходимо до політики яка ведеться в країні, вона впливає на кількість доступних ринків збуту за кордоном, а також на соціальний стан в країні.

Екологічний стан в цілому по країні впливає на дозволені технології виробництва та створюють додаткові можливості отримання прибутку для підприємців (наприклад продаж надлишку електроенергії по «зеленому тарифу»).

Демографічна ситуація в країні надає можливість прояснити наскільки країна (і регіони) забезпечені потенційними працівниками та споживачами.



Механізм підвищення конкурентоспроможності підприємницької діяльності

Всі ці елементи впливають на формування мікрорівня, де і функціонує відповідне підприємство або організація, а також на побудову взаємозв'язків з його елементами.

А саме з постачальниками (рівень цін на виробничі ресурси та засоби праці, а також кількість альтернатив серед них), партнерами (наприклад відкриття закритих вертикальних виробничих комплексів), прямими конкурентами, споживачами продукції або послуг.

Одним з учасників вибудовування структури капіталу більшості підприємств виступають комерційні банки, насамперед через те, що більшість сучасних підприємств мають в структурі свого капіталу від 10 до 90 % позикового (це доволі негативне явище, враховуючі той факт, що це сильно впливає на показник фінансової стійкості господарства або організації, що в свою чергу може відштовхнути від них потенційних інвесторів), тому комерційні банки теж являються одним з елементів мікрорівня, а також подобою рушійної сили яка дає змогу нарощувати потужності підприємства.

Також сюди ж відносимо ринки збуту продукції (рівень їх розвиненості, доступності і територіального розміщення), екологічний стан регіону в якому функціонує підприємство і наявні в ньому трудові ресурси та рівень їх кваліфікації.

Відзначимо те, що мікрорівень безпосередньо впливає на побудову і функціонування підприємства або організації, так як опираючись на наявну інформацію про регіон в якому розміщується господарство створюється його внутрішня система на який і буде впливати МКПД. Таким чином перейдемо до детального розгляду його елементів та ефектів від їх удосконалення (впровадження).

Розглянемо маркетингово-економічний елемент МКПД. До його функцій належать: 1. Постійний моніторинг ринкових змін, це дає змогу оцінити наповненість ринку подібною продукцією, оперативно підлаштовуватись до будь-яких цінових коливань, переймати позитивний досвід конкурентів, відсіювати некомпетентних партнерів та постачальників, тим самим застраховуючи себе від можливих ризиків. 2. Проведення аналізу змін у потребах споживачів, дасть змогу постійно підприємству підбирати саме той перелік продукції та послуг, необхідний більшості споживачів в відповідний проміжок часу, що в свою чергу запобігає ряду витрат на виробництво та збут продукції, які б не окупились. Також це дозволить на постійній основі вести вдосконалення відповідного продукту, як по виробничим якостям та зменшенню дефектів

і браку, так і з маркетингової точки зору, тобто поліпшення візуальних властивостей упаковки або вигляду самого продукту. 3. Написання довгострокових, короткострокових і оперативних планів на основі існуючих та отриманих в ході дослідження даних, дає змогу чітко контролювати кількість затрачених ресурсів та отримані вигоди від цього. Але слід відмітити, що з урахуванням мінливості ринку та потреб споживачів (які в основному мають сезонний характер) більш вигідно складати короткострокові та оперативні плани.

Перейдемо до інформаційно-технічного елементу МКПД, з його назви випливає і трактовка, його завданням є забезпечення високого рівня технічного забезпечення та інформативності діяльності. В цьому допоможе його функціонал, який складається з: 1. Впровадження корпоративних інформаційних систем дасть можливість спростити та пришвидшити обмін інформацією між відділами підприємства, спростить ведення документообігу у господарстві, дозволить отримувати оперативні звіти про будь-які зміни в діяльності, а також проводити оперативне планування в декілька «кліків». Найголовніше, в епоху коли інформація має вагоме значення у побудові ефективного функціонування підприємств, введення КІС забезпечить захист від зливу даних конкурентам. 2. Залучення підтримки консалтингових та дорадницьких служб, сюди ж також можна віднести і співпрацю з вищими навчальними закладами, подібні дії насамперед необхідні для зменшення кількості фатальних помилок при побудові організаційної та виробничої структур підприємства, а також при подальшому його розвитку. А співпраця з ВНЗ дасть можливість не тільки розроблювати або вдосконалювати власну продукцію та послуги, чи аналізувати діяльність в цілому не витрачаючи значні кошти на аудиторів, а й підбирати молоді та перспективні трудові ресурси в ході їх практики на підприємстві. 3. Залучення новітньої техніки в виробничий та інші процеси призведе до поліпшення якості продукції, зменшення дефектів та браку, прискорення виробництва та підвищення його продуктивності, зменшення ручної праці та підвищення кваліфікації персоналу і тому подібне.

Стосовно еколого-технологічного елементу МКПД, то слід вказати на те, що це не тільки поліпшить екологічний стан регіону в якому знаходиться підприємство та зменшить затрати на виробництва шляхом його модернізації, а й несе в собі низку позитивних змін. Перейдемо до їх детального розгляду: 1. Впровадження менш енергоємких та ресурсозатратних технологій виробництва зменшить рівень затрат на виробництво і модернізувати його в цілому, а також привабити

вітчизняних та закордонних інвесторів. 2. Екологізація виробництва за рахунок переходу на органічну діяльність. Подібна перспектива дасть можливість виходу світовий ринок, особливо сьогодні, враховуючі популяризацію в світі органічної продукції та здорового способу життя. 3. Перехід на альтернативні більш екологічні джерела енергії та безвідходне виробництво дасть можливість отримати певну незалежність від ресурсів загального користування (газу, палива та електричної енергії), шляхом переробки відходів від виробництва та життєдіяльності населення, використання сонячної, вітрової та водної енергій. Крім здешевлення власної продукції ми отримуємо можливість реалізувати надлишки цих ресурсів державі та населенню, що позитивно відіб'ється на фінансовому стані підприємства.

Останнім елементом МПКД виступає соціально-трудова, який орієнтується персоналі підприємства та населенні регіону в якому воно діє. Його функціонал включає в себе: 1. Створення системи матеріального і психологічного стимулювання працівників, яке дасть змогу підвищити їх зацікавленість в виконанні своїх обов'язків та підвищенні кваліфікації. 2. Забезпечення соціальної інфраструктури (дорожні шляхи, дитячі садки, їдальні тощо) позитивно відобразиться не тільки на персоналі, а й на населенні, що створить базис підтримки підприємства в разі непередбачуваних випадків. 3. Створення резервних фондів з допомоги по тимчасовій непрацездатності та забезпечення страхування працівників від нещасних випадків, подібні дії позитивно відобразяться на іміджі підприємства, тим самим приваблять не тільки більш професійних працівників в лави трудового персоналу, а й інвесторів.

Висновки. Отже, для підвищення своєї конкурентоспроможності, підприємствам необхідно комплексно підходити до вирішення даного питання для отримання значного позитивного ефекту від даного механізму, і піклуватись не тільки про розмір прибутку, а й про власний імідж.

Бібліографічний список.

1. Портер М. Конкуренція / Портер М. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2001. – 495 с.
2. Енциклопедичний словник бізнесмена: менеджмент, маркетинг, інформатика / [під заг. ред. М.І. Молдованова]. – К.: Техніка, 2006. – 856 с.
3. Шершньова З.Є. Стратегічне управління: [навч. посібник] / З.Є. Шершньова, С.В. Оборська. – К.: КНЕУ, 1999. – С. 66–84.

4. Результаты та ефективність // Економіка підприємства : [підручник / за заг. ред. С.Ф. Покропивного]. – К.: КНЕУ, 2001. – 526 с.
5. Чернега О.Б. Управление конкурентоспособностью в условиях трансформации экономических отношений / Чернега О. Б. / НАН Украины. Ин-т экономики пром-сти. – Донецк, 1999. – 447 с.
6. Ярошенко С.П. Резерви підвищення конкурентоспроможності підприємства / Ярошенко С.П. – Суми: Козацький вал, 1998. – 249 с.
7. Качалина Л. М. Конкурентоспособный менеджмент / Качалина Л. М. – М. : Издательство Эксмо, 2006. – 464 с.
8. Немцов В. Д. Стратегічний менеджмент: [навч. посібник для студ. вищ. навч. закладів] / В.Д. Немцов, Л.Є. Довгань. – К.: ТОВ «УВПК»УксОб», 2004. – 559 с.
9. Алексеев С.Б. Теоретические аспекты конкурентоспособности предприятий / С.Б. Алексеев // Економіка: проблеми теорії та практики. – Дніпропетровськ: ДНУ, 2004. – Вип. 191: в 4 т. Т. II. – С. 614– 619.
10. Кобиляцький Л.С. Управління конкурентоспроможністю: [навч. посібник] / Кобиляцький Л.С. – К.: Зовнішня торгівля, 2003. – 304 с.
11. Рябуха М.С., Цицоріна А.Є. Конкуренція як категорія ринкових відносин і конкурентоспроможність як предмет наукових досліджень // Вісник ХНАУ. Серія: економіка АПК і природокористування.–Харків: ХНАУ. – 2007. – №. 6. – С. 96-100.
12. Чернега І.І. Особливості становлення аграрних перетворень та ринкових зрушень / І.І. Чернега, М.С. Пономарьова, Ю.В.Загорська // Бізнес- навігатор: науково-виробничий журнал. – 2014. – № 3 (35). – С. 6– 12. 218 с.

Пономарева М.С., Захаров И.К., Иваненко В. Е. Механизм повышения конкурентоспособности предпринимательской деятельности. В статье исследованы положительные и отрицательные стороны явлений конкуренции и конкурентоспособности предпринимательской деятельности в современных реалиях. На основе проведенных исследований разработаны трактовки понятия «конкурентоспособность предпринимательской деятельности», а также взяв его за основу определены элементы механизма повышения конкурентоспособности предпринимательской деятельности с учетом современных возможностей развития предприятий и описанием изменений, которые они в себе несут.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентоспособность, механизм, эффективность, предпринимательство.

Ponomarova M.S., Zakharov I.K., Ivanenko V.E. The mechanism of increasing the competitiveness of business activity. The article explores the positive and negative sides of the phenomena of competition and competitiveness of entrepreneurial activity in modern realities

Research methods. The methodological basis of the article is a set of methods of scientific knowledge, namely monographic, logical, system-structural and others.

Results of work. The purpose of the study is to substantiate and structure the mechanism of increasing the competitiveness of entrepreneurial activity. For the full disclosure of the purpose of the study were solved a number of problems, namely: to reveal the socio-labor element, the essence of the marketing and economic element, features information and technical element, the impact of the technological element.

"Competition" is a kind of coin, in the sense that on the "market-entrepreneurial" side we face a constant struggle between enterprises, organizations, firms for leadership in the market, for the attention and commitment of consumers (in fact at their own expense), for less costly technologies of production of products or rendering of services, etc., and from the "consumer-labor" side, ie improvement of quality of production and its cheapness, development of technics and technologies involved in our life, easier work through modernization of workplaces, increased wages (you will not forbid dreaming) and the like.

Scope of results. On the basis of the conducted researches the interpretation of the concept of «competitiveness of business activity» was developed, and also taking into account it the elements of the mechanism of increase of competitiveness of business activity were formed taking into account modern possibilities of development of the enterprises and description of changes that they carry.

Keywords: competition, competitiveness, mechanism, efficiency, entrepreneurship.

Стаття надійшла до редакції: 19.02.2019