

ІННОВАЦІЇ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Сьогодні в будь-якій країні світу панують ринкові відносини. Підприємств, що випускають однорідну продукцію, зараз величезна кількість. Між ними існує жорстка конкуренція. І випуск якісної, недорогої конкурентоспроможної продукції та послуг в порівнянні з аналогами – головне завдання підприємства в будь-якій країні, яке прагне зробити все, щоб його продукція була конкурентоспроможною.

Конкуренція є основною рушійною силою суспільства. У сучасних умовах на вітчизняних і світових ринках відбувається посилення конкуренції, внаслідок чого керівники підприємств знаходяться в постійному пошуку нових, актуальних і адекватних конкурентних важелів забезпечення конкурентоспроможності та інструментів управління підприємствами.

Конкурентоспроможність підприємства є його перевагою у рівнянні з іншими учасниками даної галузі всередині країни та за її межами.

Виявити конкурентоспроможність підприємства можливо тільки при зіставленні або порівнянні їх між собою, як в рамках країни, так і в рамках світового ринку. Звідси випливає, що конкурентоспроможність підприємств поняття відносне: одна і та ж компанія в масштабі, наприклад, регіональної галузевої групи, можливо, буде конкурентоспроможною, а в масштабі галузей світового ринку або його сегмента – ні

Міжнародна конкурентоспроможність складається з переліку стратегічних переваг, які виявляються на світовому ринку шляхом зіставлення з відповідними показниками закордонних конкурентів.

Чим більший у підприємства набір переваг, таких як якість товару, його новизна, екологічність, наукоємність при збереженні прийнятної ціни, тим більше воно має можливостей для успішної діяльності на світовому ринку.

Для успішної присутності на ринку, вивчення конкурентоспроможності товару, має вестися безупинно і систематично, це дає можливість вловити момент, коли даний показник почне знижуватися. У підсумку можна вчасно прийняти те чи інше оптимальне рішення. Маркетологи повинні постійно займатися моніторингом ринку, відстежувати витрати компаній-конкурентів, новітні технології, проводити функціонально-вартісний аналіз. Ще одним ефективним інструментом забезпечення

конкурентоспроможності є бенч маркінг: безперервний, систематичний пошук, вивчення кращої практики конкурентів із суміжних галузей, а також постійне порівняння бажаних змін і результатів бізнесу зі створеною еталонною моделлю власної організації бізнесу.

Сьогодні більшість країн світу забезпечують підвищення товарної конкурентоспроможності за рахунок використання інновацій. Під інноваційним забезпеченням конкурентоспроможності підприємства розуміється створення і реалізація інноваційних та конкурентних переваг у сфері підвищення якості продукції, скорочення витрат, методів формування товарного асортименту, організації виробництва і управління підприємством.

Традиційно інновації пов'язують зі сферою матеріального виробництва, проте нововведення виникають і втілюються і в невиробничій сфері: медицині, освіті та інших галузях невиробляючих матеріальних продуктів. Таким чином, інноваційною є будь-яка діяльність, яка охоплює дослідження, проектування, розробку і впровадження нових, вдосконалених продуктів і технологічних процесів незалежно від їх галузевого призначення.

Мати конкурентну перевагу не повинно бути самоціллю для підприємства, важливо правильно зорієнтувати його діяльність і вміло слідувати обраній стратегії, що в кінцевому рахунку надають підприємствам можливості домогтися успіху в конкурентній боротьбі.

Ю.В. Ковтуненко, канд. екон. наук, доц. (ОНПУ, Одеса)

О.А. Янковська, студ. (ОНПУ, Одеса)

АНАЛІЗ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ НА ВІТЧИЗНЯНИХ І СВІТОВИХ РИНКАХ

Конкурентоспроможність будь-яких суб'єктів господарювання є необхідною умовою для їх виживання, стабільного розвитку, збереження позицій на ринку, окупності, можливого розширення діяльності, інвестиційної привабливості. Але вона не є постійною й абсолютною характеристикою, це динамічна категорія.

Проблеми конкурентоспроможності вивчали такі науковці: К.Л. Бабчук, Р.Я. Баран, Т.Б. Гавришук, О.В. Доброзорова, Ю.Я. Єленєва, В.В. Криворотов, Т.В. Лавровська, А.О. Левицька, Н.В. Мисько, І.В. Причєпа, М.Є. Просвірина, М.Й. Романчукевич, М.І. Філіппов та ін.

Вчені інтерпретують поняття «конкурентоспроможність» не однаково, бо вони розглядають його з різних позицій. Наведемо деякі з них для порівняння.