

Водяницька Яна Анатоліївна
Таврійський державний агротехнологічний університет
імені Дмитра Моторного м. Мелітополь

ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ СТОХАСТИЧНИХ УМОВАХ

Конкурентоспроможність підприємства визначається як система з конкретними умовами функціонування й окремими критеріями оптимальності на кожному етапі її розвитку. Значення оцінки конкурентоспроможності підприємства в рамках маркетингової діяльності, як відзначає І. В. Максимова, обґрунтувало необхідність визначення заходів щодо підвищення конкурентоспроможності, залучення інвестицій, виходу на нові ринки збуту, що в результаті зводиться, до визначення позиції підприємства на галузевому ринку.

Найкраще задоволення споживачів досягається за рахунок випуску конкурентоспроможної продукції. Таким чином, уже на даному етапі дослідження можна стверджувати, що конкурентоспроможність підприємства буде залежати від його здатності випускати конкурентоспроможну продукцію.

Фірма може обійти своїх суперників, якщо має міцну конкурентну перевагу, що може бути двох основних видів:

- 1) більше низькі витрати;
- 2) диференціація товарів.

Джерелом створення конкурентних переваг, за М. Портером, є нові способи конкуренції в галузі й вихід з ними на ринок, іменовані автором "нововведеннями".

Нововведення частіше всього припускає капіталовкладення в основні фонди й додаткові зусилля по маркетингу.

М. Портер виділяє найбільш типові причини нововведень, що дають конкурентну перевагу:

— по-перше, зміна технології, що може створити нові можливості для розробки товару, нові способи маркетингу, виробництва або доставки й поліпшення супутніх послуг;

— по-друге, зміна або поява нових запитів покупців, коли їхні погляди на те, "що таке добре, а що таке погано", різко змінюються;

— по-третє, поява нового сегмента галузі, що дає можливість як вийти на нову групу покупців, так і знайти більше ефективний спосіб випускати деякі види продукції;

— по-четверте, зміна вартості або наявності таких компонентів виробництва, як робоча сила, сировина, енергія, транспорт, засоби інформації, устаткування, у зв'язку зі зміною умов у постачальників і можливістю використання інших компонентів;

— по-п'яте, зміна державного регулювання в сферах потреб до стандартів охорони навколишнього середовища, до нових галузей та торгових організацій.

Довгострокове утримання конкурентної переваги, на думку автора, визначається трьома факторами.

1. Характер джерел переваги, які бувають:

- низького порядку.
- високого порядку.

2. Наявність у фірми декількох джерел конкурентної переваги;

3. "Постійна модернізація виробництва й інших видів діяльності", оскільки "практично будь-яка перевага з часом буде скопійована конкурентами". Дослідники Р. Хейс, С. Уілрайт, К. Кларк у достатньо своєрідному викладенні розглядали чотири рівні конкурентоздатності підприємства.

1. вироблена продукція виділяється в кращу сторону в порівнянні із продукцією конкурентів, а споживачі будуть задоволені, якщо їм запропонують те, що заявлено в рекламі, тому додаткові зусилля у виробництві або керуванні будуть зайві.

2. Підприємства повинні відповідати стандартам, установленим основними конкурентами.

3. На підприємствах віддається перевага не загальним стандартам виробництва в галузі, а використанню в конкурентній боротьбі внутрішніх переваг.

4. Крім того, ми вважаємо за необхідне ураховувати в складі факторів конкурентоспроможності підприємства певні фактори зовнішнього середовища, вплив яких на конкурентоспроможність підприємства може бути досить неоднозначним.

Висновки. Конкурентоспроможність підприємства можна визначити не як дискретну величину, що характеризує позицію підприємства на ринку в окремий момент часу.

Визначення конкурентоспроможності підприємства за допомогою концепції конкурентних переваг вирішує, на наш погляд, тільки одну сторону даного питання: які можливі переваги в конкурентній боротьбі й під впливом яких обставин вони можуть виникнути.

Література:

1. Олексенко Р. І. Методичні підходи щодо формування конкурентоздатності продукції/ Р.І. Олексенко // Економіка та держава. – 2007. – № 5. – С. 48-50.

2. Олексенко Р. І. Методичні підходи до формування конкурентоспроможності підприємства / Р.І. Олексенко // Держава та регіони. – 2007. – № 2. – С. 172–174.

3. Олексенко Р. І. Політика забезпечення конкурентоспроможності України на світовому продовольчому ринку в умовах глобалізації: тенденції та перспективи. Мелітополь: Колор Принт. 2011. – 200 с.