

УДК 621.326

Федишин І. – ст. гр. БМ – 41

Тернопільський державний технічний університет Імені І.Пулюя

КОКУРЕНТОЗДАТНІСТЬ ОРГАНІЗАЦІЇ: ПОНЯТТЯ, ОЦІНКА, ШЛЯХИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

Науковий керівник: к.т.н., доц. Гевко І.Б.

Поняття конкурентоздатності фірми досить складне і трактується неоднозначно. У загальному вигляді конкурентоздатність фірми може бути визначена як її порівняльна перевага відносно інших фірм даної галузі в конкретній країні та за її межами. Галузь доцільно розглядати як групу (сукупність) фірм, чії товари (послуги) подібні до такої міри, що вступають у конкуренцію, обслуговуючи однакові потреби однорідних типів покупців.

Найскладнішим є оцінка рівня конкурентоздатності, тобто виявлення характеру конкурентної переваги фірми порівняно з іншими фірмами. Складність, а іноді й повна відсутність доступу до інформації про діяльність конкурентів, може створити у керівництва фірми необгрунтовану думку про переваги фірми над конкурентами, самозаспокоєність і послаблення зусиль для підтримування необхідного рівня конкурентної переваги.

Фактори, що забезпечують формування ефективної конкурентоздатності підприємства в умовах ринку ми виділили у дві групи: I група – фактори, що визначають можливу наявність конкурентних переваг, або фактори досягнення конкурентоздатності; II група – фактори утримання конкурентоздатності.

Фактори першої групи в залежності від місця виникнення можна підрозділити на внутрішні і зовнішні. Серед основних внутрішніх факторів, що залежать від діяльності самого підприємства нами виділені наступні: стратегія підприємства, інноваційний потенціал, виробничі потужності, збутові потужності, потенціал керівництва, якість системи управління, ресурси знань та інформації, інші фактори (у т.ч. відносини з постачальниками, доступ до ресурсів). До основних зовнішніх факторів досягнення конкурентоздатності підприємства ми віднесли наступні: конкурентне середовище, параметри попиту (задоволення потреб споживачів, насичення попиту, зміна смаків і переваг покупців), політико-правові зміни, економічні зміни (глобалізація ринку чи його регіональна диференціація), технологічні зміни, що відбуваються внаслідок розвитку НТП, соціально-культурні зміни (демографічні зрушення, зміни в системі цінностей). Другий фактор збереження конкурентоздатності організації – кількість наявних у підприємства джерел конкурентних переваг. Це постійне удосконалення виробництва й інших видів діяльності, вироблення нових правил і моделей економічної поведінки з метою утримання конкурентоздатності.

Для підвищення конкурентоздатності підприємства на українському ринку йому також необхідно вирішувати наступні проблеми: комплексне вирішення питання здешевлення продукції; сертифікації виробів; поновлення виробництва підприємств на новій технологічній та організаційній базі; наближення обсягів і структури виробництва до потреб суспільства і експорту; оптимізація використання виробничого потенціалу; залучення інвестицій, в тому числі іноземних.

При виробленні конкурентної стратегії необхідно, з одного боку, найбільш повно оцінити сильні та слабкі сторони фірми, її позицію в галузі, а з іншого - структуру самої галузі та національної економіки в цілому, які впливають на співвідношення сил, що визначають конкуренцію в цій галузі та в країні.