

Л.В. Михальчук, доц.

І.В. Батуріна студ.

Дніпропетровська державна фінансова академія

КОНКУРЕНТНЕ СЕРЕДОВИЩЕ ПІДПРИЄМСТВА У СУЧАСНИХ УМОВАХ

(Представлено д.е.н., проф. Падерінім І.В.)

Наведені тлумачення терміна «конкурентне середовище підприємства» з точки зору вітчизняних та зарубіжних дослідників; розглянуто чинники, які формують конкурентне середовище і впливають на умови діяльності підприємства, зокрема 5 конкурентних сил М.Портера. Важливим є те, що конкурентне середовище утворюється не лише суб'єктами ринку, взаємодія яких викликає суперництво, але, в першу чергу, – відносинами між ними. Також розкрито поняття недобросовісної конкуренції та наведені методи захисту підприємства від неї. Зроблено висновки щодо формування конкурентоспроможності вітчизняних підприємств на українському та світовому ринках та визначено ключові фактори успіху підприємства у конкурентній боротьбі.

Ключові слова: конкурентне середовище підприємства, 5 конкурентних сил М.Портера, фактори макросередовища, фактори мікросередовища, конкурентоспроможність підприємства, недобросовісна конкуренція, методи захисту від недобросовісної конкуренції.

Постановка проблеми. У ринковій економіці кожне підприємство діє в певному конкурентному середовищі, фактори якого справляють на нього визначальний вплив. Конкуренція є невід'ємним елементом ринкової економіки та потужним двигуном економічного прогресу. Нині в умовах глобалізаційних тенденцій світової економіки, збільшення відкритості товарних ринків відбувається загострення конкурентної боротьби на всіх рівнях: між державами, їхніми об'єднаннями, регіонами, галузями, підприємствами тощо. Посилення конкурентного тиску на ринкових суб'єктів зумовлює необхідність всебічного аналізу конкурентного середовища для виявлення основних тенденцій та загроз, пошуку можливих шляхів зміцнення своїх позицій. Чи витримає підприємство цей конкурентний тиск, залежить від внутрішньої організації його роботи, від способу реалізації поставленої мети. Тема даного дослідження є актуальною, оскільки значна кількість вітчизняних підприємств нині є неконкурентоспроможними на світовому ринку.

Мета дослідження. Розглянути чинники конкурентного середовища підприємства, визначити значення поняття «конкуренція» і запропонувати методи захисту від недобросовісної конкуренції.

Аналіз останніх наукових публікацій. Вивченню факторів конкурентного середовища діяльності підприємств приділяють увагу такі вітчизняні дослідники, як І.В. Багрова, А.А. Лук'яненко, О.А. Хвостенко, В.С. Марцин, О.В. Дикий, Т.В. Футало, Т.А. Дяченко, С.С. Ніколенко, В.В. Холод.

Викладення основного матеріалу. Щоб визначити, що є конкурентним середовищем підприємства і які чинники його формують, розглянемо як трактують значення конкурентного середовища вітчизняні дослідники.

Таблиця 1

Аналіз поняття «Конкурентне середовище»

№ з/п	Автор	Визначення
1	2	3
1.	Т.А. Дяченко	середній ступінь привабливості даного ринку для діючих підприємств на ньому, з позиції можливості протистояння конкурентному тиску суб'єктів, що безпосередньо впливають на них [3, С. 204]
2.	С.С. Ніколенко	це суб'єкти конкурентної боротьби (конкуренти) та їхні дії з забезпечення власних інтересів, в результаті чого формуються певні умови діяльності ... підприємства [6, С. 210]

Закінчення табл. 1

1	© Л.В. Михальчук, І.В. Батуріна, 2014	3
3.	О.А. Хвостенко	це сукупність активно діючих суб'єктів і чинників, які виникають у суспільно-економічному житті країни та знаходяться поза сферою безпосереднього контролю з боку керівництва підприємства і можуть впливати на стан його внутрішнього середовища [9, С. 168]
4.	І.П. Петровська	це результат і умови взаємодії великої кількості суб'єктів ринку, що

		визначає відповідний рівень економічного суперництва і можливість впливу окремих економічних агентів на загально ринкову ситуацію. Конкуренція є певними взаємопов'язаними і взаємозалежними відносинами між суб'єктами господарювання, систематизованими моделями цих взаємовідносин, існування яких визначає закономірності процесів, які проходять на ринках товарів і послуг [7, С. 53]
5.	Л.Г. Шморгун	конкуренція – означає суперництво між окремими суб'єктами ринкового господарства за найбільш вигідні умови виробництва і реалізації (купівлі та продажу) товарів [10, С. 294]
6.	М.Портер	рівень конкуренції залежить від 5 складових: – загрози появи продуктів-замінників; – загрози появи нових гравців; – ринкової влади постачальників; – ринкової влади споживачів; – рівня конкурентної боротьби [11, С. 86]

Американський економіст М.Портер вважає, що рівень конкуренції залежить від 5 складових: загрози появи продуктів-замінників; загрози появи нових гравців; ринкової влади постачальників; ринкової влади споживачів; рівня конкурентної боротьби [11, С. 86] Вони відображені на рисунку 1.

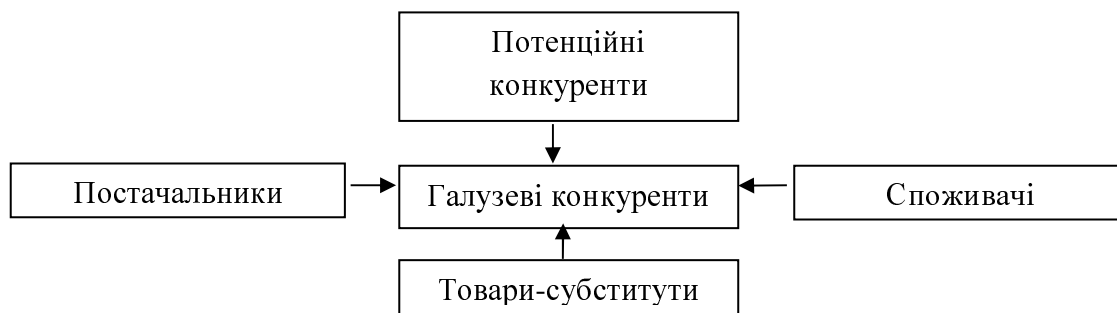


Рис. 1. Модель п'яти конкурентних сил М.Портера

Проведений аналіз поняття «конкурентне середовище» дозволяє виявити спільні риси і зазначити, що конкурентне середовище підприємства – це сукупність чинників зовнішнього середовища і суб'єктів ринку, які впливають на діяльність цього підприємства і спонукають його шукати більш вигідні умови виробництва та реалізації товарів (послуг).

Конкурентне середовище містить у собі систему чинників, що аналізують конкретну ситуацію, в якій підприємство реалізує свою обрану стратегію. Усі чинники умовно можна розділити на зовнішні та внутрішні.

Зовнішні чинники впливу на формування конкурентного середовища створюють мультиплікаційний ефект внутрішніх змін всередині цього середовища. Т.В. Футало і К.А. Львівська зазначають, що взаємодія ... підприємства у конкурентному середовищі відбувається у двох зонах: макросередовищі та мікросередовищі (табл. 2) [8, С. 234].

Таблиця 2

Аналіз чинників конкурентного середовища

Чинники	
Макросередовища	Мікросередовища
1.Політичні:	– Професійний ріст персоналу – Набуття навичок – Участь у вирішенні проблем – Командне вирішення тих чи інших питань торговельного підприємства – Оптимізація трудової мотивації – Формування цінності роботи
– Політична стабілізація	
– Доступність системи стандартизації – Ступінь державного контролю та втручання	
2.Економічні:	

–тенденції розвитку населення – Рівень цін на сировину – Рівень насиченості ринків збуту	– Залучення працівників до участі управління підприємством – Організаційна гнучкість – Підвищення трудової та виробничої дисципліни – Удосконалення демографічної структури персоналу
3.Технологічні: – Розвиток комп'ютерної та телекомунікаційної техніки – Зміни у продуктах та процесах їх виробництва	
4.Соціально-культурні: – Потреба участі працівників в управлінні – Соціальні запити – Гуманізація робочих місць	

Як зазначають Т.В. Футало і К.А. Львівська, потреба в адаптації до нестійкого, динамічного спектра зовнішніх умов, до умов конкуренції та обмеженої раціональності спонукає підприємства до еволюційних перебудов. Для того, щоб зберегти і зміцнити свої позиції в конкурентному середовищі, підприємству необхідно не лише підтримувати високу конкурентність, але й постійно її підвищувати. [8, С. 234].

Нині більшість виробників характеризується низьким рівнем розвитку та неконкурентоспроможністю продукції як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринку. Це обумовлено низьким техніко-технологічним рівнем, недостатнім розміром інвестиційних вкладень, недосконалістю фінансово-кредитної системи. Основним чинником забезпечення конкурентоспроможності підприємств є інновації, які спрямовані на підвищення ефективності підприємства, що базуються на наукових підходах, принципах та методах управління, використанням нововведень. Наявність стійких конкурентних переваг підприємства є результатом системного підходу до управління підприємством, елементами механізму якого є організаційно-структурне забезпечення, оптимізація виробничих процесів та управління збутом продукції [3, С. 159].

Джерела успіху підприємства полягають в обґрунтуванні стратегії розвитку та прийнятті ефективних рішень у процесі оперативної діяльності. За існуючого диспаритету цін у національній економіці, дієвим інструментом забезпечення конкурентних переваг на підприємстві є формування системи власного виробництва продукції та розвиток вертикальної інтеграції. Ці заходи дозволяють отримати додатковий прибуток та забезпечують рівномірну зайнятість трудових ресурсів [3, С. 159].

Щоб залучити на свою сторону більше покупців, здобути панівне положення у галузі та збільшити прибуток, підприємства іноді вдаються до неправомірних дій щодо своїх конкурентів (присвоєння підприємством товарних знаків іншого виробника, розголошення неправдивих відомостей про виробництво іншого підприємства, розголошення комерційної таємниці, копіювання упаковки тощо). Так виникає недобросовісна конкуренція з боку товаровиробників.

Ураховуючи стан недобросовісної конкуренції на товарному ринку, а також інші чинники, суб'єктами господарювання можуть бути використані різні методи захисту від недобросовісної конкуренції (табл. 3).

Таблиця 3

Характеристика методів захисту від недобросовісної конкуренції

№ з/п	Метод захисту	Визначення
1.	Захист прав на інтелектуальну власність	через отримання свідоцтва на право на знаки для товарів і послуг, прав на зазначення походження товару, здійснення міжнародної реєстрації знаків, приєднання до єдиної класифікації товарів і послуг для реєстрації знаків, дотримання умов договору про закони щодо товарних знаків; реєстрація комерційного найменування
2.	Дотримання положень Паризької конвенції про охорону промислової власності	мета: забезпечити охорону об'єктів промислової власності за єдиними нормами для всіх країн-учасниць за умови максимального спрощення процедури встановлення

		міжнародної охорони на їхній території.[2, С. 35]
3.	Комерційна таємниця	визначення змісту комерційної таємниці та врегулювання доступу до комерційної таємниці при укладанні трудових договорів, забезпечення внутрішньої безпеки на підприємстві

Кожен такий метод характеризується своїм рівнем доступності для суб'єкта господарювання. Здебільшого підприємства мають право використовувати легальний законодавчий спосіб захисту, який відображається у формі отримання свідоцтва на право, на знаки для товарів і послуг, прав на зазначення походження товару, здійснення міжнародної реєстрації знаків, приєднання до єдиної класифікації товарів і послуг для реєстрації знаків, дотримання умов договору про закони щодо товарних знаків; реєстрація комерційного найменування тощо [5, С. 216].

Таким чином, в умовах сучасної ринкової економіки підприємство може успішно протистояти негативному впливові різноманітних чинників зовнішнього середовища, забезпечувати свій розвиток лише за наявності стійких конкурентних переваг [4, С. 75].

Висновок. Підприємство функціонує у певному конкурентному середовищі, усі чинники якого справляють на це підприємство певний вплив. Без конкуренції немає ринкової економіки. Рівень конкурентоспроможності підприємства залежить від розробленої стратегії розвитку, поставлених цілей, рівня інвестиційної привабливості, ступеня використання інноваційних досягнень у виробництві та управлінні. На сьогодні в Україні лишилося мало підприємств, які дійсно витримують конкуренцію на світовому ринку. Це відбувається через брак коштів на технічне оновлення підприємств, підвищення кваліфікації працівників, відсутність стимулу до підвищення продуктивності праці. Підвищення конкурентоспроможності вітчизняних товаровиробників, створення умов і врахування факторів, які можуть сприяти ефективній конкуренції на світовому ринку, мають стати головними пріоритетами державної конкурентної політики.

Список використаної літератури:

1. *Березін О.В.* Економічний потенціал аграрних підприємств: механізми формування та розвитку / *О.В. Березін, О.Д. Плотник.* – Полтава: Інтер Графіка, 2012. – 221 с.
2. *Верба І.І.* Основи інтелектуальної власності: навч. посібник / *І.І. Верба, В.О. Коваль ; за ред. С.В. Чікін.* – 2-ге вид., перероб. і доп. – К. : НТУУ «КПІ», 2013. – 262 с.
3. *Дяченко Т.А.* Теоретико-методичні засади оцінки конкурентного середовища та конкурентної позиції підприємства на ринку / *Т.А. Дяченко // Маркетинг і менеджмент інновацій, 2012, № 4.* – С. 203–208.
4. *Кучмій І.Г.* Вплив зовнішнього середовища на діяльність підприємств та його наслідки / *І.Г. Кучмій // Збірник ВНАУ.* – В., 2010. – № 6. – С. 73–75.
5. *Михальчишин Н.Л.* Доступність методів захисту від недобросовісної конкуренції для суб'єктів господарювання / *Н.Л. Михальчишин // Вісник Національного університету «Львівська політехніка».* – № 720: Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. – С. 210–216.
6. *Ніколенко С.С.* Оцінка конкурентного середовища торговельного підприємства *Ніколенко С. С. Кириченко Л. М. // Економічний простір : зб. наук. пр. – Д. : ПДАБА, 2012. – № 60. – С. 207–219.*
7. *Петровська І.П.* Конкурентне середовище та проконкурентні дії на ринку України / *І.П. Петровська А.В. Пташинський // Збірник наукових праць.* – К., 2012. – С. 52–56.
8. *Футало Т.В.* Чинники і умови формування конкурентного середовища підприємств роздрібною торгівлі / *Т.В. Футало, К.А. Львівська // Науковий вісник НЛТУ України.* – 2009. – Вип. 19.1. – С. 232–237.
9. *Хвостенко О.А.* Концептуальні засади класифікації середовища підприємства // *Актуальні проблеми економіки.* – 2009. – № 5. – С. 166–173.
10. *Шморгун Л.Г.* Менеджмент організацій : навч. посібник / *Л.Г. Шморгун.* – К. : Знання, 2010. – 452 с.
11. *Michael E. Porter* «The Five Competitive Forces that Shape Strategy», *Harvard Business Review, January, 2008.* – P. 86.

МИХАЛЬЧУК Людмила Володимирівна – доцент кафедри економіки підприємства Дніпропетровської державної фінансової академії.

Наукові інтереси:

– розвиток малого підприємства.

Тел.: (067)497–90–93.

E-mail: Lyudmila_08@mail.ru.

БАТУРІНА Ірина Владиславівна – студентка Дніпропетровської державної фінансової академії.

Наукові інтереси:

– вирішення проблем пов'язаних з підвищенням якості продукції і конкурентоспроможності підприємства.

Тел.: (095)619-29-14.

E-mail: baturina.irina.v@gmail.com.

Стаття надійшла до редакції 12.08.2014