УДК 658+477

ДЕКОМПОЗИЦІЯ ПРОЦЕСУ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА НА ЗОВНІШНЬОМУ РИНКУ

ВОРОНКОВА А. Е.

доктор економічних наук

КОКУРА К. В.

Луганськ

Підвищення конкурентоспроможності промислового підприємства на зовнішньому ринку є сукупністю взаємопов'язаних процесів. З метою проведення докладного та глибокого аналізу процесу підвищення конкурентоспроможності промислового підприємства доцільно структурувати його на декілька підпроцесів, кожний із яких є значущим і впливає на здійснення інших складових та ефективність головного процесу в цілому.

Проблемам визначення конкурентоспроможності підприємства присвятили дослідження багато вітчизняних і закордонних науковців: І. Ансофф, А. Е. Воронкова, І. О. Піддубний, Ю. Б. Іванов, І. Ю. Сіваченко, Р. А. Фатхутдінова, Т. Г. Філософова [1 – 7]. Незважаючи на значний внесок більшості науковців, до теперішнього часу не було декомпозовано процес підвищення конкурентоспроможності підприємства на зовнішньому ринку.

Метою статті є декомпозиція процесу підвищення конкурентоспроможності підприємства на зовнішньому ринку.

Дослідження питань щодо підвищення конкурентоспроможності промислових підприємств на зовнішньому ринку дозволяє визначити певні етапи цього процесу, а саме: встановлення ланцюга формування конкурентних переваг промислового підприємства; визначення чинників зовнішнього середовища, які впливають на конкурентні переваги промислового підприємства; проведення оцінювання конкурентоспроможності промислового підприємства; обґрунтування вибору стратегії підвищення конкурентоспроможністю промислового підприємства; реалізація стратегії підвищення конкурентоспроможності промислового підприємства; контроль за реалізацією стратегії підвищення конкурентоспроможності промислового підприємства.

На *рис. 1* представлено всі підпроцеси процесу «Підвищення конкурентоспроможності промислового підприємства на зовнішньому ринку» із виходами, входами, управлінням та механізмами, а також взаємозв'язок між ними.

Перший етап підвищення конкурентоспроможності промислового підприємства передбачає визначення конкурентних переваг промислового підприємства, який є виходом по відношенню до поточного підпроцесу та входом до третього підпроцесу «Оцінювання конкурентоспроможності промислового підприємства» та четвертого підпроцесу «Обґрунтування вибору стратегії підвищення конкурентоспроможності промислового підприємства» одночасно.

Етап визначення та аналізу чинників зовнішнього середовища, які впливають на конкурентні переваги промислового підприємства, передбачає такі стадії: проведення маркетингового дослідження ринку материнської країни та чинників, які впливають на формування конкурентних переваг; проведення маркетингового дослідження ринку країни-реципієнта та чинників, які впливають на реалізацію конкурентних переваг; проведення маркетингового дослідження зовнішнього ринку та чинників, які впливають на стан ринку материнської країни, країни-реципієнта, промислове підприємство та його конкурентні переваги; аналіз отриманих результатів маркетингових досліджень чинників зовнішнього середовища.

На третьому етапі підвищення конкурентоспроможності промислового підприємства на зовнішньому ринку проводиться її оцінювання. Чинники міжнародного середовища, що впливають на ринок країни-реципієнта як частину міжнародного ринку, обумовлюють його стан, який може бути охарактеризований як рівноважний, стабільний або нестабільний. Рівень конкурентоспроможності промислового підприємства великою мірою залежить від стану ринку країни-реципієнта.

При здійсненні етапу «Оцінювання конкурентоспроможності промислового підприємства» найбільш важливу роль відіграє управлінська функціональна область діяльності. Саме від усвідомлення необхідності проведення оцінювання конкурентоспроможності та прийняття відповідного управлінського рішення залежить успіх промислового підприємства на зовнішньому ринку.

www.business-inform.net

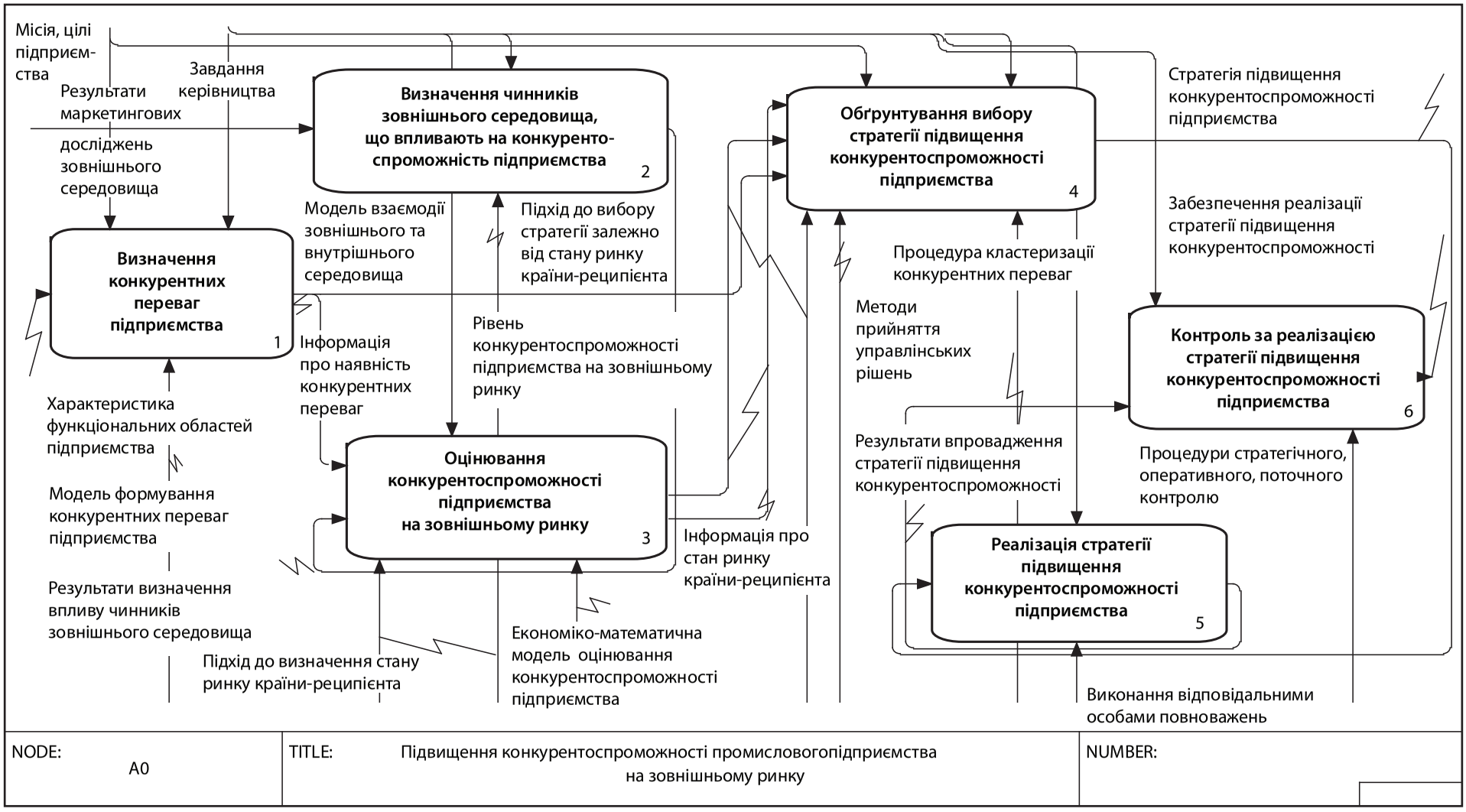

Рис. 1. Декомпозиція процесу «Підвищення конкурентоспроможності промислового підприємства на зовнішньому ринку»

Наступний етап підвищення конкурентоспроможності промислового підприємства полягає в обґрунтуванні вибору стратегії. При здійсненні даного етапу як вхідні параметри використано рівень конкурентоспроможності промислового підприємства, інформацію про стан ринку країни-реципієнта та ланцюг конкурентних переваг, які, згідно із місією, цілями та завданнями керівництва, а також шляхом використання методів прийняття управлінських рішень, підходу до вибору стратегії підвищення конкурентоспроможності промислового підприємства залежно від стану ринку країни-реципієнта та кластеризації конкурентних переваг, перетворюються на вихід: стратегію підвищення конкурентоспроможності промислового підприємства.

П'ятий етап передбачає безпосередню реалізацію обраної стратегії підвищення конкурентоспроможності промислового підприємства на зовнішньому ринку шляхом виконання затверджених керівництвом заходів згідно з затвердженим планом. Ефективність даного етапу пояснюється конкурентними перевагами управлінської функціональної області діяльності, які впливають на реалізацію стратегії всіма функціональними областями діяльності промислового підприємства.

На шостому етапі підсумовується робота підприємства, спрямована на досягнення конкурентоспроможності, здійснюється контроль за якістю та дотриманням термінів реалізації плану заходів, порівнюються досягнуті результати з поставленими цілями, складаються висновки. Ефективність даного етапу залежить від конкурентних переваг, які формуються в управлінській функціональній області діяльності промислового підприємства.

ВИСНОВКИ

Декомпозиція процесу підвищення конкурентоспроможності підприємства на зовнішньому ринку дозволяє докладно представити послідовність етапів та взаємозвязки між ними. Підвищення конкурентоспроможності промислового підприємства залежить від встановлення найбільш доцільної стратегії, згідно зі станом ринку країни-реципієнта, та визначення наявних конкурентних переваг промислового підприємства за ланцюгом формування конкурентних переваг. ■

ЛІТЕРАТУРА

1. Ансофф И. Стратегическое управление: Пер. с англ. / Науч. ред. и авт. предисл. Л. И. Евенко.– М. : Экономика, 1989.– 516 с.

2. Воронкова А. Э. Стратегическое управление конкурентоспособным потенциалом предприятия: диагностика и организация: Монография.– Луганск: ВНУ ім. В. Даля, 2004.– 320 с.

3. Піддубний І. О. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства : Навчальний посібник.– Х. : ВД «ІНЖЕК», 2006.– 270 с.

4. Теоретичні основи конкурентної стратегії підприємства : Монографія / Ю. Б. Іванов, О. М. Тищенко.– Х. : ВД «ІНЖЕК», 2006.– 384 с.

5. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства (організації) : Навчальний посібник / За ред. І. Ю. Сіваченко.– К. : ЦУЛ, 2003.– 186 с.

6. Фатхутдинов Р. А. Стратегическая конкурентоспособность : Учебник.– М. : Экономика, 2005.– 504 с.

7. Философова Т. Г. Конкуренция и конкурентоспособность : Учеб.пособ.– М. : ЮНИТИ, 2007.– 271 с.