

УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

студент гр. АММ-31 Рибалка Н.А.

Актуальність теми полягає в тому, що в умовах глобалізації та необхідності інтегрування у світовий (європейський) економічний простір, універсальним критерієм стратегії розвитку будь-якої країни, а тим більше України, що пішла шляхом утвердження самостійності та національної ідентичності, має стати конкурентоспроможність, як імовірність реалізації конкурентних переваг на внутрішньому та зовнішньому ринках.

Конкурентоспроможність виявляється лише в умовах конкуренції і через конкуренцію. У країнах з ринковою економікою конкурентоспроможність підприємства є результатом переплетіння факторів, породженим об'єктивним розвитком продуктивних сил і які відображають результати політики великих монополій в боротьбі за якість, ринки збуту і отримання прибутку.

Управління конкурентоспроможністю підприємства можна визначати як сукупність заходів, які спрямовані на систематичне вдосконалення виробу, постійний пошук нових каналів збуту, нових груп покупців, поліпшення сервісу, реклами. Його необхідно розглядати, як складову частину системи управління підприємством.

Механізм управління конкурентоспроможністю підприємства буде найбільш ефективнішим у тому випадку, коли він посилює мотивацію діяльності людей. При такому механізмі узгодженість інтересів взаємодіючих сторін досягається вибором методів і ресурсів управління відповідно до природи факторів управління, на які здійснюється вплив. При неузгодженості інтересів неможливе здійснення ефективного впливу на внутрішні та зовнішні фактори і досягнення поставленої мети. Вирішальний фактор, що визначає стабільність конкурентоспроможності підприємства – це не просто його здатність виробляти високоякісні товари, а й можливість забезпечити комерційний успіх на ринку. Конкурентоспроможність товару і конкурентоспроможність підприємства – це як частина і ціле.

Конкурентна перевага майже завжди досягається за рахунок наступальних стратегічних дій підприємства. Наскільки багато часу знадобиться успішній наступальній стратегії для створення переваги, залежить від конкуренції у галузі. Виділяють шість основних типів наступальної стратегії: 1) дії, спрямовані на те, щоб протистояти сильним сторонам конкурента або перевершити їх; 2) дії, спрямовані на використання слабостей конкурента; 3) одночасний наступ на декількох фронтах; 4) захоплення незайнятих просторів; 5) партизанська війна; 6) упереджуючі удари.

Загальний порядок дослідження, оцінки та, в цілому, управління конкурентоспроможністю підприємства охоплює такі принципові етапи: вияв чинників зовнішнього та внутрішнього середовища, що впливають на рівень конкурентоспроможності підприємства, та оцінка їх значимості; групування чинників, аналіз їх внутрішньогрупових та міжгрупових взаємозв'язків; оцінка впливу обраних для дослідження чинників (або груп чинників) на рівень конкурентоспроможності підприємства та кількісне визначення цього рівня; прогнозування змін умов зовнішнього та внутрішнього середовища; прогнозування рівня конкурентоспроможності підприємства; з'ясування шляхів та методів підвищення конкурентоспроможності; розробка комплексу заходів по підвищенню конкурентоспроможності; оцінка прямих та опосередкованих витрат на реалізацію розроблених заходів; вибір критерію ефективності заходів по підвищенню конкурентоспроможності підприємства; визначення ефективності розроблених заходів та вибір оптимального комплексу регулюючих впливів; прийняття відповідних управлінських рішень.

Класифікація методів оцінки конкурентоспроможності підприємства передбачає їх поділ на окремі групи за певною ознакою. Найчастіше такою ознакою виступає форма представлення результатів оцінки, відповідно до якої виділяють графічні, матричні, розрахункові та комбіновані (розрахунково-матричні, розрахунково-графічні) методи.

Основні методи оцінювання конкурентоспроможності підприємства:

1. Метод, що базується на оцінці конкурентоспроможності продукції підприємства;
2. Метод, що базується на аналізі порівняльних переваг підприємств-конкурентів;
3. Метод, заснований на теорії ефективної конкуренції;
4. Інтегральний метод;
5. Метод самооцінки діяльності;
6. Матричний метод (розроблений консалтинговою групою Бостона).

Розглянувши запропоновані методи оцінки конкурентоспроможності підприємства, можна зробити висновок, що жоден з розглянутих методів не є досконалим, а тому потребує подальшого опрацювання і удосконалення. Найбільш точним та об'єктивним при оцінці конкурентоспроможності є, на наш погляд, метод інтегральної оцінки, який дозволяє отримати більш повну інформацію про конкурентні позиції підприємства на ринку.

Науковий керівник: проф. Жулавський А.Ю.

Рибалка, Н.А. Управління конкурентоспроможністю підприємства [Текст] / Н.А. Рибалка; наук. кер. А.Ю. Жулавський // Економічні проблеми сталого розвитку : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої пам'яті проф. Балацького О.Ф., м. Суми, 6-8 травня 2014 р.: у 2-х т. / За заг. ред.: О.В. Прокопенко, О.В. Люльова. - Суми : СумДУ, 2014. - Т.2. - С. 288-289.