

Примак О. П.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Процес управління конкурентоспроможністю в сучасних умовах функціонування суб'єктів господарювання набуває особливої актуальності. Господарська діяльність підприємства знаходиться в умовах постійних змін зовнішнього та внутрішнього середовища. Такі зміни характеризуються різними ступенями швидкості, динаміки, складності та глибини. Конкуренція є дуже важливим атрибутом ринкової економіки і значущим чинником стимулювання господарської активності, посилення диференціації та підвищення якості продукції, зниження витрат і стабільності економічного зростання.

Конкуренція є основою всього механізму товарного виробництва і ринкового господарства і створює серйозну альтернативу монополізації у сфері економіки.

Головною метою управління конкурентоспроможністю підприємства є забезпечення його життєздатності та стійкого функціонування при будь-яких організаційно-економічних, політичних, соціальних та інших чинників у своїх внутрішньому та зовнішньому середовищі.

Управління конкурентоспроможністю підприємства має відповідати таким принципам:

- адаптивності;
- урахування дії законів організації структур і процесів; інтеграції;
- дотримання вимог сукупності наукових підходів до управління;
- гнучкості;
- клієнтоорієнтованості та орієнтації на конкретні ринки і потреби;
- використання сучасних методів аналізу;
- планування, прогнозування та оптимізації;

– системності та комплексності, використання новітніх комунікацій та технологій;

– динамічності;

– забезпечення конкурентних переваг;

– примноження компетентностей підприємства та нарощення прибутків;

– інноваційності;

– урахування чинників конкурентного середовища та особливостей забезпечення конкурентоспроможності певної галузі.

Для ефективного управління конкурентоспроможністю необхідний об'єктивний інструмент її оцінювання. На сьогодні не існує загальноприйнятої методики оцінки конкурентоспроможності, кожне підприємство оцінює свою конкурентну позицію власним способом, але діагностика конкурентного середовища підприємства передбачає певну послідовність і охоплює низку етапів:

1) виявлення переліку підприємств;

2) збір вихідної інформації;

3) визначення типу ринку та оцінювання конкурентних сил його суб'єктів;

4) оцінювання інтенсивності конкуренції та ступеня монополізації ринку;

5) аналіз конкурентних позицій підприємства на ринку;

6) побудова конкурентної карти ринку.

Для ефективного управління конкурентоспроможністю підприємства керівництву компанії необхідно визначити:

1) відповідні для підприємства індивідуальні напрямки забезпечення конкурентоспроможності;

2) цілі для трьох рівнів управління конкурентоспроможністю – стратегічного, тактичного і оперативного;

3) перелік підрозділів, що відповідають за кожен рівень конкурентного розвитку підприємства;

4) параметри системи управління конкурентоспроможністю.

Отже, для успішного здійснення своєї діяльності підприємству слід знати своїх конкурентів, намагатися виявити їхні сильні та слабкі сторони і з огляду на це приймати зважені управлінські рішення.

Список використаних джерел:

1. Михайленко О. В. Система управління конкурентоспроможністю продукції підприємства / О. В. Михайленко, К. Г. Орлова // Науковий вісник Ужгородського національного університету. – 2017. – №13–2–17. – С. 114–117.
2. Халімон Т. М. Принципи побудови механізму управління конкурентоспроможністю підприємств / Т. М. Халімон // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. – 2017. – №25–1–17. – С. 158–161.
3. Яцковий Д. В. Сучасні методики оцінки конкурентоспроможності підприємства / Д. В. Яцковий // Вісник соціально-економічних досліджень. – 2013. – № 4(51). – С. 183-188.