

Управління конкурентоспроможністю підприємства

*Розглянуто сутність поняття конкурентоспроможність підприємства.
Визначено методи, алгоритм оцінювання та напрями підвищення
конкурентоспроможності.*

Управління конкурентоспроможністю підприємства.

Підприємства, які виходять на сучасний ринок світової торгівлі повинні швидко адаптуватися до змін ринкового середовища із метою забезпечення життєздатності та досягнення провідних позицій у галузі їх господарської діяльності. Вимоги та підготовка організації до функціонування у конкурентному середовищі схарактеризується через рівень її конкурентоздатності. Саме з цією метою, на початку необхідно дати визначення сутності терміну «конкурентоспроможність».

М. Портер визначає конкурентоспроможність – як конкурентні переваги окремої галузі, що забезпечують лідерство серед конкурентів. Він приділяв увагу ефективному використанню ресурсів підприємства, як ключового фактору конкурентних переваг [1].

Такий визначний дослідник, як Г. Скудар поділяє категорію «конкурентоспроможність» на рівень товару, підприємства, галузі та країни. Конкурентоспроможність в його роботах, залежить від економічних, соціальних і політичних факторів на зовнішньому та внутрішньому ринку [2, с.211].

Аналізуючи погляди науковців, конкурентоспроможність підприємства можемо підсумувати, що конкурентоспроможність це комплексний порівняльний з обраними конкурентами аналіз оцінюваних показників господарської діяльності на певному ринку за визначений період час.

Вивчення конкурентоспроможності підприємства у ринковому середовищі враховує дослідження факторів впливу зовнішнього (глобальне оточення підприємства яке можуть впливати на діяльність) та внутрішнього середовища (чинники всередині підприємства) на прихильність споживачів до продукції та послуг [3, с.144].

Сьогодні оцінка рівня конкурентоспроможності підприємства є важливим фактором успішного управління конкурентоздатності яке забезпечить організації ефективне ведення господарської діяльності на ринку. На нашу думку, показник конкурентоздатності повинен показувати основні підсумки господарської діяльності та потенціал усіх структурних підрозділів підприємства. Саме для аналізу ефективності реакції на зміни зовнішнього середовища він використовується на постійній основі. Оцінка конкурентоспроможності підприємства визначає відносний рівень на якому фірма та її продукція спроможна посісти конкурентні позиції на певному ринку господарської діяльності.

Аналізуючи наукові праці стосовно дослідження методів оцінки конкурентоспроможності, виділяють наступні групи методів, які об'єднують загальні показники, це такі, як [4, с.155.;5, с.183]: кількісні, якісні, матричні, спеціальні, комплексні, графічні, індексні та аналітичні. Завдяки перерахованим методам діагностики підприємства, управлінці роблять висновки про майбутні напрями формування стратегічного розвитку суб'єкта підприємницької діяльності. До переваг зазначених методів оцінки конкурентоздатності підприємства можна віднести:

- вивчення інформації щодо обсягів збуту, виявляють адекватну оцінку конкурентних позицій організації ринку;
- методи прості у застосуванні саме при дослідженні частки та темпів збільшення ринку;
- методи дозволяють аналізувати взаємодію різних факторів підприємства та стадії їх розвитку.

Недоліками зазначених методів можна представити наступне :

- недостатня кількість характеристик для проведення оцінювання;
- суб'єктивність деяких показників;
- без аналізу причин факторів оцінювання, ускладнюється процес прийняття управлінських рішень.

Дієвий алгоритм оцінки конкурентоспроможності підприємства можна представити наступним чином [6, с.250]:

- 1) вибір мети оцінки конкурентоспроможності підприємства;
- 2) вибір конкурентів для оцінки конкурентоспроможності;
- 3) вибір показників наведеної оцінки;
- 4) розрахунок показників конкурентоспроможності;
- 5) висновок про рівень конкурентоздатності підприємства;

За цим алгоритмом, у випадку низького рівня конкурентоспроможності, підприємство потребує негайних стратегічних рішень, спрямованих на підвищення рівня конкурентоспроможності. У разі високого рівня конкурентоздатності – підприємство сприймається одним із лідерів галузі. Будь-яка «Стратегія» має бути спрямована на підтримку і розвиток конкурентних переваг.

Таким чином, провівши аналіз визначення сутності «конкурентоспроможності» різних науковців та напрацювання щодо оцінювання рівня конкурентоздатності, можна виділити наступні шляхи посилення конкурентних позицій підприємства на ринку [7]:

- розвиток процесів управління;
- ефективне використання наявних ресурсів;
- підвищення кадрового потенціалу;
- розвиток маркетингової діяльності;
- розвиток системи обслуговування клієнтів;
- зміцнення іміджу підприємства;
- впровадження інноваційної політики.

Отже, на сучасному етапі управління – конкурентоспроможність підприємства потребує вдосконалення та розвитку. Необхідним є впровадження системного підвищення професійної компетенції управлінських кадрів, пошук

ефективних форм інноваційного розвитку управління конкурентоздатністю підприємств України, необхідність системного формування і якісного розвитку інтелектуального капіталу організації.

Список літератури

1. Конкурентоспроможність підприємства: навч. посіб. / Р. Л. Лупак, Т. Г. Васильців. – Львів : Видавництво ЛКА, 2016 – URL: http://www.lute.lviv.ua/fileadmin/www.lac.lviv.ua/data/kafedry/Ekonomiky/Docs/Konkurentospromozhnist_p-va_Lupak_Vasilciv.pdf
2. Скудар Г. М. Управління конкурентоспроможністю великого акціонерного товариства: проблеми та рішення. Київ : «Наукова думка», 2006. 496 с.
3. Янковий О. Г. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення : монографія. Одеса : Атлант, 2013. 470 с.
4. Левицька А.О. Методи оцінки конкурентоспроможності підприємства: вітчизняні та закордонні підходи до класифікації. Механізм регулювання економіки. 2013. № 4 С.155-161.
5. Яцковий Д.В. Сучасні методи оцінки конкурентоспроможності підприємства. Вісник соціально-економічних досліджень. 2013. № 4. С.183-188.
6. Оснач О. Ф., Пилипчук В. П., Коваленко Л. П. Промисловий маркетинг : підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2009. 365 с.
7. Пермінова С. О., Савицька О. М., Омельченко Я. В. Підвищення конкурентоспроможності підприємств в контексті їх стратегічного розвитку. Ефективна економіка. 2018. № 1. – URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6049> (дата звернення: 10.09.2022).