

Іларіон БОГАТИРЬОВ,

студент 21сМН спеціальності менеджмент
Таврійський державний агротехнологічний університет
імені Дмитра Моторного
м. Мелітополь, Україна

УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Проблема підвищення конкурентоспроможності є актуальною для підприємств усіх галузей світового господарства. В умовах розвитку ринкових відносин в Україні вона є вирішальним фактором успіху бізнесу й економічної безпеки. Саме конкуренція є однією з найпопулярніших і обговорюваних проблем. А механізми формування ефективних підходів до вибору конкурентних переваг є найбільш актуальними в економічному середовищі.

Аналіз економічної літератури свідчить про наявність багатоаспектного трактування терміну «конкурентоспроможність». Дослідження теоретичних та практичних основ вивчення конкурентоспроможності підприємства на ринку знайшли своє відображення в численних працях закордонних та вітчизняних учених Г. Асселя, Г. Азоєва, І. Ансоффа, Ф. Котлера, Г. Минцберга, Пітерса, М. Портера, Ф. Тейлора, А. Сміта, А. Файоля, Р. Фатхутдинова, А. Юданова та інших. Проте, до теперішнього часу питання щодо визначення теоретичних аспектів конкурентоспроможності підприємства та факторів, що на неї впливають ще недостатньо вивчені і вимагають більш поглибленого дослідження.

В загальному розумінні конкуренція — це суперництво між господарюючими одиницями, які мають інтерес у досягненні спільної цілі за умов обмеженості ресурсів.

Щодо конкурентоспроможності підприємства, то це перевага підприємства по відношенню до інших підприємств тієї ж галузі як на внутрішньому так і на зовнішньому ринках. Конкурентоспроможність підприємства характеризується його можливістю забезпечити: низькі витрати виробництва; унікальність, особливість пропозиції; доступний і якісний сервіс; екоорієнтація продукції; якість продукції (послуг); своєчасна реалізація продукції (послуг) на ринку [1].

За визначенням Г. Азоєва, конкурентоспроможність підприємства – це здатність ефективно розпоряджатися власними й позиковими ресурсами в умовах конкурентного ринку, це результат його конкурентних переваг по всьому спектру проблем управління підприємством [1].

Покропивний С.Ф. [4, с. 350] зазначає, що поняття конкурентоспроможності необхідно розуміти, як здатність ефективно здійснювати господарську діяльність та забезпечувати одержання прибутку, враховуючи умови конкурентного ринку. Інакше кажучи, конкурентоспроможність полягає у можливостях підприємства забезпечити такий випуск продукції, щоб можна було успішно її реалізувати на конкурентному ринку.

Існує три рівня забезпечення конкурентоспроможності організації: оперативний, тактичний і стратегічний: 1) оперативний — це забезпечення конкурентоспроможності продукції. Відмінною рисою конкурентоспроможності в

цьому випадку є показник конкурентоспроможності продукції; 2) тактичний — це конкурентоспроможність на тактичному рівні підприємства. Відмінною рисою є показник фінансово-економічного стану підприємства; 3) стратегічний — характеризує формування інвестиційної привабливості підприємства. Головною умовою цього рівня є зростання вартості підприємства [2].

У науковій літературі означено такі підходи до оцінки конкурентоспроможності підприємства: - структурний, в основі якого є ухвалення рішення щодо дотримання тієї чи іншої позиції на ринку, виходячи з рівня монополізації галузі, тобто концентрації виробництва і капіталу, бар'єрів для нових підприємств, які вступають в галузевий ринок; - ресурсний. Згідно даного підходу рівень конкурентоспроможності підприємства визначається за допомогою аналізу наявних ресурсів і ефективності їх використання; - ситуативний. Оцінка конкурентоспроможності підприємства розглядається як процес визначення оцінок результативності ринкових дій в конкретній ситуації, що склалася на ринку; - цільовий, який дозволяє розглядати аналіз рівня конкурентоспроможності підприємства як визначення економічних результатів роботи підприємства у порівнянні з відповідними цільовими показниками конкурентів; - якісний, заснований на дослідженні конкурентоспроможності продукції підприємства, що впливає на його загальну конкурентоспроможність; - теорії конкурентних переваг. Передбачає встановлення переваг підприємства у порівнянні з конкурентами та дає можливість визначити позицію підприємства на ринку [3, с. 78].

На базі застосування принципів протилежності цілей та засобів, врахування особливостей різних сегментів ринку, ринкової кон'юнктури, раціональної поведінки учасників ринку та функції бажаності науковцями Таврійського державного агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного запропонована оцінка рівня конкурентостійкості підприємства, яка передбачає застосування системи групових показників, трансформованих в інтегральний показник конкурентостійкості. з урахуванням внутрішньої конкурентостійкості та рівня впливу зовнішнього середовища.

Методологія оцінки управління конкурентоспроможністю підприємств розглянута в контексті системного підходу формування загальної методики, яка розроблена на визначенні інтегрованих показників за певними групами, що характеризують внутрішньосистемні потенційні можливості суб'єкта економічної діяльності, рівень використання внутрішньосистемних потенційних позицій, рівень досягнення поставлених завдань, рівень використання потенційних можливостей організаційної взаємодії у відносинах із зовнішнім середовищем, здатність системи управління адаптуватись, як цілісності, до нових чинників середовища, які динамічно змінюються.

Запропонована система методів наукового дослідження сприятиме формуванню інформаційної бази для оцінки конкурентного статусу підприємств, виявленню сильних і слабких сторін, можливостей і загроз, обґрунтування стратегій та механізмів управління конкурентоспроможним розвитком підприємницьких структур. Активне використання сучасних методів бізнес-планування, корпоративного госпрозрахунку, функціонально-вартісного аналізу

та інших прогресивних інструментів удосконалення планово-аналітичної роботи безпосередньо впливатиме на вирішення проблем підвищення конкурентоспроможності підприємства і його беззбиткову діяльність.

Такий підхід до вибору напрямів реорганізації системи економічної служби обумовлений об'єктивною необхідністю вдосконалення економічної політики підприємства в мінливих умовах господарювання. Реалізація цих заходів дасть змогу забезпечити якісно новий рівень управління витратами, формування цін на виготовлену продукцію, що позитивно вплине на підвищення конкурентних можливостей підприємства.

Список використаних джерел.

1. Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика / Г.Л. Азоев. – М.: Центр экономики и маркетинга. 1996. – 208 с.
2. Драган О.І. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теоретичні аспекти. Монографія. – К.: ДАКККіМ, 2006. – 160 с.
3. Завьялов П.С. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах: Учебное пособие. - М.: ИНФРА-М, 2002. – 496 с.
4. Економіка підприємства: [Підручник] / За заг. ред. С.Ф. Покропивного. – Вид. 2-ге. – К.: КНЕУ, 2004. – 528 с.
5. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення: [монографія / за заг. ред.. О.Г. Янкового]. – Одеса: Атлант, 2013. – 470 с.
6. Мануйлович Ю.М. Дослідження сутності та трактування поняття конкурентоспроможності підприємства. Ю.М. Мануйлович Маркетинг і менеджмент інновацій. 2013. № 4. – [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21CO...
7. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление / Р.А. Фатхутдинов. – М.: ИНФРА-М. – 2000. – 312 с. – (Серия “Высшее образование”)
8. Чумак Л.Ф. Фактори впливу а формування конкурентоспроможного потенціалу підприємств / Л.Ф. Чумак // Экономика и управление. - № 1. – 2013. – с. 6

Анастасія ДАНИЛЬЧЕНКО,

студентка 1 курсу магістратури, спеціальність «Менеджмент»,
Таврійський державний агротехнологічний університет ім. Д. Моторного,
м. Мелітополь, Україна

Науковий керівник: Вікторія НЕХАЙ,
д.е.н., доцент кафедри менеджменту,

Таврійський державний агротехнологічний університет ім. Д. Моторного,
м. Мелітополь, Україна

ТЕХНОЛОГІЯ ВПРОВАДЖЕННЯ КОНТРОЛІНГУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Одним з найбільш важливих аспектів контролінгу є його практична реалізація на певному підприємстві. У сучасному світі для контролінгу склалися