

УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Жабська О.В., Ларка Л.С.

Національний технічний університет

«Харківський політехнічний інститут», м. Харків

Конкурентоспроможність – це комплексне поняття, яке включає такі аспекти, як спроможність підприємства продавати конкурентну продукцію; вміння розробляти стратегію, яка забезпечує високий рівень його конкурентоспроможності; наявність добре налагодженого організаційно-управлінського механізму, який може виконати поставлене завдання; орієнтацію діяльності підприємства на ринок і систематичну співпрацю зі споживачами; наявність конкурентної стратегії й тактики дій стосовно конкурентів; високу професійну підготовку персоналу; вміння реагувати на зміни зовнішнього середовища. Конкурентоспроможність визначає активне використання потенціалу підприємства, його здатності випередити конкурентів як в даний час, так і в майбутньому. Конкурентоспроможність не є постійною характеристикою підприємства, тобто зі змінами у зовнішньому та внутрішньому середовищах змінюються порівняльні конкурентні переваги щодо інших підприємств галузі.

У сучасних умовах нестабільного середовища необхідно використовувати більш потужний інструмент, який би мав змогу не тільки перевести підприємство на новий ефективніший рівень управління, але й враховував основні цілі, які стоять перед ним. Однією із ключових умов успішного функціонування підприємства є необхідність використання ефективного механізму управління конкурентоспроможністю, що забезпечить розробку та реалізацію концепції його розвитку в умовах глобалізації та зростаючої конкуренції та сприяє створенню конкурентних переваг у теперішньому та майбутньому бізнес-середовищі. Забезпечення високих фінансових результатів і стійкої конкурентної позиції можливе завдяки ефективній реалізації та підтримці існуючих конкурентних переваг підприємства, які власне й забезпечують його конкурентоспроможність. Вирішення цього завдання потребує розробки науково-методичного забезпечення процесів оцінювання та формування ефективних і стійких конкурентних переваг підприємства. Проблеми оцінювання та формування конкурентних переваг промислових підприємств є актуальними для будь-якого вітчизняного виробника, оскільки від наявності стійких конкурентних переваг залежить рівень конкурентоспроможності підприємства на ринку та стійкість його конкурентної позиції.

Література:

1. Фатхудинов Р.А. Управління конкурентоспроможністю організації / Р.А. Фатхудинов, Г.А. Осовська. – К. : Кондор, 2009. – 470 с.
2. Дикань, В.Л. Стратегічне управління конкурентоспроможністю як чинник інноваційного розвитку підприємства / В.Л. Дикань // Маркетинг: теорія і практика. – Луганськ, 2010. – №16. – С. 55–58.