

2. Управління процесом підвищення конкурентоспроможності підприємств [Електронний ресурс] / В.В. Хмурова, К.В. Косовська // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2012. – № 2 (3). – С. 65–70. – Режим доступу до журн.: <http://www.economics.opu.ua/n3.html>

3. Competitiveness enterprise in modern conditions: problems and prospects [Електронний ресурс] / Yu. V. Kovtunenکو, O. A. Grabovenko // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2016. – № 2 (24). – С. 41–46. – Режим доступу до журн.: <http://economics.opu.ua/files/archive/2016/n2.html>

4. Мальчик М.В. Застосування методів рефлексивного управління конкурентоспроможністю підприємства у розрізі його активної адаптації. [Електронний ресурс] / М.В. Мальчик // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2012. – № 1 (2). – С. 77–81. – Режим доступу до журн.: <http://economics.opu.ua/files/archive/2012/n1.html>

СИСТЕМНИЙ ПІДХІД ДО УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

*ст. викладач О.О.Олейникова
Бешимов Довлет, Мірзоев Мурад
Одеський національний політехнічний університет*

Конкурентоспроможність є одним з основних понять, яке активно використовується в теорії та практиці економічного аналізу, і в перекладі з латинської мови означає суперництво, боротьбу за досягнення найкращих результатів. Конкурентоспроможність – складне багатоаспектне поняття, яке визначає здатність товару зайняти та утримати позицію на конкурентному ринку в певний період часу, за конкуренції з іншими аналогічними товарами.

Розрізняють:

- конкурентоспроможність продукції (властивість, яка оцінюється за сукупністю основних техніко – економічних, якісних і вартісних показників, що відрізняють даний товар від товару – конкурента);
- рівень конкурентоспроможності продукції (відносна характеристика продукції як товару, що відображає ступінь її переваги на даному ринку перед товаром – конкурентом). За критерій конкурентоспроможності пропонується приймати відносну долю продажу товару, що оцінюється.
- конкурентоспроможність підприємства (перевага стосовно інших підприємств даної галузі всередині країни і за її межами). Конкурентоспроможність фірми може бути оцінена тільки в рамках групи фірм, що належать до однієї галузі, або фірм, що випускають аналогічні товари (послуги).

Забезпечення конкурентоспроможності підприємства має здійснюватися в усіх сферах та по всіх аспектах його діяльності, тому ключовими факторами конкурентоспроможності підприємства є:

- виробничий – номенклатура й асортимент товарів, якість продукції, характер технології, масштаби виробництва, забезпеченість основними видами ресурсів, якість ресурсів, гнучкість виробництва;
- маркетинговий – дослідження й прогнозування ринку, система просування та збуту товару, ціноутворення, рекламна діяльність, обслуговування споживача;
- фінансовий – ступінь ліквідності, активність, доходність, платоспроможність підприємства, залучення зовнішніх фінансових ресурсів, інвестування наявних коштів, загальний фінансовий стан підприємства;
- інноваційний – здійснення науково-дослідних та досвідно-конструкторських робіт (НДДКР) власними силами, використання запозичених результатів НДДКР, ступінь оновлюваності продукції, технології, ступінь використання інформаційних технологій;
- кадровий та організаційно – культурний – кількісний та якісний склад персоналу, тип лідера, характер організаційних цінностей, комунікації та процедури;
- управлінський – тип організаційної структури управління (ОСУ), гнучкість та раціональність ОСУ, стиль та методи управління, адаптаційні можливості.

У сучасних умовах саме висока конкурентоспроможність гарантує підприємству досягнення бажаних фінансово – економічних результатів діяльності. Достатній рівень конкурентоспроможності

стає сьогодні одним з основних факторів забезпечення економічної безпеки та сталої динаміки розвитку фірми на досить тривалий період часу. У зв'язку з цим перед будь-якою організацією постає проблема стратегічного і тактичного управління конкурентоспроможністю, як запорукою здатності підприємства до виживання в умовах мінливого ринкового середовища. Управління конкурентоспроможністю підприємства полягає в раціональному використанні наявних та створенні нових конкурентних переваг, а також в оцінці, аналізі та обліку факторів ринкового середовища, що безпосередньо впливають на конкурентоспроможність в процесі господарської діяльності фірми.

Основою конкурентоспроможності підприємства є конкурентоспроможність його продукції (послуг), тому управління конкурентоспроможністю передбачає сукупність заходів по систематичному вдосконаленню виробу, постійному пошуку нових каналів збуту, нових груп покупців, покращенню сервісу, реклами.

Підвищення конкурентоспроможності підприємства неможливо досягти випадковим чином, за допомогою використання деяких відокремлених інструментів. Для проведення постійного аналізу ринків, виявлення можливостей і недоліків конкурентів, оцінки власного рівня конкурентоспроможності та ефективного використання наявних конкурентних переваг необхідно формування обґрунтованої системи управління.

Системний підхід до управління передбачає розгляд управління як процедури або процесу прийняття управлінських рішень спрямованих на:

- підвищення гнучкості й оперативності при освоєнні нових виробів, процесів, ринків;
- перехід від аналізу окремих випадків до систематичного аналізу варіантів рішень;
- перехід від розрахунку окремих елементів ефективності до комплексної оцінки всіх факторів;
- здійснення поточного контролю із застосуванням економіко-математичних методів і сучасних інформаційних технологій.

Відповідно до певних функцій управління структуру системи управління конкурентоспроможністю підприємства можна представити наступним чином (рис. 1).



Рисунок 1. Система управління конкурентоспроможністю підприємства (КСП)

Основу системи управління конкурентоспроможністю підприємства повинні скласти наступні базові принципи:

- принцип орієнтації на ринкову кон'юнктуру;
- принцип цільової стратегії управління;
- принцип системності управління конкурентоспроможністю;
- принцип орієнтації на кінцеві результати;
- принцип стимулювання.

При формуванні системи управління конкурентоспроможністю підприємства також досить важливим вважається виявлення функцій, що відносяться до даного об'єкту управління, і встановлення їх взаємозв'язку із загальними функціями управління. Як основні функції управління конкурентоспроможністю підприємства слід виділити наступні:

- планування підвищення конкурентоспроможності;
- організація і координація управління;
- контроль забезпечення підвищення конкурентоспроможності;
- оцінка рівня конкурентоспроможності;
- облік і аналіз процесів управління конкурентоспроможністю.

Досягнення конкурентоспроможності – стратегічна мета кожної організації. Для вирішення цього завдання необхідно розробити концепцію управління конкурентоспроможністю, яка передбачає формування комплексної системи управління за умови чіткого усвідомлення цілей і стратегії організації, дослідження конкурентного становища на ринку, встановлення механізмів взаємозв'язку показників фінансово – економічної діяльності компанії і факторів конкурентоспроможності.

Література:

1. Бондаренко С.М. Рейтингова система управління конкурентоспроможністю промислової продукції // Проблеми науки. – 2011. – № 11. С. 41 – 47.
2. Габибова М. Ш. Пути повышения конкурентоспособности предприятия [Текст] // Актуальные вопросы экономики и управления: материалы III Междунар. науч. конф. (г. Москва, июнь 2015 г.). – М.: Буки–Веди, 2015.
3. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов / пер. с англ. И. Минервина; – М.: «Альпина Паблишер», 2011 г.
4. Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организации: Учебное пособие / Р.А. Фатхутдинов. – М.: Эксмо, 2008. – 541с.

ВИДИ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ: СУТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ

ст. викладач О.М. Лук'янчук

А. Капелюшина

Одеський національний політехнічний університет

Підприємництво є одним із різновидів творчої, пошукової, ризикової соціальної діяльності і в більшості країн світу з ринковою економікою вважається одним із найпрестижніших.

Підприємництво – це вільна, ініціативна діяльність людей у різних сферах виробництва, що здійснюється на власний страх і ризик з метою одержання прибутку. Підприємництво є необхідною визначальною рисою ринку, його обов'язковим атрибутом. Якщо нема підприємців, то нема й ринку, і навпаки.

Адже саме цей вид діяльності у відповідних умовах найкращим чином виявляє людську суть, допомагає прояву працівника як особистості. Підприємництву властивий більш індивідуальний характер, високий ступінь стимулювання співробітників, що призводить до більш повної реалізації потенціалу кожного з них. Здійснюючи самостійну підприємницьку діяльність, працівник значно зростає як людина: він росте і професійно і інтелектуально. І це має цілком реальні позитивні наслідки для всього суспільства. Історія доводить, що підняти економіку, інші сфери буття до