

Секція 1. Актуальні напрямки подолання зовнішніх та внутрішніх кризових явищ в менеджменті підприємств харчової промисловості.

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ТА ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Анастасія Ларіна, Наталія Скопенко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

В умовах глобалізації та необхідності інтегрування України у світовий економічний простір універсальним критерієм стратегії розвитку підприємств має стати підвищення його конкурентоспроможності та реалізації конкурентних переваг на міжнародному ринку.

Крім того, стан економіки країни та рівень добробуту її населення перебувають у прямій залежності від результативності діяльності та конкурентоспроможності вітчизняних підприємств реального сектори економіки. Посилення ролі конкуренції на внутрішньому та світовому ринках, з одного боку, та отримання більшої свободи у виборі конкурентної стратегії, з іншого, вимагають більш виважених управлінських рішень, спрямованих на підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Існують різні концептуальні підходи до визначення конкурентоспроможності. Проте, більшість підходів, що найчастіше зустрічається в науково-практичній літературі, базуються на теорії М. Портера [1] та полягають у порівнянні підприємств в галузевих межах як у масштабі національного, так і світовому ринку.

Другий підхід базується на тому, що конкурентоспроможність підприємств є комплексним поняттям та переважно формується за рахунок конкурентоспроможності продукції. Науковці розглядають конкурентоспроможність з точки зору наявності у підприємства конкурентоспроможної продукції чи товару: «можливості підприємства запропонувати продукцію, що відповідає певним вимогам споживачів [2, с. 107].

Заслуговує увагу підхід, який заснований на критеріях оцінки конкурентоспроможності підприємства: «...рівень конкурентоспроможності

підприємства визначається за такими параметрами, як технологічний рівень, компетенції та професіоналізм персоналу, ефективність стратегічного планування, якість та ціна продукції, комунікативні зв'язки» [3, с. 70].

Інші автори при визначенні конкурентоспроможності підприємства поєднують конкурентоспроможність продукції та різноманітні компетенції суб'єкту господарювання, що призводять до покращення результативних показників: «...можливість надавати споживачеві переваги за основними конкурентними параметрами продукції (рівень ціни, якості, умови постачання)... рівень компетенції підприємства порівняно з іншими конкурентами на ринку, який дозволяє використовувати виробничий потенціал, а також його окремі елементи: менеджмент, технології, ресурси, що знаходять своє відображення в таких результативних показниках, як якість продукції, прибутковість і продуктивність» [4, с.127]

Отже, з нашої точки зору, конкурентоспроможність підприємства — інтегральна система взаємопов'язаних елементів, об'єднаних в єдине ціле для підтримання наявних і створення нових конкурентних переваг з метою досягнення власних стратегічних цілей, адаптації та розвитку на основі розробки та реалізації стратегій конкурентоспроможності, закріплення позицій на певному ринку у конкретний період при визначеному впливі зовнішнього середовища.

Конкурентоспроможність підприємства є однією з найважливіших його характеристик та відзначається значною складністю і багатогранністю факторів, що впливають на її формування. Низка чинників, що впливає на рівень конкурентоспроможності підприємства, можуть бути згруповані за різними класифікаційними ознаками: за рівнями дослідження (макро-, мікро, мезо-, мегарівні); за місцем виникнення/походження (зовнішні та внутрішні); за видами ресурсів (НІОКР, маркетинг, персонал, транспорт, виробництво); за задоволеністю споживача (управління/менеджмент, стратегія, дилерська мережа, якість товару, ціна товару, ноу-хау); за приналежністю до середовища підприємства (конкуренція, політика держави, податкове законодавство); за ефективністю виробничо-господарської діяльності (виробництво, організація,

менеджмент, фінанси, інфраструктура, диверсифікація бізнесу, зовнішня політика); за сферою походження (науково-технічні, організаційно-економічні, соціальні, екологічні, політичні); за об'єктами дослідження (техніко-технологічні, фінанси, характеристика продукції, імідж, інновації, витрати, обслуговування клієнтів).

В умовах мінливого зовнішнього середовища та динамічної кон'юнктури ринку постійна оцінка конкурентоспроможності підприємств є запорукою їх успішного функціонування. За допомогою методів «якісної» діагностики конкурентоспроможності підприємства (SWOT-аналіз, PEST-аналіз) відбувається розуміння стратегічних позицій підприємства та його конкурентних переваг, що стає основою для формування набору майбутніх альтернативних стратегій суб'єкта підприємницької діяльності. Кількісна діагностика повинна містити оцінку поточного стану підприємства (комплексна діагностика або експрес-діагностика), оцінку перспектив подальшого розвитку підприємства. Виявлення сильних та слабких рис підприємства дозволяє здійснити удосконалення фінансово-господарської діяльності, а також ідентифікувати потенційні можливості для розвитку на ринку.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Porter M. On Competition. Boston: Harvard Business School, 1998. 485 p.
2. Павлова В.А. Конкурентоспроможність підприємства: оцінки та стратегія забезпечення. Дніпропетровський ун-т економіки та права. Дніпро: Видавництво ДУЕП, 2019. 276 с.
3. Вербицька Г. Оцінка конкурентоспроможності підприємства. *Вісник Тернопільського національного економічного університету*. 2019. №1. С. 69–78.
4. Шершньова З.Є. Антикризове управління підприємством: навч. посіб. для студ. екон. спец. усіх форм навч. Київський національний економічний ун-т ім. Вадима Гетьмана. Київ: КНЕУ, 2018. 676 с.