

ВИВЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА УПРАВЛІННЯ НЕЮ В УМОВАХ РИНКУ

Шевченко О.С.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. Гіржева О.М.

Харківський національний технічний університет сільського господарства
імені Петра Василенка. (61050, Харків, Московський проспект, 45, каф. Підпри-
ємництва, торгівлі та біржової діяльності)

E-mail: olgagirzheva@ukr.net

Одним із основних і суттєвих критеріїв оцінки стійкості та виживання суб'єктів підприємництва в сучасному ринковому середовищі являється їх конкурентоспроможність. Детальна оцінка, аналіз та прогнозування конкурентоспроможності стають на сьогодні об'єктивною необхідністю, так як в сучасній конкурентній боротьбі виграє той, хто аналізує і веде боротьбу за свої конкурентні позиції на ринку. Організація планування та ефективного управління діяльності суб'єктів підприємництва, яка буде заснована на базі аналізу конкурентоспроможності, дозволить збільшити його адаптивність існування в сучасних умовах, конкурентні переваги, результати діяльності і, вже як наслідок, забезпечити його стійкість, гнучкість і виживання на зовнішніх і внутрішніх ринках.

Вивчення конкурентоспроможності підприємцю необхідно для того, щоб:

- точно розрахувати ступінь своєї адаптації до впливу існуючих внутрішніх і зовнішніх факторів ринкового середовища;
- повністю зрозуміти свої конкурентні переваги та недоліки перед конкурентами;
- визначити рівень власної конкурентоспроможності;
- розробити ефективні заходи для підвищення конкурентоспроможності;
- вивчити різні варіанти розвитку ринкового середовища та розробити ефективні конкурентоспроможні стратегії свого розвитку в цьому середовищі.

Формування високого рівня конкурентоспроможності суб'єкта підприємництва залежить не тільки від його потенційних можливостей, умов реалізації стратегічних напрямків розвитку, але і від використання ефективних концепцій управління самої конкурентоспроможністю.

Якісна і об'єктивна оцінка конкурентоспроможності суб'єктів підприємництва дозволяє вирішувати такі важливі завдання: визначити своє реальне становище на певному ринку; розробити фактичні стратегічні і поточні заходи ефективного управління; залучити додаткові кошти в більш ефективне виробництво; дозволить вийти суб'єкту підприємництва на нові ринки збуту своєї продукції.

На нашу думку, управління конкурентоспроможністю повинне охоплювати наступні елементи: проблеми ресурсозбереження, якості готової продукції, вивчення інфраструктури внутрішніх і зовнішніх ринків, а також усі загальні функції управління, такі як стратегічний маркетинг, планування, організацію процесів, облік, контроль, мотивацію і регулювання.