

– важливе значення має швидкість реагування розробленої цінової політики на зміни внутрішніх умов розвитку підприємства та факторів зовнішнього середовища.

В більшості випадків ціна та цінова політика підприємства відносяться до додаткових видів внутрішніх і зовнішніх конкурентних переваг підприємства поряд з таким зовнішніми перевагами, як інформаційні, поведінкові, кон'юнктурні, сервісні та ін. Отже, процес формування цінової політики підприємства є дуже складним, багатограним і передбачає передусім неодмінний контроль за виконанням цінової стратегії підприємства і врахування всіх чинників, які можуть впливати на здійснення цього процесу. Підприємство повинно сформулювати конкретні цілі ціноутворення, які будуть відповідати загальним маркетинговим цілям компанії в цьому сегменті, юридичним вимогам, особливостям продукту [2].

Таким чином, цінова політика та цінова конкурентоспроможність підприємств є взаємообумовленими поняттями, оскільки здатність до реалізації їх власних економічних інтересів на ринку не може бути забезпечена без здійснення відповідних заходів цінової політики, а можливість зберегти цю здатність протягом тривалого періоду часу визначає сутність конкурентоспроможності.

Література:

1. Карпенко Г.Ю. Особливості цінової політики на підприємстві. *Вісник Донецького університету економіки та права*. 2013. № 2. С. 154-158.
2. Мануйлович Ю.М. Маркетингове управління підвищенням конкурентоспроможності машинобудівних підприємств: дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук. Хмельницький: ХНУ. 2015. 228 с.

КОНКУРЕНТНА СТІЙКІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ДЕСТАБІЛІЗУЮЧИХ ФАКТОРІВ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА

Бутов Д.М.

*Науковий керівник: Кирчата І.М., к.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Діяльність підприємства повинна бути спрямована на додержання систематичного надходження та використання ресурсів, забезпечення облікової та розрахункової дисципліни, прагнення досягнення фінансової стійкості з метою ефективного функціонування підприємства.

Неефективність використання ресурсів, погіршення якості продукції призводить до труднощів в реалізації, а разом з тим зменшує грошові надходження, що в подальшому знижує його платоспроможність. Саме це й зумовлює необхідність проведення систематичної оцінки ефективності фінансово-господарської діяльності підприємства, оскільки має практичну значущість.

Слід відмітити, що підприємство функціонує в конкурентному середовищі, а тому поточний рівень конкурентоспроможності доцільно порівнювати з показниками найкращого з досліджуваних підприємств галузі, але не обмежуватися ним у процесі визначення максимально можливого рівня конкурентоспроможності.

Сьогодні не існує єдиної уніфікованої методики оцінки конкурентоспроможності підприємства, однак, не беручи до уваги галузеві особливості, можна визначити цілий ряд узагальнених теоретичних аспектів комплексної оцінки рівня конкурентоспроможності: дозволяє розробити стратегічні й тактичні заходи щодо ефективного управління підвищенням рівня конкурентоспроможності; визначити найбільш перспективні напрямки розвитку підприємства; спланувати заходи щодо виходу на нові ринки збуту; сприяє залученню інвестицій та ін.

Кінцеві результати господарської діяльності складаються під впливом як інтенсивних, так і екстенсивних чинників, як якісних, так і кількісних показників використання ресурсів, при цьому особливістю інтенсивного й екстенсивного використання ресурсів є їх взаємозамінність.

Динаміка техніко-організаційного рівня виробництва виявляється через показники інтенсифікації використання фінансових і виробничих ресурсів, а тому удосконалення управління всіма чинниками інтенсифікації має знаходити своє відображення в динаміці продуктивності праці, матеріаловіддачі, фондівіддачі та оборотності оборотних коштів, що в свою чергу характеризує ефективність системи управління.

Фактично на підприємство з боку зовнішнього середовища чинять вплив три основні фактори: постачальники, споживачі, конкуренти. Цей перелік можна прийняти за основу при визначенні стійкості підприємства та в подальшому враховувати при оцінюванні його конкурентоспроможності.

Необхідно зазначити, що конкурентний потенціал є динамічною величиною і залежить від умов зовнішнього середовища, а тому при його оцінюванні необхідно враховувати взаємозв'язок і залежність його елементів з цим середовищем.

За основу при побудові моделі конкурентної стійкості підприємства (КС) доцільно враховувати вплив дестабілізуючих факторів невизначеного зовнішнього середовища через оцінку рівня загрози конкурентних сил, для чого використовувати наступні показники: коефіцієнт впливу постачальників, коефіцієнт впливу споживачів, коефіцієнт впливу конкурентів.

Використовуючи визначені показники модель конкурентної стійкості підприємства можна представити таким чином:

$$КС = f(K_{\text{пост}}; K_{\text{спож}}; K_{\text{конкур}}), \quad (1)$$

де $K_{\text{пост}}$, $K_{\text{спож}}$, $K_{\text{конкур}}$ – відповідно, коефіцієнт впливу постачальників, споживачів, конкурентів.

Інтегральний показник конкурентної стійкості підприємства розраховується за формулою:

$$I_{KC} = \frac{1}{(1 + \sqrt[3]{\lambda_1 K_{пост} \times \lambda_2 K_{спож} \times \lambda_3 K_{конкур}})}, \quad (2)$$

де $\lambda_1, \lambda_2, \lambda_3$ – відповідно, питома вага коефіцієнтів впливу постачальників, споживачів, конкурентів.

Для кількісного оцінювання факторів зовнішнього середовища, які мають внутрішню природу походження і розраховуються за результатами діяльності підприємства можна використати наступні показники: Коефіцієнт співвідношення кредиторської заборгованості й обсягу реалізованої продукції, Коефіцієнт співвідношення дебіторської заборгованості й обсягу реалізованої продукції, Коефіцієнт співвідношення товарів на складі й обсягу реалізованої продукції.

Слід також відмітити, що методики оцінювання конкурентоспроможності підприємства здебільшого не беруть до уваги фактори впливу з боку зовнішнього середовища та не враховують їх дестабілізуючого характеру. Втім, використовуючи результати фінансово-господарської діяльності, можна простежити характер та динаміку такого впливу.

МІКРОСЕРЕДОВИЩЕ ТА МАКРОСЕРЕДОВИЩЕ ПІДПРИЄМСТВА

Гладких Д.

*Науковий керівник: Касатонova І.А., к.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Аналіз середовища організації – це процес визначення критично важливих елементів зовнішнього і внутрішнього середовища, які можуть вплинути на здатності підприємства в досягненні своїх цілей. У процесі стратегічного аналізу порівнюються мета і результати досліджень факторів внутрішнього і зовнішнього середовища підприємства, визначають розрив між ними. За допомогою методів стратегічного аналізу формуються різні варіанти стратегії. Перед тим як шукати інформацію, фірма повинна визначити коло питань по кожному з важливих елементів внутрішнього і зовнішнього середовища.

Процес аналізу середовища будь-якого підприємства починається з визначення основних елементів внутрішнього та зовнішнього просторів. Після цього підприємство повинно окреслити ті з них, які є найбільш важливими, їх називають «критичні крапки». Далі співробітники підприємства збирають необхідну інформацію про критичні точки. Середовище організації можна розділити на мікро та макросередовище.