

A. Marshall viewed the "market" as a highly organized institution where supply and demand interact and set prices.

Thus, the above interpretations of the concept of the market have historically come from understanding it as a place for the exchange of goods to understanding the concept as a set of complex economic relations. All interpretations reflect the economic essence of this category, though they differ in their focus and degree of concretization. Let's summarize the market and propose author's own definition of "market" – as a system of economic relations that arise in the process of seller-buyer relations, which are the main subjects of the market and is an economic relationship based on market relations, laws and principles.

## **УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА НА ЗАСАДАХ СТРАТЕГІЧНОГО ПІДХІДУ**

*Коваленко М.С.*

*Науковий керівник: Токар І.І., асистент*

*Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Конкурентоспроможність підприємства – це можливість ефективної господарської діяльності і її практичної прибуткової реалізації в умовах конкурентного ринку. Реалізація забезпечується всім комплексом засобів, які має підприємство, включаючи маркетингові. Ефективна реалізація конкурентоспроможних товарів і послуг – узагальнюючий показник життєдіяльності фірми, її вміння ефективно використовувати свій потенціал [1].

За рівнями забезпечення конкурентоспроможності вирізняють три основні рівні – стратегічний, тактичний та операційний – в залежності від часового періоду та встановлених цілей управління підприємством. Відповідно до цього такий процес передбачає вплив на фактори конкурентоспроможності з метою їх оптимізації та за допомогою реалізації функцій оцінки, аналізу, планування, організації та контролю.

Формування управлінських рішень в площині конкурентоспроможності повинне базуватися на принципах лідерства, а, отже, стратегічний розвиток підприємства включатиме основні дії щодо досягнення стійких позицій та забезпечення ключових факторів успіху в стратегічній перспективі. Зокрема, об'єктами управлінських дій можуть бути персонал підприємства, продукція (товари/послуги), якість, збут, інвестиції, інновації тощо.

Альтернативність варіантів управління досягається за допомогою розробки багатоваріантних сценаріїв розвитку стратегічних подій щодо перспективного стану конкурентоспроможності підприємства. Пріоритетами за цих умов є максимальна гнучкість та адаптивність суб'єкта господарювання до постійних змін його зовнішнього середовища.

Принцип цільової спрямованості прийнятих управлінських рішень на довгострокову конкурентоспроможність передбачає реалізацію низки стратегічних заходів, зокрема: утримання та завоювання додаткової частки

ринку; підтримки належного рівня лояльності споживачів продукції/послуг підприємства; напрацювання довгострокових стабільних партнерських відносин; залучення додаткових обсягів інвестицій; розробка і впровадження інновацій; розробка та реалізація зваженої цінової політики тощо.

При цьому стратегічна модель управління конкурентоспроможністю підприємства формується на засадах системного підходу, що дозволяє забезпечувати конкурентоспроможність на всіх рівнях ієрархії управління, реалізовувати прямий та зворотний зв'язки, відслідковувати зміни стану системи відповідно до коливань зовнішнього середовища, а також формалізувати індикатори змін існуючого рівня конкурентоспроможності підприємства.

Ринкове управління підприємством на засадах управління власною конкурентоспроможністю зводиться до аналізу і оцінки чинників, що забезпечують її підвищення або зниження, вибору та подальшої реалізації відповідної конкурентної стратегії й тактики. Відмінність між стратегічним і тактичним управлінням конкурентоспроможністю полягає в наступному: стратегія має довгостроковий характер, а тактика – короткостроковий характер, тривалість якого визначається термінами укладення та виконання завдань або проведення дій проти окремого суперника або для досягнення конкретного завдання; одна і та ж стратегія конкурентного управління може здійснюватися за допомогою тактичних прийомів і їх поєднань.

Підтримка здорового конкурентного середовища повинна відбуватися не тільки з боку комерційних та виробничих бізнес-структур, а й держави. Зокрема, необхідне втручання держави у формування та вдосконалення нормативної бази управління конкурентоспроможності підприємства, створення та забезпечення сприятливого інвестиційного клімату в країні, зниження вхідних бар'єрів для нових гравців на ринку, стимулювання інноваційної діяльності та ін.

Стратегічне управління на рівні підприємства завжди спрямоване на реалізацію поставлених довгострокових цілей, а конкурентоспроможність підприємства передбачає конкретний набір характеристик, що дозволяють йому досягати цілей. Стратегічне управління конкурентоспроможністю підприємства як процес, спрямований на оптимізацію бізнес-процесів, що дозволяє ефективно використовувати людський ресурс. Доцільно розглядати управління конкурентоспроможністю підприємства як підсистему загального стратегічного управління.

#### *Література:*

1. Чорна Л.О., Чорна Н.Ю. Стратегічне управління конкурентоспроможністю підприємства – система взаємозв'язку якісних та кількісних показників розвитку. URL: [http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuv/cgiirbis\\_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP\\_meta&C21COM=S&2\\_S21P03=FILA=&2\\_S21STR=ipd\\_2015\\_3\\_5](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILA=&2_S21STR=ipd_2015_3_5).