

## СТРАТЕГИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ОБЕСПЕЧЕНИЮ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯ

*Терно В. С., студент*

*Научный руководитель: Токарь И. И., ассист.*

*Харьковский национальный автомобильно-дорожный университет*

Реформирование современной экономики страны осуществляется в направлении создания полноценной конкурентной среды и развития конкурентных отношений. Ключевым структурным элементом системы конкурентных отношений выступает конкурентоспособность как многогранная категория. В условиях рыночного хозяйствования, когда конкуренция является неотъемлемой составляющей, долгосрочное успешное функционирование предприятия и достижение им лидерства на рынке зависят от его конкурентоспособности.

На микроэкономическом уровне проявлением конкуренции является конкурентоспособность предприятия как результат его конкурентных преимуществ, к которым принадлежат определенные характеристики товаров, условия производства и реализации, дополнительное обслуживание, т.е. все то, что отличает его деятельность и создает преимущество над конкурентами. К основным факторам конкурентоспособности предприятия на современном этапе можно отнести: качество продукции и услуг, уровень техники и технологии, доступ к привлекательным источникам финансового обеспечения, уровень активности инновационно-инвестиционной деятельности, наличие стратегии поддержки высокого уровня конкурентоспособности, ориентация в своей деятельности на рынок и систематическую работу с потребителями, наличие конкурентной стратегии относительно непосредственных конкурентов, уровень квалификации персонала и уровень менеджмента, рыночная инфраструктура, правовое поле функционирования предприятия и т.п. [1].

В существующем многообразии методик и моделей, ориентированных на классический рыночный инструментарий, а также на ресурсную базу, выделены подходы, которые предполагают наиболее широкий взгляд на проблему: анализ конкурентной среды М. Портера, акцентирующий внимание на внешнем окружении; SWOT-анализ, реально оценивающий собственные ресурсы предприятия и возможности относительно потребностей внешней среды, в которой работает предприятие. Эти подходы, полно отражающие специфику областей возникновения конкурентного преимущества, положены в основу методики выявления и оценки потенциальных конкурентных преимуществ, охватывающей оба аспекта возможного возникновения потенциала успеха. Она базируется на синтезе идей матрицы SWOT-анализа, модели конкуренции в отрасли и концепции цепочки ценностей, предложенной М. Портером [2].

Анализируя характеристики состояния предприятия и подходы к оценке, повышению конкурентоспособности, можно сформулировать принципы концепции обеспечения его конкурентоспособности:

– задача обеспечения конкурентоспособности предприятия включает обеспечение конкурентоспособности продукции и предприятия.

- следует выделять разные критерии конкурентоспособности предприятия в зависимости от горизонта планирования и управления.
- основным показателем конкурентоспособности на оперативном уровне является интегральный показатель конкурентоспособности продукции.
- на тактическом уровне конкурентоспособность предприятия обеспечивается его общим финансово-хозяйственным состоянием и характеризуется комплексным показателем его состояния.
- на стратегическом уровне конкурентоспособность предприятия характеризуется инвестиционной привлекательностью, где критерий - рост стоимости бизнеса [2].

### **Литература.**

1. Философова Т.Г. Конкуренция и конкурентоспособность / Философова Т.Г. – М.: ЮНИТИ-ДАНА. 2007. – 271 с.
2. Маслова Т.Д. Маркетинг / Маслова Т.Д., Божук С.Г., Ковалик Л.Н. – СПб.: Питер, 2002. – 295 с.

## **ОБґРУНТУВАННЯ МЕТОДУ ОЦІНКИ ЕКОНОМІЧНОЇ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

*Устименко І. В., студентка*

*Науковий керівник: Догадайло Я. В., к.е.н., доцент*

*Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Аналіз та оцінка економічної результативності діяльності має спиратися на власну методичну основу. Можна виділити два основні напрямки аналізу та оцінки результатів діяльності підприємства: перший – аналіз здійснюється за допомогою системи показників; другий – зведення обраної системи показників в один узагальнюючий показник. Автор роботи погоджується з тими дослідниками, які стверджують, що роль оціночного показника не може виконувати жодний абсолютний показник, бо неправомірно виділяти із сукупності змін сторін виробничої діяльності більш чи менш важливі. Спираючись на те, що економічна результативність (ЕР) є складною багатокритеріальною величиною, необхідно обрати метод аналізу, який врахував би всі складові її елементи, давав комплексний результат та дозволив проаналізувати всі зміни, що відбулися в фінансово-господарській діяльності підприємства. Для вибору такого методу були сформульовані наступні вимоги: специфічність, універсальність, широта, лаконічність, доступність та повно системність. В результаті проведеного дослідження було виявлено, що для вимірювання ЕР найбільш досконалим є матричний метод, так як він відповідає всім сформульованим вимогам. Всі інші методи не відповідають вимозі універсальності – тобто вони не дозволяють при аналізі охарактеризувати зміни всіх критеріїв ЕР діяльності підприємства.

Для кількісної оцінки ЕР та окремо її критеріїв можна застосувати на базі матричного методу відповідний метод, що передбачає побудову інтегрального