

УДК 65.01: 338.534(045)

*Квіта Г. М., к. е. н., доцент
Субот Т. П., магістр
Київський національний університет
технологій та дизайну*

УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ НА РИНКУ ПОСЛУГ

В умовах ринкової економіки конкурентоспроможність визначається як один із найважливіших показників, що характеризують економічну стійкість та перспективи розвитку підприємств, у тому числі і у сфері послуг.

Термін «конкуренція» з лат. *concurrentia* означає — змагання, суперництво.

Конкурентоспроможність — це реальна і потенційна здатність підприємства проектувати, виготовляти та збувати товари, які за «ціновими» і «неціновими» характеристиками в комплексі більш привабливі для споживача, ніж товари конкурентів [2, с. 289].

Майкл Портер з теорії конкурентних переваг виділяє наступні важливі положення :

- 1) показник конкурентоспроможності можна визначити лише відносно інших підприємств-конкурентів, які існують на ринку;
- 2) конкурентоспроможність характеризується ефективністю використання ресурсів, які знаходяться в управлінні підприємства, і може бути виміряна показником рентабельності виробництва;
- 3) існують наступні шляхи підвищення конкурентоспроможності на ринку послуг:

- зниження собівартості продукції (зростання прибутку, збільшення виробництва, ріст частки ринку);

- поділ товарів (пошук нових, незайманих частин на ринках збуту) [1].

Створення ефективного механізму управління конкурентоспроможністю на ринку послуг базується на відповідних елементах (рис.1).

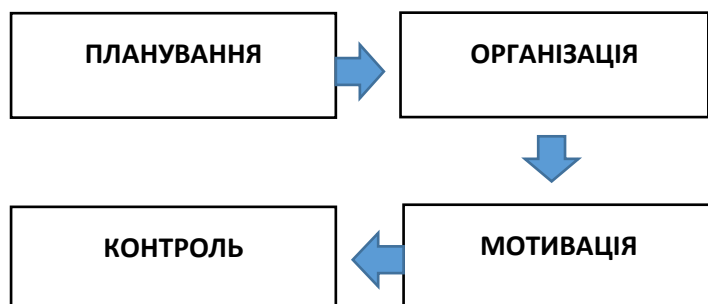


Рис. 1. Складові елементи управління конкурентоспроможністю

Процес планування включає формування стратегії реалізації цілей і завдань, розробку програм підвищення конкурентоспроможності. Функція організації поділяє ресурси (матеріальні, фінансові, трудові) між спеціальними напрямками діяльності. Мотивація забезпечує спонукання осіб до дієвості, спрямованої на досягнення цілей. Відповідно, контроль продукує перевірку відповідності здобутого рівня конкурентоспроможності підприємств поставленим вимогам на ринку послуг [3].

Розробка механізму управління конкурентоспроможністю на ринку послуг базується на відповідних принципах:

1. Цілеспрямованість (визначає цілі та програму підвищення конкурентоспроможності);
2. Гнучкість (прогнозує розвиток показників конкурентоспроможності під впливом зміни зовнішнього і внутрішнього середовища);
3. Комплексність (створює взаємозв'язок всіх елементів системи управління при врахуванні функціональних змін діяльності підприємств на ринку);
4. Системність (передбачає управління конкурентоспроможністю як системи, яка дає змогу враховувати взаємозв'язки та при обґрунтуванні цілей підвищення конкурентоспроможності суб'єктів господарювання);

5. Етапність (описує процес розробки та реалізації конкурентних стратегій за графіком їх виконання) [3].

Отже, вивчення особливостей управління конкурентоспроможністю на ринку послуг невідривно пов'язане з дослідженням складових елементів управління конкурентоспроможністю. Зокрема, таких як: планування, організація, мотивація та контроль. Важливе значення для формування ефективного механізму управління конкурентоспроможністю мають і ряд основних функцій – цілеспрямованість, гнучкість, комплексність та інші.

Література

1. Портер М. Міжнародна конкуренція / М. Портер; [Пер. з англ. ; за ред. і з передмовою В. Д. Щетиніна]. - М.: Міжнародні відносини, 1993. - 896 с.
2. Томпсон-мл. А.А. Стратегічний менеджмент: концепції та ситуації для аналізу: пер. з англ. / Томпсон-мл. А.А., Стрікленд А. Дж. - М.: Вид. будинок Вільямс, 2007. - 928 с.
3. Шарко В.В. Конкурентоспроможність підприємства: методи оцінки, стратегії підвищення /В.В. Шарко // Науковий вісник Мукачівського державного університету, 2015 С. 120-126.

УДК 339

Шіковець К. О., к.е.н., доцент

Соляр Б.В., магістр

Київський національний університет технологій та дизайну

МАРКЕТИНГОВА ОЦІНКА РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Ринок товарів та послуг постійно змінюється через політичні та економічні умови. Тому, щоб бути конкурентоспроможними компанії змушені адаптуватися, нарощувати потужності та контролювати ціни.