



УДК 658.011.1

УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА В НЕСТАБІЛЬНОМУ РИНКОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ

Студ. Л.В. Ковалевська, гр. МгЗМнД–15

Наук. керівник доц. Т.О. Харченко

Київський національний університет технологій та дизайну

Управління конкурентоспроможністю на рівні підприємства – це сукупність заходів по систематичному вдосконаленню виробу, пошуку нових каналів його збуту та поліпшення після продажного сервісу.

Управління конкурентоспроможністю підприємства як галузь науки і навчальна дисципліна є системою знань про принципи, методи та технологію формування конкурентних переваг і забезпечення на їх основі життєздатності підприємства як суб'єкта економічної діяльності.

На сьогоднішній день конкуренція на ринку відіграє чи не найбільшу роль в ефективності виробництва. Загострення конкурентної боротьби (за збут своєї продукції, за місце на ринку) поміж фірмами-виробниками та торговими організаціями змушує шукати їх нові засоби впливу на рішення покупців. Одним з таких шляхів є створення товарів покращеного рівня якості. Передовий закордонний досвід свідчить, що якість, безперечно, є найбільш вагомою складовою конкурентоспроможності, але разом з тим, можливі реалізації продукції, крім якості, визначаються значним числом параметрів і кмов, більшість з яких розповсюджується не тільки на товар, але і на підприємство, фірму і навіть країну.

Основними показниками діяльності підприємства є: показник фінансового положення, показник ефективності виробничої діяльності, показник, показник ефективності організації збуту і просування товарів та послуг на ринку, показник конкурентоспроможності товарів і послуг. На основі цих показників використовується розрахунок інтегрального показника конкурентоспроможності.

Це обумовлено тим, що інтегральний показник враховує характеристики приватних показників, кожен з яких характеризує окрему сторону підприємства.

Існують «Жорсткі» параметри, які описують найважливіші функції товару, і пов'язані з ними основні характеристики заданих конструктивними принципами вибору. Найбільш показною групою "жорстких" параметрів є технічні параметри, які включають показники призначення і показники ергономічності.

"М'які" параметри характеризують естетичні властивості товару (дизайн, колір, упаковку і так далі). Нині, коли ринок заповнений різноманітними товарами, у тому числі з схожими "жорсткими" показниками, зростає значення "м'яких" параметрів.

Для вирішення завдання підвищення конкурентоспроможності підприємства у рамках цієї роботи необхідно вирішити такі завдання:

- розробити математичне забезпечення завдання оцінки конкурентоспроможності підприємства;
- визначити дію, що управляє, з метою підвищення конкурентоспроможності підприємства за рахунок проведення рекламної кампанії і розробити відповідне математичне забезпечення.
- спроектувати інформаційне та програмне забезпечення для задачі на підвищення конкурентоспроможності підприємства;
- розробити інформаційне та програмне забезпечення, яке буде забезпечувати автоматизацію прийняття рішення при розгляданні задачі підвищення конкурентоспроможності підприємства;
- провести численні експерименти та виконати аналіз отриманих результатів, які б підтвердили коректність виконаної роботи;