

Пахотін А. О.
магістрант
ORCID ID: 0000-0003-0827-9125;
Тульчинська С. О.
д-р. екон. наук, професор
завідувач кафедри економіки і підприємництва
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»
м. Київ, Україна
ORCID ID: 0000-0002-1409-3848

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ З МЕТОЮ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ

Тема є актуальною на сучасному етапі розвитку економіки нашої країни. На даний час дуже важко розробити доцільний й оптимальний план стратегічного управління підприємством, впровадивши який підприємство змогло б забезпечити стабільну прибутковість й завдяки якому підприємство змогло б постійно заповнювати пусті ніші на ринку завдяки тому що його розвиток йде паралельно з постійно набираючим оберти науково-технічним прогресом, тобто повноцінно переймати й впроваджувати якомога більше новітніх розробок та використовуючи як можна більше новітніх методик ведення діяльності підприємства. Таке ефективне управління підприємством дасть йому змогу ефективно конкурувати на ринку й завжди займати лідируючі на ринку своєї продукції місця.

Задля того, аби здійснювати ефективне управління конкурентоспроможністю продукції підприємству необхідно виділити для себе потенціально можливі напрями стратегічно управління підприємством й серед них, за допомогою наукових методів дослідити їх й виділити найкращий.

Одним з таких методів є метод Сааті. Цей метод оцінки був запропонований американським математиком Томасом Сааті ще у 70-х роках минулого сторіччя, але навіть на даний час користується популярністю у багатьох країнах світу задля пошуку розв'язку практичних задач різного рівня. Цей метод ще маю таку назву як метод аналізу ієрархій (МАІ).

Метод аналізу ієрархій являє собою загальний метод пошуку розв'язання широкого класу слабо структурованих задач прийняття рішень, що дає змогу поєднати відносно простий математичний апарат з досвідом та інтуїцією особи, яка має вирішувати, і має передбачити послідовне виконання наступних етапів:

- структурування задачі та виявлення зв'язків між її складовими;
- формування критеріїв оцінювання та порівняння наявних порівнянь та векторів локальних пріоритетів;
- синтез пріоритетів та вибір пріоритетної альтернативи.

Якщо ж підприємство змогло знайти для себе оптимальний напрям стратегічного управління й впровадило його, це ще не означає що підприємство одразу зможе повноцінно конкурувати на ринку своєї продукції. Задля реалізації стратегічного управління підприємством з метою підвищення конкурентоспроможності його продукції конче необхідно провести дослідження конкурентоспроможності на рівні підприємств.

При дослідженні конкурентоспроможності на рівні підприємств особливу увагу варто приділити місцю підприємства на ринку, рівню ефективності його виробництва, ступеню розвитку каналів розповсюдження товарів, ефективності використання систем просування тощо.

Дане дослідження можна проводити таким методом, як метод SWOT-аналізу. Метод SWOT-аналізу є одним з базових для визначення позицій підприємства на ринку. У процесі здійснення даного аналізу максимально всебічно й глибоко намагаються дослідити сильні й слабкі сторони підприємства, а також його можливості та його загрози. Іншими словами йде дослідження їх конкурентних переваг у таких сферах як якість, споживче сприйняття й ціни вироблених товарі. Також піддаються дослідженню прогресивність технологій які використовуються на підприємстві, оцінюється кваліфікація співробітників, враховується вартість та якість ресурсів що використовуються задля здійснення діяльності, оцінюється ступінь фізичного та морального зносу його основних виробничих фондів, досліджується географічне розміщення підприємства, його інфраструктура та рівень менеджменту.

Провівши вище наведені дослідження підприємство може зрозуміти для себе які саме дії необхідно впровадити аби забезпечити ефективне стратегічне управління підприємством з метою підвищення конкурентоспроможності його продукції.

Література:

1. Бойчук І. В. Напрями стратегічно орієнтованого управління підприємствами на засадах маркетингу // Торгівля, комерція, підприємництво : збірник наукових праць / [редакц. кол.: Апогій В. В., Дайновський Ю. А., Скибінський С. В. та ін.]. - Львів : Львівська комерційна академія, 2011. - Вип. 13. - С. 126-131.
2. Управління витратами [Текст] : навч. посіб. / М. Г. Грещак [и др.] ; заг. ред. М. Г. Грещак ; Державний вищий навчальний заклад "Київський національний економічний ун-т ім. Вадима Гетьмана". - К. : КНЕУ, 2008. - 264 с.:
3. Цимбалюк Л. Г. Формування та управління витратами виробництва: підруч. для студ. екон. спец. вищ. навч. закл. / Л. Г. Цимбалюк [и др.]. - Донецьк : Юго-Восток, 2009. - 240 с.