

Розділ I. СУЧАСНИЙ ЕТАП ЕВОЛЮЦІЇ СВІТОВИХ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ ТА ТЕОРІЯ ФІРМИ

Д. О. Барабась, канд. екон. наук, доцент кафедри менеджменту,
Державний вищий навчальний заклад
«Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана»,
пр. Перемоги 54/1, ауд. 244, м. Київ, Україна, 03680,
e-mail: dmitry_barabas@mail.ru

ПОНЯТТЯ КОНКУРЕНТНОГО КОНТЕКСТУ ПІДПРИЄМСТВА

Під конкурентним контекстом підприємства мають на увазі систему зовнішніх і внутрішніх умов конкурентної поведінки підприємства. Ця категорія ширша за поняття «конкурентного простору» та «конкурентного середовища», оскільки враховує внутрішній потенціал підприємства, його ресурси та спроможності щодо ведення ефективної конкурентної боротьби.

Конкурентний простір — це середовище, в якому здійснюється все розмаїття численних конкурентних взаємодій, властивих ринку. Під конкурентним середовищем зазвичай розуміють сукупність зовнішніх стосовно конкретного підприємства чинників, які впливають на конкурентну взаємодію підприємств відповідної галузі [1, с. 42]. При цьому важливим є те, що конкурентне середовище утворюється не лише і не стільки власне суб'єктами ринку, взаємодія яких викликає суперництво, але в першу чергу — відносинами між ними.

Зовнішні стосовно конкретного підприємства елементи конкурентного контексту традиційно описуються «шістьма силами конкуренції»: суперництво серед існуючих фірм; загроза входу нових підприємств (потенційних конкурентів); вплив постачальників; загроза виробництва замінників; вплив покупців; державний вплив, що втілюється через діяльність різноманітних організацій-регуляторів. Вивчення «сил конкуренції» дозволяє сформувати узагальнену картину внутрішньогалузевого суперництва та розробити сценарії його розвитку на найближчу перспективу.

Аналіз внутрішніх компонентів конкурентного контексту спрямований на дослідження відповідності між можливостями, що виникають у зовнішньому середовищі, і потенціалом фірми щодо їх використання. Він передбачає виявлення сильних і слабких боків у різноманітних функціональних сферах діяльності підприємства [2, с. 63]. При цьому на першому кроці внутрішнього аналізу ідентифікуються перспективні ключові сфери компетентності за допомогою одного з двох підходів: функціонального або аналізу «ланцюгу створення цін-

ності». У відповідності до функціонального підходу ключові внутрішні фактори визначаються стосовно функціональних сфер підприємства: маркетингу, фінансів та обліку, операцій (виробництва), наукових досліджень і розробок, персоналу тощо. Менеджерам слід провести ретроспективний і поточний аналіз діяльності фірми з метою виділення факторів, які справили найбільший вплив на отримані позитивні (негативні) результати, і оцінити зміни в їх пріоритетності.

Аналіз «ланцюгу створення цінності» передбачає дослідження різних елементів основних і допоміжних (підтримуючих) процесів через співставлення витрат і результатів по кожному процесу з відповідними витратами та результатами найближчих конкурентів [3, с. 172]. На основі такого аналізу визначають, які важливі заходи вздовж «ланцюгу створення цінності» підприємству треба здійснити, щоб випередити конкурентів і досягти успіху.

Діагностика конкурентного контексту підприємства є передумовою обґрунтованого визначення конкурентної позиції підприємства на ринку та розробки дієвої конкурентної стратегії.

Література

1. Управління конкурентоспроможністю підприємства: навч. посіб. / С. М. Клименко, Т. В. Омеляненко, Д. О. Барабась, О. С. Дуброва, А. В. Вакуленко. — К.: КНЕУ, 2008. — 520 с.
2. Дударь А. П. Особенности формирования конкурентной стратегии торгово-производственной фирмы / А. П. Дударь, А. Я. Федисин. — Симферополь: Таврида, 2000. — 182 с.
3. Томпсон А. А. Стратегический менеджмент: искусство разработки и реализации стратегии / А. А. Томпсон, А. Дж. Стрикленд; Пер. с англ. — М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1998. — 576 с.

Х. С. Баранівська, аспірант кафедри міжнародного менеджменту та підприємництва, Державний вищий навчальний заклад «НУ «Львівська політехніка»,
вул. Ст. Бандери, 12, корп. 4, ауд. 307, м. Львів, Україна, 79013,
e-mail: kri-stinka@mail.ru

ПРИНЦИПИ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНОЮ СТІЙКІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ КРИЗИ

Сьогодні більшість українських підприємств унаслідок світової фінансово-економічної кризи, постійного зростання конкуренції на внутрішньому та міжнародних ринках втратили стійкість та перебувають на межі банкрутства. Однією із причин такого незадо-