

АСОРТИМЕНТНА ГНУЧКІСТЬ ЯК ЗАСІБ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Сьогодні наукові дослідження у сфері управління конкурентоспроможністю підприємств зосереджуються навколо актуальної проблематики конкуренції, що потребує становлення нового стратегічного мислення та побудови системи управлінських впливів на макро- і мікроекономічному рівнях з позицій інноваційної моделі розвитку. Нинішня нестабільність ринкового середовища, зумовлена економічною кризою, призвела до необхідності перегляду цільових орієнтирів діяльності підприємств, зміни методів управління, а також посиленого аналізу впливу чинників зовнішнього і внутрішнього середовища на досягнення стратегічного успіху. За таких умов основними критеріями оцінювання якості управління конкурентоспроможністю підприємств вважають уміння підприємства: розпізнавати загрози для свого існування у динамічному конкурентному середовищі, реалізувати ідеї антикризового менеджменту і бути стійким до раптових змін у ринковому оточенні, отримувати вигоди від виявлених ринкових можливостей у т.ч. переглядати (оптимізувати) портфель видів діяльності [1, с. 153].

В умовах нестабільності середовища засобом ринкової стійкості підприємства є його гнучкість – здатність реагувати на непередбачувані дії, адже саме гнучкість підприємства в нинішніх умовах господарювання є одним з основних джерел створення конкурентних переваг.

У боротьбі товаровиробників за ринкову нішу, основним критерієм їх конкурентоспроможності є ступінь задоволення потреб споживачів, що забезпечується оптимальним асортиментом продукції, у т.ч. розробкою нових видів товару, формування нових сегментів ринку, гнучкою ціною. З огляду на це, особливої актуальності набуває проблема формування перспективного асортименту продукції, його оновлення й розширення.

Асортиментна гнучкість підприємства пов'язується з необхідністю розвивати асортимент продукції на основі моніторингу ринкового середовища і використання новітніх технологій маркетингових досліджень з метою передбачення можливих змін споживацького попиту і появи нових потреб у ринковому середовищі. Крім того, важливими чинниками розвитку товарного асортименту є: доцільність використання вільних потужностей; бажання посередників закуповувати товари широкого асортименту; важливість використання побічних продуктів виробництва.

Питанням формування оптимального асортименту продукції займалися багато вітчизняних і зарубіжних економістів, однак в

оприлюднених наукових працях мало уваги приділяється питанням використання ефективної гнучкої асортиментної політики як основного засобу досягнення конкурентних переваг підприємства. Варто зазначити, що в епоху формування інноваційної моделі розвитку вітчизняної економіки основним конкурентним критерієм асортименту продукції є його новизна. Отже, одним із найефективніших методів підвищення конкурентоспроможності підприємства є формування гнучкого товарного асортименту, а відсутність належної асортиментної гнучкості на підприємстві створює незадоволений попит, а відтак, і втрати споживачів. Асортиментна гнучкість підприємства забезпечується із використанням технологій маркетингових досліджень для передбачення можливих змін споживацького попиту і появи нових потреб у ринковому середовищі.

Управління асортиментною гнучкістю передбачає взаємодію проектної і науково-технічної діяльності, комплексного дослідження ринку, організації виробництва, організації збуту, сервісу, стимулювання попиту.

Сутність формування асортименту полягає в плануванні діяльності, спрямованої на відбір продуктів для майбутнього виробництва та реалізації на ринку, доведення характеристик до вимог споживачів. Планування асортименту продукції – це неперервний процес, що відбувається протягом всього життєвого циклу продукту, починаючи з моменту його створення.

Особливо актуальною ця проблема є для спиртової промисловості, яка традиційно вважається монопродуктовою з наявністю кількох непринципових супутніх виробництв. В сьогоденних умовах господарювання, які характеризуються урізноманітненням потреб споживачів, розширенням можливостей використання продукції спиртової промисловості у багатьох нетрадиційних сферах діяльності, а також наростанням інтенсивності конкуренції в галузі постає нагальна проблема концептуального характеру – зміна поглядів на галузь: відмова від її сприйняття як монопродуктової і формування стратегічного бачення спиртової промисловості як мультифункціональної.

Логічним наслідком формування бачення спиртової галузі як мультифункціональної є окреслення проблеми забезпечення гнучкості підприємств з метою розширення їх ринкових можливостей і відповідного зростання конкурентоспроможності учасників ринку. Мультифункціональність галузі в умовах зростання динамічності ринкового середовища є вагомим передумовою розширення господарської ініціативи підприємств та маневрування ресурсами, адаптації до запитів ринку та управління власною гнучкістю. У цьому контексті дієвими засобами управлінського впливу на гнучкість і конкурентоспроможність спиртових заводів могли б стати варіанти стратегій диференціації, спорідненої диверсифікації, забезпечення ринкової гнучкості на основі перегляду асортиментної політики (управління асортиментною гнучкістю), оцінювання

фінансових можливостей адаптації до ринку (управління фінансовою гнучкістю), перебудови виробничої бази (управління виробничою гнучкістю).

Список використаних джерел

1. Тарнавська Н. П. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теорія, методологія, практика : моногр. / Наталія Петрівна Тарнавська. – Тернопіль: Економічна думка, 2008. – 570 с.

Олена ДУДКІНА

Тернопільський національний економічний університет,
м. Тернопіль

МІСЦЕВІ ІНІЦІАТИВИ ТА ПРОЕКТИ РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД: ПРОБЛЕМИ РОЗРОБКИ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ

Державною стратегією регіонального розвитку України до 2020 року визначено, що на сьогодні державна регіональна політика в Україні як ніколи вимагає координації дій та об'єднання ресурсних зусиль всіх суб'єктів публічного управління: органів державної виконавчої влади, органів місцевого самоврядування, інституцій громадянського суспільства для досягнення цілей розвитку територій.

Ефективне публічне управління у сфері регіонального та місцевого розвитку передбачає створення бази для реалізації ефективної державної регіональної політики – механізму та інструментарію управління регіональним розвитком, що сприятиме розв'язанню проблем територій, та вимагає, передусім, децентралізації державних повноважень шляхом їх передачі на місцевий рівень з одночасною передачею відповідних фінансових ресурсів, удосконалення процесів стратегічного планування та програмування, запровадження ефективного механізму координації дій центральних та місцевих органів виконавчої влади, органів місцевого самоврядування, громадських організацій під час досягнення цілей та реалізації пріоритетних завдань соціально-економічного розвитку територіальних громад.[1]

Ефективне публічне управління у сфері розвитку регіонів та територіальних громад спрямовується на досягнення таких першочергових цілей: децентралізація влади, реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади; удосконалення системи стратегічного планування регіонального розвитку на загальнодержавному та регіональному рівні; посилення міжгалузевої координації в процесі планування та реалізації державної регіональної політики; інституційне забезпечення регіонального розвитку; підвищення якості публічного управління регіональним розвитком.

У цілому, сучасна нормативно-правова та інституційна база