

ЩОДО ВИЗНАЧЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА

Формування систем управління конкурентоспроможністю підприємств залежить від адаптивності ринку щодо пропозицій аналогічних товарів та послуг, конкурентної боротьби між підприємствами за споживача та обмеженість ресурсів. Залежно від сфери діяльності, рівень конкурентоспроможності підприємства або його продукції визначається зовнішніми та внутрішніми факторами, які називають конкурентними перевагами. Для підвищення ефективності та оптимізації управління конкурентоспроможністю постає необхідність виокремлення тих її елементів, а саме інформаційних, вплив на які дасть максимальний ефект, що відповідно актуалізує проблему дослідження. Конкурентоспроможність є складною економічною і управлінською категорією, яка передбачає порівняння об'єкта оцінки із аналогічними конкурентами. Конкурентоспроможність є здатністю об'єкту виглядати краще, аніж аналогічні об'єкти в сприйнятті цільової аудиторії [1].

Незалежно від методу оцінки загальна конкурентоспроможність об'єкту визначається на основі аналізу конкурентних переваг. Існують різні підходи до визначення їх переліку. Так, пропонується оцінювати частку ринку, яку контролює підприємство; показники інноваційної діяльності фірми; показники виробничої діяльності підприємства; маркетингову діяльність; зовнішньоекономічні зв'язки; фінансові показники, або ж виділити показники, які характеризуються економічними параметрами, стан та використання живої праці, та нормативні параметри [1].

На сьогодні в умовах турбулентності ринку необхідно звернути увагу підприємствам на їх інформаційні конкурентні переваги в електронному середовищі, які мають відповідати наступним критеріям: повнота, якість, достовірність, актуальність, оперативність, різноманітність ресурсів представлення, доступність, динамічність, стратегічність. Забезпечення визначених критеріїв здійснюється засобами електронної логістики інформаційних потоків. Таким чином, постає завдання організаційного забезпечення системного функціонування електронної логістики з метою забезпечення підприємства конкурентними перевагами.

Отже, перспективи дослідження інформаційних конкурентних переваг підприємств повинні забезпечувати у таких напрямках: власний веб-сайт, е-магазини, е-аукціони, е-каталоги, е-дошки об'яв, соціальні мережі, форуми, е-ЗМІ, е-реклама, е-біржі праці. Значна кількість ресурсів в е-середовищі надає можливість вибору такого, який має кращі конкурентні переваги, тому важливим є аналіз та управління конкурентними перевагами е-ресурсів. Аналіз конкурентних переваг зовнішніх е-ресурсів необхідний для вибору партнерів з метою подальшої співпраці, аналіз власного ресурсу необхідний для управління його інформаційними конкурентними перевагами та конкурентоспроможністю підприємства в цілому.

Література:

1. Кривешко О. В. Оцінка вагомості конкурентних переваг / О. В. Кривешко // Ефективна економіка. 2020. № 2. Режим доступу: http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/2_2020/66.pdf (дата звернення: 05.11.2023 р.)

Під керівництвом: ст. викл. каф. МТП, І.П. Порсюрів