



УДК 338.333

УПРАВЛІННЯ МІЖНАРОДНОЮ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Студ. Є.В. Колесник, гр. МгМБК-1-18

Наукові керівники: д.е.н., професор М.П. Денисенко, д.е.н., доцент А.О. Мельник,
Київський національний університет технологій та дизайну

Мета і завдання. Мета – виявлення основних напрямів управління міжнародною конкурентоспроможністю задля досягнення підприємствами стійких ринкових позицій як на державному, так і на світовому рівнях.

Завдання – розглянути питання міжнародної конкурентоспроможності підприємств, сфер комерційної та виробничої діяльності яких розповсюджуються на зарубіжні країни

Об'єкт і предмет дослідження. Об'єкт дослідження – процес підвищення конкурентоспроможності підприємства. Предмет дослідження – теоретико-методичні аспекти підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Результати дослідження. Конкурентоспроможність товару і конкурентоспроможність підприємства співвідносяться між собою як частина одного цілого, при цьому конкурентоспроможність товару є лише частиною конкурентоспроможності підприємства [1]. Міжнародна конкурентоспроможність підприємства розглядається як здатність підприємства створювати та реалізовувати продукцію, цінові й нецінові якості якої більш привабливі, ніж в аналогічній продукції конкурентів на зовнішньому ринку [2].

Міжнародна конкурентоспроможність підприємства відображає можливість ефективної виробничого господарської діяльності в умовах глобального конкурентного ринку. Це забезпечується всім комплексом наявних у підприємства ресурсів. Виробництво та реалізація конкурентоспроможних товарів і послуг є узагальнюючим показником життєздатності підприємства, його вміння ефективно використовувати свій фінансовий, виробничий, науково-технологічний та трудовий потенціал [3, с. 112].

Реалії сьогодення свідчать про те, що існує проблема щодо створення та забезпечення подальшого зростання рівня міжнародної конкурентоспроможності підприємств при виході на зарубіжні ринки. Так Україна опустилася з 72-го на 82-е місце в рейтингу конкурентоспроможності, що розраховується Всесвітнім економічним форумом (ВЕФ), йдеться в Глобальному огляді конкурентоспроможності (Global Competitiveness Report) за 2013-2014 рр. [4].

Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства означає застосування певного комплексу заходів, спрямованих на подолання негативних наслідків конкуренції і досягнення необхідного рівня конкурентоспроможності на міжнародному ринку і включає наступні етапи: моніторинг конкурентного середовища міжнародного ринку; оцінка конкурентоспроможності підприємства, його продукції та основних конкурентів на зовнішньому ринку; визначення місії діяльності підприємства та стратегії управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства; реалізація стратегії управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства полягає в вирішенні, якими засобами підприємство буде досягати поставлених цілей; оцінка і контроль реалізації визначеної стратегії управління конкурентоспроможністю підприємства на зовнішньому ринку [7, с. 112].

Говорячи про необхідність управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства, слід визначити основні фактори, що впливають на цей процес: □ характеристика державної політики міжнародних країн в галузі регулювання конкуренції (антимонопольна політика, регулювання експорту та імпорту продукції, патентно-ліцензійна політика, стандартизація продукції); можливість появи нових конкурентів (рівень „вхідного бар'єру” в галузь); вплив споживачів продукції та постачальників на інтенсивність конкуренції та інші фактори. Для вітчизняних підприємств, що здійснюють



зовнішньоекономічну діяльність, питання щодо управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства постає гостро. Пошук шляхів та резервів підвищення прибутковості та конкурентоспроможності діяльності підприємств є важливою умовою їх ефективного функціонування у ринкових умовах. У сучасній практиці менеджменту та маркетингу бенчмаркінг є одним з найновіших підходів до визначення конкурентоспроможності підприємств, що передбачає розробку програми покращення якості на основі порівняльного аналізу.

Розрізняють наступні групи параметрів конкурентоспроможності: технічні; економічні; нормативні (різних типів) [5, с. 207-208].

Технічні параметри характеризують технічні та фізичні властивості товару, а також функції які виконує товар у процесі його використання. Економічні параметри визначають рівень витрат та ціни споживання, обслуговування і т. д. Нормативні параметри визначають відповідність товару встановленим нормам, стандартам і вимогам, що обумовлені законодавством та іншими нормативними документами.

Показники конкурентоспроможності – це сукупність системних критеріїв кількісної оцінки рівня конкурентоспроможності, які базуються на параметрах конкурентоспроможності (ціна, собівартість, прибутковість, потужність і т. д.) [6, с. 172-173]. Конкурентоспроможність є відносна характеристика споживчих якостей продукції у порівнянні з аналогічною продукцією конкурентів, її оцінюють за певною системою показників на основі порівняльного аналізу параметрів виробів.

Висновки. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства повинно сприяти покращенню основних характеристик стану підприємства та підвищувати конкурентоздатність його продукції на світовому ринку. Необхідно підкреслити, що для забезпечення стійких конкурентних позицій на світовому ринку, підприємству, перш за все, необхідно володіти конкурентним перевагами на національному ринку, вправно використовувати всі свої ресурси та можливості. Запорукою успішного функціонування підприємства є формування стратегії його розвитку. Говорячи про сучасний стан конкурентоспроможності більшості вітчизняних підприємств слід констатувати їх неспроможність успішно конкурувати з іноземними фірмами. Тому необхідно у рамках загально – національної програми сформував відповідний пакет заходів, спрямований на фінансове, інвестиційно-інноваційне та інтелектуальне забезпечення необхідних змін в економіці. Це сприятиме успішному входженню України в глобальний ринок і досягненню високого рівня міжнародної конкурентоспроможності вітчизняних підприємств.

Ключові слова: конкурентоспроможність, підприємство.

ЛІТЕРАТУРА

1. Конкурентоспроможність підприємства / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://studme.com.ua/10560412/marketing/konkurentosposobnost_predpriyatiya.htm
2. Колесник Ю. В. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємств / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rusnauka.com/>
3. Фатхутдинов Р. А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление: учебное пособие / Р. А. Фатхутдинов. – М.: ИНФРА-М. – 2014. – 312 с. – ISBN 5-16-000313-4.
4. Міжнародна конкурентоспроможність вітчизняних підприємств / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://korrespondent.net>
5. Мельник А.О. Економічна адаптація підприємств у механізмі підвищення їх конкурентоздатності // Вісник Технологічного університету Поділля, 2004. – № 6. – С. 206-211.
6. Мельник А.О. Конкурентоспроможність вітчизняних підприємств у системі інтеграційних процесів // Вісник Технологічного університету Поділля, 2003. – № 6. – Ч. 2. – С. 170-174.
7. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства (організації): навчальний посібник / ред.І. Ю. Сіваченко. – К.: ЦУЛ, 2015. – 186 с.