

ШЛЯХИ ПОКРАЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Яременко С.Є., гр. МЕ-18

Науковий керівник – доц. **Штангей Н.М.**

Харківський державний університет харчовання та торгівлі

Вітчизняний ринок недостатньо місткий та не здатний поглинути всю запропоновану продукцію, що примушує підприємства виходити на зовнішні ринки, конкуренція на яких значно вища. Тому для забезпечення ефективної зовнішньоекономічної діяльності підприємству необхідний єдиний стратегічний напрямок розвитку, згідно з яким воно зможе досягти довгострокових конкурентних переваг.

Для того, щоб управляти конкурентоспроможністю, розглядаючи її з різних позицій, в тому числі і з позицій індикатору управління підприємством-експортером, її необхідно вимірювати. Це означає, що повинні бути вироблені ті чи інші підходи до вимірювання конкурентоспроможності, а також відповідні процедури роботи з даним показником як індикатором і об'єктом управління. З цього боку ми стикаємось із двоїтим характером конкурентоспроможності - як показником, що відбиває стан того чи іншого економічного об'єкту у відношенні потреб зовнішніх ринків, а також як об'єктом управління, пов'язаним із реалізацією основної цільової функції підприємства. В будь-якому випадку оцінка конкурентоспроможності включає в себе, насамперед, аналіз поточних результатів господарської діяльності підприємства, аналіз конкурентноздатності продукції, а також аналіз конкурентноздатності фірми.

В цілому, аналіз господарської діяльності підприємства, конкурентоспроможності продукції, що випускається, і самого підприємства необхідні для того, щоб оцінити потенційні можливості в конкурентній боротьбі на тому чи іншому ринку і розробити міри і заходи, за рахунок яких можна підвищити конкурентоспроможність і забезпечити власний успіх.

Таким чином, використання збалансованої системи показників у сфері стратегічного управління ЗЕД підприємства дозволяє удосконалити систему прийняття стратегічних та тактичних рішень, оптимізувати використання обмежених внутрішніх резервів розвитку підприємства щодо подальшого розвитку конкурентних переваг у довгостроковій перспективі.