

УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Стрельнікова Є.А., гр. 8.06.051.110.19.1

Науковий керівник – канд. екон. наук, проф. **В.О. Козуб**

Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця

Розвиток світової економіки сьогодні характеризується глобалізацією ринків, посиленням конкуренції, трансформацією світових систем господарювання. Питання конкурентоспроможності підприємств є важливим як для їх повноцінного функціонування, так і для економічного розвитку країни. Рівень конкурентоспроможності визначає життєздатність підприємства, результати його виробничо-збутової діяльності в умовах ринкової конкуренції.

Конкуренція примушує підприємства всіх форм власності постійно відслідковувати зміни попиту та пропозиції, вартості матеріальних ресурсів, зменшувати витрати на виробництво, покращувати якість своєї продукції та послуг, що реалізуються на ринку, підвищувати свою конкурентоспроможність особливо в умовах глобалізації. В таких умовах українським підприємствам потрібно прискорити процес створення системи управління конкурентоспроможністю, адаптувати її до ринкових відносин та посилити її стратегічну орієнтацію. В умовах кризи конкурентоспроможності підприємству доцільно здобувати переваги в першу чергу не підвищенням якості продукції, а скороченням витрат, що дозволяє зменшити ціну на продукцію.

Об'єктом управління є рівень міжнародної конкурентоспроможності, необхідний і достатній для забезпечення життєздатності підприємства як суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності. Проблема рівня міжнародної конкурентоспроможності є не лише справою окремого підприємства, а має загальнодержавний характер, оскільки виступає як складова національної господарської системи, стан функціонування якої мають відчувати як його власники і робітники, так і держава, валютні надходження якої формуються з прибутків підприємств.

В процесі формування політики конкурентоспроможності на підприємстві в умовах глобалізації потрібно орієнтуватися на наступні умови: науково-технічний рівень та рівень використання нововведень; конкурентоспроможність продукції за принципом «ціна-якість» та мірою задоволення потреб споживачів; ефективність використання ресурсів; рівень фінансової стійкості.

Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства – це система забезпечення життєздатності підприємства як суб'єкта міжнародної конкуренції, яка складається з функціональних підсистем у відповідності зі сферою його зовнішньоекономічної діяльності.

Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства в умовах глобалізації спрямоване на: нейтралізацію або обмеження ступеня дії негативних чинників впливу на стан об'єкту управління; активне використання позитивних зовнішніх чинників впливу на рівень міжнародної конкурентоспроможності підприємства; ефективну адаптацію підприємства до вимог зовнішнього середовища шляхом розвитку стратегічного потенціалу; забезпечення гнучкості підприємства – здатності до синхронної й адекватної його реакції на зміни зовнішнього середовища.

Структурно процес управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства складається із послідовності дій (етапів), кожен із яких може існувати як у автономному, так і в системному режимі. Згідно зі стратегічним підходом, він включає такі елементи (етапи): стратегічний моніторинг (стратегічне спостереження); стратегічний аналіз (діагностика та прогнозування); стратегічне проектування (програмування та планування); стратегічні перетворення та стратегічний контроль. Логічна послідовність та взаємозв'язки цих елементів формують стратегічну структурність процесу управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства.

Беручи до уваги європейський досвід комплексного управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства, потрібно відзначити, що на сьогоднішній день європейські держави забезпечують управління конкурентоспроможністю ще на етапі проектування виробу, де створюють методи, які мінімізують можливість появи відхилень на етапі виробництва.

Для успішного функціонування будь-якого підприємства на ринку необхідно регулярно здійснювати оцінку його міжнародної конкурентоспроможності. Така оцінка дає можливість визначити сильні та слабкі сторони підприємства, виявити його приховані потенційні можливості і, відповідно до цього, максимального удосконалити його стратегію функціонування на зовнішньому ринку.

Отже, управління конкурентоспроможністю підприємства з кожним роком стає все більше важливим у ринкових відносинах і на сьогодні є запорукою успішної діяльності на зовнішніх ринках.