

6. Цивільний Кодекс України — Цивільний кодекс України. Закон України від 16.01.2003 № 435-IV (зі змінами та доповненнями). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>

7. Брич В.Я., Корман М. М. Психологія управління: навч. посіб. К. : Кондор, 2013. 379 с.

8. Пуцентейло П.Р. Інформаційне забезпечення аналітичної діяльності в управлінні підприємством. Науково-інформаційний вісник Івано-Франківського університету права імені Короля Данила Галицького. 2015. Вип. 11. С. 224-232.

Тетяна Гетьман

слухач магістерської програми

Тернопільський національний економічний університет

Наталія Болквядзе

к.е.н., доцент

Тернопільський національний економічний університет

УПРАВЛІННЯ МІЖНАРОДНОЮ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

В умовах глобалізації успіх діяльності вітчизняних компаній на зарубіжних ринках визначається, перш за все, конкурентоспроможністю їхньої продукції. Велике значення має розгляд поняття конкуренції для розвитку української економіки в напрямку створення конкурентного середовища і забезпечення конкурентоспроможності українського бізнесу.

Конкуренція розглядається як суперництво між учасниками ринкового господарства за кращі умови виробництва, купівлі та продажу товарів. Це центр ваги всієї системи ринкового господарства, тип взаємин між виробниками щодо встановлення цін та обсягів пропозиції товарів на ринку.

Конкурентоспроможність – це відносна характеристика, яка відображає відмінності у процесі розвитку певного виробника від виробника конкурента як по ступеню задоволення власними товарами, так і по ефективності виробничої діяльності [1].

Варто зазначити, що конкурентоспроможність підприємства:

- базується на конкурентних перевагах підприємства;
- визначає здатність підприємства витримувати конкуренцію на певному ринку;
- відображає позицію даного підприємства відносно конкурентів.

Якщо конкурентоспроможність компанії характеризує ступінь реалізації потенційних можливостей підприємства по надбанню і утриманню впродовж тривалого періоду часу конкурентної переваги, тоді під конкурентоспроможністю слід розуміти не лише поточну ефективність, але і динаміку пристосування компанії до змінних умов зовнішнього середовища [2].

Тому як результат, зі сторони системного підходу конкурентоспроможність може бути представленою у вигляді властивості виробничо-економічної системи (якою і є компанія) змінювати траєкторію розвитку чи визначений режим функціонування у процесі адаптації до впливів зовнішнього середовища з метою збереження та розвитку вже дійсних, або створення нових конкурентних переваг.

Очевидно, критерії, характеристики конкурентоспроможності на рівні товару, фірми, корпорації, галузі, мають власну специфіку, яку необхідно аналізувати по-різному. Конкурентоспроможність товару показує більш повну здатність відповідати вимогам покупців порівняно до аналогічних товарів на ринку. Беруться до уваги такі конкурентні переваги: якість продукції, витрати на виробництво, ціни, сервіс, технічне забезпечення, реклама, імідж виробника, а також ситуація на ринку. Високий рівень конкурентоспроможності товару говорить про доцільність виробництва і можливості отримання високого прибутку.

Конкурентоспроможність галузі визначається наявністю у ній економічних, технічних і організаційних умов для створення, виробництва та збуту (з витратами не вище, ніж інтернаціональні) продукції високої якості, що задовольняє вимогам конкретних груп споживачів. Конкурентоспроможність галузі розглядається як здатність не лише перемагати в конкурентній боротьбі, але і брати у ній активну участь [3].

Оцінка конкурентоздатності товару побудована шляхом порівняння одиничних параметрів аналізованої продукції до бази порівняння. Базою порівняння можуть бути: товар конкурентів, потреби покупців, певна група аналогів та інше. При цьому використовується диференціальний, комплексний та змішаний методи оцінки [4].

Виникнення й інтенсивність прояву зовнішніх чинників не залежить від діяльності компанії та обумовлюється станом зовнішнього середовища. Чинники зовнішнього середовища є вкрай неоднорідними за джерелами свого походження, оскільки виступають проявом систем різного рівня й поділяються, у свою чергу, на три групи:

1) галузеві - ті, що визначаються функціонуванням галузі як системи (до них відносять механізми внутрішньогалузевого регулювання, методи та рівень внутрішньогалузевої конкуренції, стан попиту і т.д.);

2) макроекономічні чинники, що відображають умови функціонування національних економік (до них відносять механізми державного регулювання економіки, загальногосподарську кон'юнктуру, стан і динаміку платоспроможного попиту, наявність та рівень розвитку ринкової інфраструктури тощо);

3) чинники світової економіки (до них відносять кон'юнктуру світових ринків, динаміку валютних курсів, міжнародний розподіл праці, міжнародні угоди у сфері зовнішньої торгівлі тощо).

Залежно від сфери походження чинники, які впливають на конкурентоспроможність, поділяються на організаційно - економічні, науково-технічні, соціальні, екологічні та політичні.

Чинники формування конкурентоспроможності підприємства діють не окремо, кожен сам по собі, а системно, що підсилює наслідки дії кожного окремо взятого чинника.

Як результат, пошук шляхів підвищення конкурентоспроможності підприємства варто вести одночасно за кількома спектрами його діяльності, де позиції найбільш сильні чи можуть стати такими при виборі правильного стратегічного курсу. Саме від того, наскільки доцільною і правильною буде обрана стратегія, залежить високоефективна господарська діяльність та конкурентоспроможність компанії.

Список використаних джерел

1. Степанкова А. А. Методи оцінки конкурентоспроможності продукції [Електронний ресурс]. Ефективна економіка. 2012. Режим доступу до ресурсу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=954>.

2. Яцура В.В., Замроз М.В. Аналіз методів оцінки конкурентоспроможності підприємств [Електронний ресурс]. Режим доступу до ресурсу: http://www.nbuv.gov.ua/old_jrn/Soc_Gum/Vviem/2011_2/18.pdf.

3. Коновал В. В. Системно-процесний підхід до управління конкурентоспроможністю підприємства. Економіка. Управління. Інновації. 2011. № 2. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2011_2_23.

4. Смолін І.В. Стратегічна конкурентоспроможність підприємства: змістовні імперативи та критерії оцінювання. Економічний вісник Національного технічного університету України "Київський політехнічний інститут". 2015. № 12. С. 229-238. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/evntukpi_2015_12_35