

НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Шемченкова А.В., студентка, гр. УС-51, ФММ,
Національний технічний університет України „Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського”
shemaaalina@gmail.com

Головна роль конкуренції для повного функціонування ринкової економіки була висловлена ще в 18 столітті Адамом Смітом в його всім відомому принципі «невидимої руки». Сміт показав відмінності між суб'єктивними прагненнями бізнесменів і об'єктивними підсумками їх роботи. Тобто, кожен капіталіст націлений тільки на власну вигоду. Але обставини кожен раз складаються так, що слідуючи до власного інтересу, він в цей же час реалізує і інтереси всього суспільства. Навіть часто виконує це ще більш результативно і сумлінно, ніж, якби спеціально ставив перед собою альтруїстичні цілі.

В результаті стрімкого прагнення України до загальноєвропейських і міжнародних структур, а також попадання на ринок країни потужніших іноземних транснаціональних корпорацій виникають питання щодо формування вітчизняними підприємствами явних конкурентних переваг і, в результаті цього, досягнення ними перемоги у конкурентній боротьбі. Актуальність проблеми значного підвищення конкурентоспроможності підприємств на ринку має в сучасному світі універсальний характер, вона незгасна як для української економіки в цілому, так і для усіх діючих суб'єктів господарювання.

Не вражаюче низький рівень конкурентоспроможності підприємств України є однією з основних причин критичних кризових явищ, що спостерігаються останнім часом в економіці країни.

Найбільш дієвими чинниками гарантованого успіху – це в першу чергу властивий для даної галузі перелік факторів, що надають їй гідності серед інших галузей, а також однієї фірми галузі над іншою. Ці чинники не являються постійними, вони змінюються в залежності від властивостей галузі, сегментів ринку, що обслуговуються, а також часу та життєвого циклу галузі та компанії.

Основні чинники досягнення успіху ґрунтуються на високому науково-технічному ступені виробництва та продукту, на гідному рівні маркетингу та менеджменту, організаційно-технічному рівні виробничого розвитку, фінансово-економічному рівні і звісно на відповідному рівні персоналу.

Конкурентоспроможність компанії – це рівень її компетенції порівняно з іншими фірмами-конкурентами у нагромадженні та використанні виробничого потенціалу.

Для детальної характеристики конкурентів треба використовувати дані чинники:

- частина ринку, що вже обслуговується;
- статус, практична діяльність, наявність звичних для споживачів брендів;
- становище фінансових ресурсів;
- присутність нових технологій та виробничих потужностей;
- факт наявності висококваліфікованих робітників;
- форма і ступень піару або реклами.

При сучасних стратегічних підходах до управління, коли кожне підприємство повинно, перш за все, думати про виживання і розвитку на досить довгострокову перспективу, для визначення і прогнозу конкурентоспроможності підприємства потрібно застосовувати поняття конкурентного потенціалу, яке містить в собі не тільки нинішні внутрішні і ринкові конкурентні якості, але і здатності до ефективної реалізації цих переваг в певних умовах розвитку зовнішнього середовища. На підприємстві обов'язково повинна бути детально розроблена відповідна стратегія конкурентоспроможності, передбачені процедури щодо всього виробничо-господарського процесу [1]. Варіанти поведінки відрізняються поставленими цілями, параметрами часу та іншими властивостями в залежності від конкретно поставлених і перспективних задач, але в кожному випадку їх головна ціль – гарантоване постачання пріоритетів над суперниками. Конкурентоспроможна стратегія повинна базуватися на повному уявленні функціонування відгалуження й процесу її розвитку. У кожній галузі економіки (немає сенсу, взаємодіє вона тільки на внутрішньому ринку чи й на зовнішньому теж) – суть конкуренції передається п'ятьма силами: небезпека утворення нових суперників; загрозою появи товарів або послуг-замінників; можливістю підрядників комплектуючих виробів і т.д. торгуватися; здатністю покупців торгуватися; боротьбою уже даних конкурентів між собою [3].

Література

1. Основні напрями і програми підвищення міжнародної конкурентоспроможності підприємства [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://ua.textreferat.com/referat-21705-1.html>
2. Модель анализа пяти конкурентных сил Майкла Портера [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://powerbranding.ru/biznes-analiz/porter-model/>
3. Рыночная конкуренция. Рыночные структуры. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.bgscha.com/ru/education/library/fulltext/econom/r2-2.htm>