

## **УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА**

Конкурентоспроможність підприємства займає важливе місце в його діяльності та розвитку. Конкуренція сьогодні – це боротьба між виробниками за конкретного споживача на ринку товарів та послуг.

В умовах, коли виробники пропонують приблизно однакову за якістю продукцію з незначною різницею в ціні, основним фактором, який приведе до успіху компанії, стають методи і прийоми впливу на клієнта.

Особливої актуальності сьогодні набуває управління конкурентоспроможністю продукції. Цей процес являє собою цілеспрямований вплив на фактори, що формують конкурентоспроможність продукції, до яких традиційно відносять якість, ціну, терміни поставки, імідж підприємства-виробника, рекламу на товар, витрати на подальшу експлуатацію тощо.

Сутність управління конкурентоспроможністю продукції полягає в компенсації «слабких місць» концентрацією переваг перед конкурентами.

Конкурентоспроможність підприємства є однією з найважливіших категорій ринкової економіки і характеризує можливість та ефективність адаптації підприємства до умов конкурентного середовища, тому обґрунтування підходів до її дослідження з метою подальшої розробки системи заходів щодо зміцнення позицій і досягнення конкурентних переваг підприємства залишається актуальним.

Отже, проблеми підвищення конкурентоспроможності промислових підприємств на внутрішньому та міжнародному ринках є важливими як в сучасних умовах, так і в майбутньому.

Конкуренція є стимулом для підприємств будь-якої форми власності здійснювати постійний моніторинг зміни попиту на послуги та продукцію, цін на матеріальні ресурси, вести постійний пошук способів зменшення собівартості виробництва, застосовувати нові технології для підвищення рівня якості продукції та послуг, що постачаються на ринок, підвищувати показники конкурентоспроможності.

Вітчизняна економіка перебуває на етапі становлення конкурентного середовища, тому даний етап вимагає від українських підприємств підбору нових методів і форм ведення конкурентної боротьби, що у комплексі слугує досягненню стійких конкурентних переваг підприємства. Основною умовою при вирішенні складних проблем суперництва є застосування методів та способів, які забезпечують формування адаптивних механізмів та пристосування підприємств до мінливого зовнішнього середовища.

Управління організацією в сучасних умовах вимагає від керівників стратегічного мислення та вміння розробляти стратегію. Для досягнення успіху вітчизняним підприємствам, спираючись на досвід зарубіжних колег, необхідно використовувати стратегічний аналіз у всьому його розмаїтті. Реалізація завдань стратегічного аналізу дозволяє створити систему моніторингу фінансово-економічних індикаторів довгострокового розвитку організації, відповідно до якої оперативно коригуються й оптимізуються фінансова, виробнича, комерційно-збутова, соціальна стратегії, сприяючи забезпеченню конкурентоспроможності компанії в довгостроковій перспективі.

Відповідно до цього пропонується система заходів управління, яка складається з окремих взаємопов'язаних напрямів удосконалення господарської діяльності підприємства і спрямована на підтримання належного рівня конкурентоспроможності підприємства та можливості його підвищення:

1. Вибір конкурентних стратегій розвитку. Правильно обрана конкурентна стратегія розвитку підприємства, заснована на стратегічному аналізі його конкурентних позицій і потенційних можливостей, дозволяє чіткіше визначитися у напрямках діяльності підприємства, що підвищує адекватність, динамічність і сприйнятливість внутрішньогосподарського механізму до змін ринкового середовища.
2. Забезпечення комплексного підходу до процесів управління підприємством дозволяє досягти єдності дій усіх ланок і процесів управління в зовнішній і внутрішній політиці підприємства.
3. Удосконалення системи управління персоналом підприємства.
4. Технічне та технологічне оновлення підприємства. Ефективний розвиток технологічних можливостей і ресурсів є засобом створення міцної конкурентної переваги підприємства.
5. Удосконалення інвестиційно-економічної стратегії підприємства. Однією з умов підвищення конкурентоспроможності підприємства є забезпечення ефективної реалізації його інвестиційно-економічної стратегії, спрямованої на залучення фінансових ресурсів з метою формування й підтримання конкурентних переваг.
6. Удосконалення маркетингової діяльності підприємства. Першочерговими завданнями реалізації цього напряму є: вдосконалення маркетингової орієнтації, зміцнення маркетингової служби, вдосконалення організаційних форм і методів маркетингових досліджень, сегментарної спеціалізації, товарної стратегії, стратегії збуту, удосконалення методів аналізу і прогнозування ринкової ціни, вивчення заходів конкурентів по вдосконаленню аналогічних товарів і підвищенню адаптації та конкурентних переваг, здійснення ефективної рекламної діяльності підприємства тощо.

Запропонована системи управління конкурентоспроможністю підприємства заснована на виділенні проблемно-орієнтованого контуру управління, носить цільовий характер, здатна цілком підтримувати класичну модель управління підприємством та дозволяє вчасно реагувати на зміни у зовнішньому й внутрішньому середовищі і, тим самим, забезпечити високий рівень адаптивності підприємства та динамічну відповідність між його потенціалом та ринковою позицією.