

УДК 621.326

Симанишин С. – ст. гр. БКМ-51

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ

Науковий керівник: к. е. н., доцент Піняк І.Л.

Актуальною проблемою сучасної української теорії й практики маркетингу є управління конкурентоспроможністю підприємства. З переходом до ринкових умов господарювання достатньо швидко з'ясувалося, що продукція багатьох українських підприємств виявилася неконкурентоспроможною на вітчизняному та світовому ринках. Головна причина в тому, що імпорتنі товари переважають українські аналоги майже за всіма критеріями: якістю, функціональністю, безпечністю, ергономічністю тощо. Саме тому виникла необхідність створення сильного українського ринку товарів на умовах конкурентоспроможності.

Міжнародна конкуренція, глобалізація ринків, масштабне проникнення іноземних товарів на український ринок зараховують проблему управління конкурентоспроможністю підприємства до числа пріоритетних управлінських завдань, успішне вирішення яких забезпечить виживання і розвиток підприємств у ринковому середовищі.

Поняття конкурентоспроможності досліджували у своїх працях такі вчені як: І. Ансофф, Ф. Тейлор, Дж. Веллінгтон, Р.А. Джонсон, Р.А. Довбуш, В.І. Савчук, К. Такамацу. В їхніх працях проаналізовано стратегії управління конкурентоспроможністю підприємства та простежено чіткі методики і підходи для підвищення ефективності управління ними. З аналізу праць та публікацій можна зробити висновок, що об'єктом управління конкурентоспроможністю підприємства є технологічні та економічні процеси, внаслідок яких під час створення продукції, формуються її конкурентні переваги, а суб'єктом – система конкурентоспроможності як інструмент управління нею.

Загалом, процес управління конкурентоспроможністю підприємства повинен охоплювати реалізацію чотирьох етапів:

I етап. Реалізація функцій управління діяльністю: планування та організація процесу забезпечення конкурентоспроможності, мотивація працівників, контроль та регулювання процесу забезпечення конкурентоспроможності.

II етап. Формування методів менеджменту: розроблення планів виробництва конкурентоспроможної продукції, розроблення планів прискореного науково-технічного розвитку, розроблення технологічної документації та методів стимулювання персоналу.

III етап. Формалізація методів менеджменту: ухвалення наказів щодо контролю та відповідальності за виготовлення конкурентоспроможної продукції, формування розпоряджень та вказівок щодо забезпечення конкурентоспроможності.

IV етап. Розроблення та ухвалення управлінських рішень: визначення ступеня досягнення конкурентоспроможності, оцінка ефективності управлінських рішень, формування напрямків діяльності апарату управління.

Дослідження процесу управління конкурентоспроможністю підприємства дає змогу виокремити найважливіші категорії цього процесу, до яких потрібно віднести функції, методи, управлінські рішення та стилі керівництва.