

## **НАПРЯМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЗРОСТАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ**

**Л.В. Павлюк, Л.В. Савош, А.А. Романчук**

Луцький національний технічний університет,  
ludmilapav2015@gmail.com, larysa.savosh9@gmail.com

Під конкурентоспроможністю підприємства пропонуємо розуміти взаємозв'язок конкурентних переваг за сукупністю фінансово-економічних показників діяльності підприємства та якісних показників продукції, порівняно з іншими конкурентами на ринку, зокрема здатність підприємства випускати конкурентоспроможну продукцію високої якості з меншими витратами та її продаж в необхідній кількості за визначеною ціною.

В сучасних умовах глобалізації економіки, активізація економічних процесів в Україні призвела до жорсткого загострення конкуренції, що повсякчас змушує учасників ринку шукати більш ефективні шляхи економічного зростання. Тому сьогодні, ефективне управління підприємством є одним із найважливіших напрямів підвищення конкурентоспроможності тих підприємств, що займаються виробництвом і реалізацією товарів [1, с. 23].

У свою чергу, механізм управління конкурентоспроможністю підприємств в умовах глобалізації економіки, повинен забезпечувати зовнішні зв'язки та створювати відповідні внутрішні умови формування конкурентних переваг. Виділено такі концепції формування механізму управління конкурентоспроможності підприємств, як: вміння виконання роботи, розвиток науки, вплив або тип взаємодії, функції (вид діяльності), процеси, системи, механізми, культура, компетентність осіб, що здійснюють управління підприємством тощо [2].

Дослідимо наявні фактори, що забезпечують формування успішної конкурентоспроможності підприємств в умовах глобалізації економіки. Усю сукупність цих факторів необхідно поділяти на дві групи:

1. Фактори досягнення конкурентоспроможності, а саме такі як: приховані можливості підприємства, виробничі потужності, стратегія розвитку, зовнішнє конкурентне середовище, тенденції зміни попиту споживачів, політична ситуація в країні, інституціональні зміни тощо.

2. Фактори утримання конкурентоспроможності на належному рівні визначаються важливістю конкурентних переваг та їх кількістю, ступенем модернізації виробництва, наявністю та використанням новітньої технології, нових методів організації праці тощо.

В той же час, послідовність розробки та реалізації ефективного управління конкурентоспроможністю підприємства здійснюється таким чином і за такими фазами: підготовча, експлуатаційна, аналітична. Перша фаза включає діагностику попиту клієнтів та можливостей підприємства, формування проектної групи, системний аналіз ринку та внутрішніх можливостей, визначення ме-

ти та можливостей розвитку, корегування діючої системи управління з метою розвитку та створення потенціалу успіху, проектування нової системи менеджменту конкурентоспроможності, адаптація підприємства. Друга фаза включає впровадження нової концепції управління. Третя передбачає контроль за процесом управління [3].

Сьогодні, в умовах глобалізації економіки, збільшення обсягів виробництва та підвищення конкурентоспроможності на підприємствах легкої промисловості, можливе через покращення якості продукції, значне розширення асортименту товару, використання успішної реклами тощо. Саме такі зміни будуть приваблювати чим більше споживачів, що дозволить збільшити обсяги виробництва. До основних напрямків забезпечення конкурентоспроможності підприємств легкої промисловості можна віднести:

- 1) відповідну якість продукції, яка повинна мати сертифікат відповідності системи якості міжнародному стандарту ISO 9001;
- 2) вигідне географічне положення підприємства (густонаселені райони, школи, заклади дошкільної освіти тощо);
- 3) наявність унікальних природних та рекреаційних ресурсів (наприклад, льоноволокно, волокно коноплі, натурального шовку);
- 4) висока культура ведення своєї господарської діяльності, відповідність традиціям, компетентність та навички персоналу;
- 5) ріст економічного благополуччя та підприємницька активність населення (зростання доходу, мода на індивідуальні швейні вироби з вишивкою, менталітет українців);
- 6) високий рівень людського розвитку, що передбачає попит на високоякісну продукцію;
- 7) розгалужена транспортна та телекомунікаційна мережа, що дозволяє виготовленій продукції швидко потрапити до споживачів;
- 8) низький рівень забруднення довкілля, дотримання норм і нормативів міжнародної екологічної політики;
- 9) структура випуску продукції, розширення і адаптація продукції до вимог споживачів;
- 10) зростання уваги до безпечності продукції легкої промисловості, що вимагає посилення контролю на етапі вибору постачальника сировини та матеріалів, використання якісної техніки та новітньої технології, приймання лише бездефектних товарів до реалізації, добросовісного інформування покупців, використання фірмових упаковок, чесна і достатня інформація про виготовлену продукцію, після продажне обслуговування тощо;
- 11) підвищена увага до здоров'я, популяризація здорового способу життя вимагає наявності в асортименті товарів спортивного та оздоровчого призначення, із натуральних складових, що не шкодять здоров'ю людини.

Щодо організаційних заходів підвищення конкурентоспроможності підприємства, то можна виділити такі:

- забезпечення важливості та першочерговості продукції;
- гнучку зміну якості продукції та її технічних параметрів у чіткій відповідності до вимог споживачів;
- виявлення конкурентних переваг продукції у порівнянні із аналогічними замінниками;
- виявлення недоліків тієї продукції, що її випускають конкуренти;
- вивчення заходів конкуруючих підприємств з удосконалення аналогічної продукції;
- виявлення та дослідження умов використання цінових факторів підвищення конкурентоспроможності продукції;
- нові пріоритетні ринки чи ринкові ніші використання продукції;
- диференціація продукції, що забезпечує відносно стійкі переваги споживачів, які віддаються певним видам взаємозамінних товарів;
- безпосередній вплив на споживачів, шляхом деякого обмеження надходження на ринок нових товарів, проведення успішних рекламних заходів, надання продукції з відтермінуванням сплати тощо;
- розроблення та впровадження технічних регламентів та стандартів технологічних процесів у легкій промисловості, що адаптованих як до нашого підприємства, так і до міжнародних вимог;
- створення повної та точної інформаційної бази даних про найбільш конкурентоспроможні об'єкти інвестування у легкій промисловості.

Подальшими напрямками досліджень можуть бути опрацювання методики розробки цільових програм на рівні держави, галузі та підприємства; розробка загального переліку показників для аналізу ефективності функціонування підприємства як органічної частини легкої промисловості,

та показників результативності цільових програм як механізму державної підтримки галузі, а також дослідження механізмів цілевстановлення та цілереалізації для балансування інтересів суспільства, підприємств та держави [4].

***Список використаних джерел:***

1. Прохорова В.В., Чобіток В.І. Управління потенціалом конкурентоспроможності підприємств на засадах контролінгу: монографія / В.В. Прохорова. Харків: НТМТ, 2012. – С. 231–247.
2. Яцковий Д. Сучасні методики оцінки конкурентоспроможності підприємства. Вісник соціально-економічних досліджень. 2013. Вип. 4 (51). С. 183–188.
3. Драган О.І. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теоретичні аспекти: монографія / О.І. Драган. Київ: ДАКККіМ, 2006. – 160
4. Дикань В.Л., Зубенко В.О., Токмакова І.В., Маковоз О.В, Шраменко О.В. Стратегічне управління: навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератур, 2013. – 272 с.