



РОЗРОБКА ТА ЕФЕКТИВНЕ ЗАСТОСУВАННЯ ПРИНЦИПІВ ТА МЕТОДІВ УПРАВЛІННЯ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Веремчук Іван

*здобувач третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти,
Приватного вищого навчального закладу
«Міжнародний економіко-гуманітарний університет
імені академіка Степана Дем'янчука»
м. Рівне, Україна*

У сучасних умовах ринкової економіки підвищення конкурентоспроможності підприємств стає одним із головних завдань для успішного функціонування та розвитку бізнесу. Глобалізація, швидкі зміни технологій та інтенсивна конкуренція зумовлюють необхідність постійного вдосконалення управлінських процесів. Саме ефективне застосування принципів та методів управління стає ключовим чинником забезпечення довгострокової стійкості та конкурентних переваг підприємства.

Метою нашого дослідження є аналіз принципів та методів управління, які сприяють підвищенню конкурентоспроможності підприємств, а також розборка рекомендацій щодо їх ефективного застосування.

Питанням управління конкурентоспроможністю підприємства присвятили свої дослідження чимало науковців. Серед них варто відзначити роботи таких дослідників, як М.М. Галелюк [1], Т.Б. Харченко [2], О.Є. Кузьмін [3], Л.В. Балабанова [4] та Г.С. Бондаренко [5]. У своїх працях вони намагалися якнайточніше визначити поняття управління конкурентоспроможністю, а також розробити методологічні підходи для оцінки його рівня на конкретних підприємствах.

Для підприємства, які здатні швидко адаптуватися до змін, впроваджуючи інноваційні методи управління, мають більше шансів досягти успіху в умовах жорсткої конкуренції. Важливою умовою підвищення конкурентоспроможності є впровадження таких управлінських практик, що дозволяють оптимізувати використання ресурсів, підвищити продуктивність і покращити якість продукції або послуг.

Принципи управління, такі як стратегічне планування, управління змінами, ефективне використання ресурсів та орієнтація на результат, допомагають підприємствам формувати стратегії, спрямовані на зміцнення їх позицій на ринку. Методи управління, що включають інноваційні підходи до організації бізнес-процесів, дозволяють оптимізувати діяльність підприємства та підвищити його ефективність.

Таким чином, дослідження ефективного застосування принципів і методів управління є надзвичайно актуальним для підприємств, що прагнуть підвищити свою конкурентоспроможність і зайняти стійкі позиції на ринку. Успішне управління є основою для досягнення стратегічних цілей і довгострокового розвитку.

Підвищення конкурентоспроможності підприємства важливо виявити, обґрунтувати та класифікувати чинники та резерви, що визначають її рівень. Залежно від ступеня впливу підприємства на ці чинники, їх можна поділити на зовнішні та внутрішні. До зовнішніх чинників належать умови інвестування в галузі, регіоні чи країні, тенденції технічного розвитку, рівень конкуренції, забезпеченість ресурсами тощо. Внутрішніми чинниками є впровадження нової техніки, прогресивних технологій, дієвих економічних стимулів, підвищення кваліфікації працівників, формування конкурентних відносин серед персоналу тощо. Ці фактори можна регулювати на рівні підприємства, окремого підрозділу, колективу чи робочого місця [1].

До організаційних заходів, що підвищують рівень конкурентоспроможності підприємства, відзначаються [3]:

- забезпечення оптимальності продукції;
- міну якості виробу і його технічних параметрів з вимогами до запиту споживача та його конкретних запитів;
- виявлення переваг товару разом із заміниками; виявлення недоліків товарів-аналогів, які випускають конкуренти;
- заходи вивчення конкурентів з удосконалення аналогічних товарів; виявлення й використання цінових факторів підвищення конкурентоспроможності продукції;
- нові сфери використання продукції;
- диференціація продукції, що забезпечує стійкі переваги споживачів, які віддаються певним видом взаємозамінних товарів.

Узагальнення шляхів підвищення конкурентоспроможності підприємства та збільшення його частки на найбільший ринок дає можливість реалізовувати такі, які часто використовують: виведення на ринок нового виду продукції; зниження ціни на продукцію або послугу; широке використання рекламних заходів; реальна товарізація через більшу кількість торгових представників.

Основними шляхами підвищення конкурентоспроможності є виведення на ринок нових продуктів, зниження вартості продукції чи послуг, активне застосування рекламних заходів, розширення мережі торгових представників і впровадження інновацій. Керівництво підприємства має постійно відстежувати зміни в умовах ринку і своєчасно здійснювати відповідні корективи в стратегії виробництва та реалізації продукції.



Отже, для успішного розвитку та утримання конкурентних позицій підприємству необхідно бути гнучким у своїй діяльності, реагувати на зміни на ринку та активно використовувати різноманітні механізми підвищення конкурентоспроможності.

ЛІТЕРАТУРА

1. Галелюк М. М. Система управління конкурентоспроможністю машинобудування підприємства. *Вісник економічної науки України*. 2008. № 2. С. 20-21.
2. Харченко Т. Б. Забезпечення конкурентоспроможності підприємств як засіб ринкового реформування економіки. *АПЕ*. 2003. № 2. С. 70-73.
3. Кузьмін О. Є. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства: [навч. посіб. для студ. спец. «Міжнародна економіка»] / О.Є. Кузьмін, Н.І. Горбаль. – Львів: Компакт-ЛВ, 2005. – 304 с.
4. Балабанова Л.В. Управление конкурентоспособностью предприятий на основе маркетинга : [монография] / Л.В. Балабанова, А.В. Кривенко. – Донецк: ДонГУЭТ им. М. Туган-Барановского, 2004. — 147 с.
5. Бондаренко Г.С. Управление конкурентоспроможністю автотранспортного підприємства: автореф. дис. канд. економ. наук : спец. 08.06.02 «Підприємництво, менеджмент та маркетинг» / Г.С. Бондаренко. – Харків, 2001. – 19 с.