

## **УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА НА ЗОВНІШНІХ РИНКАХ**

Мишустіна О. В.

Науковий керівник – викл. каф. «Менеджменту зовнішньоекономічної та інноваційної діяльності», Мамонтенко Н.С.

На сьогоднішній день розвиток сучасних українських підприємств нерозривно пов'язаний зі збільшенням обсягів їх діяльності на міжнародних ринках та якісними змінами характеру господарювання. При роботі на міжнародному рівні підприємство стикається з деякими проблемами - умови господарювання на міжнародних ринках із точки зору різноманіття форм, методів і сили конкурентної боротьби, кількості чинників, які впливають на результати діяльності підприємства, є значно складнішими, ніж на внутрішньому ринку. Тому задля кращої роботи на підприємстві необхідно створювати новий механізм управління міжнародною конкурентоспроможністю.

Управління конкурентоспроможністю підприємства на зовнішніх ринках передбачає застосування певного комплексу заходів, спрямованих на протистояння різноманітним факторам впливу та подолання негативних наслідків конкуренції з метою досягнення бажаного рівня конкурентоспроможності на міжнародному ринку.

Заходи, щодо підвищення конкурентних позицій, можна розділити на дві групи: внутрішні та зовнішні. Внутрішні заходи підприємства можуть розробити та впровадити самостійно, використовуючи лише власні ресурси. Це може бути: фінансування наукових досліджень в достатньому обсязі, модернізація та заміна зношеного обладнання, проведення заходів, необхідних для впровадження системи якості „ISO 2001”, розробка механізму швидкого реагування на будь-які звернення замовників, проведення агресивної політики

збуту в розвинених країнах та ін. Зовнішні заходи без допомоги уряду або міжнародних організацій здійснити неможливо. Вони пов'язані з діями українського уряду як в міжнародних стосунках, так і у внутрішніх економічних відносинах.

Створення необхідних умов для досягнення конкурентоспроможності підприємства можна забезпечити з огляду на фактори, які прямо або опосередковано впливають на діяльність підприємства на світовій арені. Слід належним чином вирішувати проблеми, які пов'язані безпосередньо з випуском продукції та подальшим оновленням асортименту, прагнути до вищих стандартів якості, проводити безупинний моніторинг ринку, та, найголовніше, реалізувати стратегії підприємства, що дозволять стабільно працювати і конкурувати з іншими підприємствами на зовнішніх ринках.