

НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Раткіна В.Р.,

здобувач вищої освіти академічної групи Ф 3/1

Миколаївський національний аграрний університет

В сучасних умовах конкуренція є необхідним інструментом механізму забезпечення ринкових відносин. Кожне підприємство під впливом конкурентів повинно своєчасно адаптуватись до умов внутрішнього та зовнішнього середовища.

Конкурентоспроможності підприємств можна пов'язати з такими властивостями: здатність підприємства випускати конкурентоспроможні послуги, продукцію; задовольняти потреби споживачів, краще ніж конкуренти. Тому під конкурентоспроможністю підприємств слід розуміти спроможність суб'єкта краще забезпечувати пропозицію товарів чи послуг, у порівнянні з конкурентами, за рахунок надання товарам чи послугам диференційованих властивостей за умов дотримання стандартів якості.

Багато вчених пов'язують конкурентоспроможність підприємств з ефективністю діяльності суб'єктів ринку. Так, В.О. Коваленко та Ю.В. Літвінова вказували, що суть конкурентоспроможності підприємств полягає в її здатності ефективно управляти власними та залученими ресурсами на конкурентному ринку [1, 3]. Однак не лише завдяки ефективному управлінню, а й за допомогою незалежних об'єктивних факторів можна забезпечити високий рівень конкурентоспроможності.

Як правило, конкурентоспроможним називається те підприємство, яке має здатність залишатися прибутковим довгий час в умовах ринкової економіки.

На рівень конкурентоспроможності підприємства впливають такі чинники:

- науково-технічний прогрес;
- якість менеджменту;
- стратегія підприємства;
- інноваційний потенціал;
- наявність як матеріальних, так і фінансових ресурсів;
- наявність трудових ресурсів;
- кількість основних конкурентів;
- частка ринку.

Також крім зазначених вище чинників, конкурентоспроможність підприємств залежить від наявності у підприємства двох конкурентних переваг (табл. 1).

Таблиця 1. Конкурентні переваги підприємств

Види	Характеристика
Переваги у витратах	Випускати товар або послугу з невеликими витратами, щоб у порівнянні з конкурентами ціна за товар або послугу була нижчою.

Переваги у маркетингу	Здатність підприємства забезпечувати покупця більшою цінністю у формі нової якості товару, його особливих споживчих властивостей або післяпродажного обслуговування, що дає можливість встановлювати більш високі ціни.
-----------------------	---

Джерело: сформовано автором на основі матеріалів [1]

Якщо підприємство буде орієнтуватися на споживачів та виробляти високоякісну оригінальну продукцію, це допоможе йому підвищити свою конкурентоспроможність і зайняти вигідну конкурентну позицію навіть у світовій економічній системі [2].

Для того, щоб запропонувати шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємства, необхідно добре уявляти зовнішнє середовище, у якому працює підприємство, його чинники та мати чітке уявлення про внутрішнє середовище [2].

Основними методами розв'язання проблем, пов'язаних із підвищенням конкурентоспроможності підприємств, є: поглиблене вивчення потреб споживачів і аналіз конкурентів; рекламна політика; створення нової високоякісної продукції; модернізація обладнання; загальне зниження витрат; вдосконалення обслуговування у процесі купівлі та післяпродажного сервісу; поліпшення якості управління; удосконалення зв'язків із зовнішнім середовищем; удосконалення організації інноваційної діяльності; впровадження нових технологій; поліпшення організації та технічного рівня виробництва; розвиток логістики; розвиток тактичного та проведення стратегічного маркетингу [3].

Отже, для підвищення конкурентоспроможності підприємства, необхідно розробити злагоджену систему заходів, яка буде спрямована на забезпечення якості продукції та послуг.

Подальшого дослідження потребують питання забезпечення конкурентних переваг підприємств у ринковому середовищі, зважаючи на складні обставини, спричинені пандемією Covid-19.

Література:

1. Коваленко В.О. Розробка заходів з підвищення конкурентоспроможності підприємства в сучасних умовах. *Економіка підприємства*. 2013. №2. С. 15-18.
2. Шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємства та продукції. URL: <http://surl.li/omfs> (дата останнього доступу: 05.03.2021 р.).
3. Літвінова Ю. О. Проблеми забезпечення конкурентоспроможності підприємства в сучасних умовах. *Управління розвитком*. 2012. № 9. С. 35-37.

***Науковий керівник – Мікуляк К. А.,
асистент кафедри,
Миколаївський національний аграрний університет,
м. Миколаїв***