

УДК339.13

Микитчин В. ст.гр. БК – 51

*Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя*

## **ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА**

Науковий керівник: к.е.н., доц. Краузе О.І.

З переходом економіки України до ринкових відносин термін «конкурентоспроможність» став головним у визначенні рейтингу підприємства та ефективності його діяльності.

Конкурентоспроможність продукції визначається сукупністю тих її властивостей, які становлять інтерес для споживача, забезпечують задоволення його потреб і визначають спроможність продукції бути проданою на конкретному ринку у максимально можливому обсязі.

Конкурентоспроможність продукції є визначальною складовою успіху суб'єкта господарювання на ринку і формує кінцеві результати його діяльності.

До чинників, що забезпечують конкурентоспроможність продукції належать: продукт (відображає рівень якості продукції, її стиль, унікальність, зручність у використанні тощо); ціна (відображає рівень ціни порівняно з іншими конкурентами); канали збуту (характеризує форми збуту, стан ринку, систему транспортування та складування); реалізація (відображає ефективність діяльності маркетингових служб, дієвість реклами, використання систем просування товару на ринок тощо); рівень кадрового потенціалу та управлінських структур (відображає кваліфікаційний рівень персоналу підприємства, ефективність використання кадрового потенціалу, прогресивність управлінської структури та її мобільність тощо).

У сучасних умовах господарювання для підвищення конкурентоспроможності продукції вітчизняних підприємств, на наш погляд, необхідним є:

✓ переорієнтація на інноваційний шлях розвитку економіки України та створення належних умов для збереження та використання вітчизняного науково-технічного потенціалу;

✓ формування і реалізація державних, галузевих, регіональних і місцевих інноваційних програм, спрямованих на підвищення конкурентоспроможності продукції підприємств;

✓ здійснення структурних зрушень у господарському комплексі регіонів на основі запровадження інвестиційно-інноваційної моделі з урахуванням особливостей потенціалу кожного з них;

✓ створення відповідного бізнес-середовища й реалізація корпоративної стратегії національних підприємств, яка передбачає оновлення старої та впровадження нової матеріально-технічної бази та прогресивних технологій виробництва;

✓ сприяння залученню додаткових інвестицій, в тому числі іноземних, для модернізації виробництва та підвищення конкурентоспроможності продукції;

✓ забезпечення взаємодії науки, освіти, виробництва, фінансово-кредитної сфери у розвитку інноваційної діяльності;

✓ забезпечення значного підвищення кваліфікації ланки управління та рівня маркетингових досліджень, відповідного рівня кваліфікації науково-технічного та виробничого персоналу.