

УДК 621. 326

Шегда Г. – ст. гр. БКмп- 52

*Тернопільський державний технічний університет імені Івана Пулюя*

## **УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА**

Науковий керівник: к.е.н., доц. Бурліцька О.П.

Реально сформована практика економічного життя показує, що ринок і конкуренція взаємозалежні. Конкуренція або конкурентне суперництво підприємств однієї галузі - головний механізм розвитку сучасної економіки, більш потужний і дійовий, ніж будь-який інший чинник її руху.

У реальності конкуренція будується на основі складної формули, де використовуються переваги й особливості різноманітних типів господарчих одиниць. Ця формула являє собою синтез наступних характеристик: сили, гнучкості, пристосованості до особливих сегментів ринку, переваги першовідкривачів. Конкурентоздатність властива всім елементам економічної системи. У економічній теорії поняття конкурентоздатність підрозділяють на декілька рівнів, кожен із яких взаємопов'язаний. До таких рівнів конкурентоздатності відносять: продукції, підприємства, галузі, держави. Поняття конкурентоспроможності характеризує властивість об'єкта задовольнити певну конкретну потребу і порівняти з аналогічними об'єктами, які подані на даному ринку. Конкурентоспроможність можна розглядати стосовно найрізноманітніших об'єктів: проектно-конструкторської документації, технології виробництва продукції, окремого проекту, окремої фірми (підприємства, організації), галузі, регіону, країни в цілому.

Підтримка високої конкурентоспроможності означає, що всі ресурси підприємства використовуються настільки продуктивно, що воно опиняється більш прибутковим, чим його головні конкуренти. Це одночасно передбачає, що підприємство займає стабільне місце на ринку товарів та послуг, та його продукція користується постійним попитом. Однак в житті цей стан не являється незмінним. Тому керівництво підприємства повинно вміти відслідковувати зміни, що відбуваються в умовах господарювання, і проводити відповідні перетворення в політиці ведення виробництва та реалізації товарів. Такими перетвореннями можуть бути: зміна товарної політики, впровадження нових технологій, диверсифікація виробництва, зміна організаційно-правового статусу підприємства, модернізація форм збуту продукції, вихід на нові ринки, створення спільних виробництв і т. д.

Визначивши середовище, в якому воно буде працювати, підприємству необхідно перейти до установаження своєї ролі, положення на ринку. Тут важливо виходити із максималізації тих можливостей підприємства, які відрізняють його від конкурентів. До форм та методів максимізації внутрішніх можливостей основи проведення технологічної політики, направленої, по-перше, на постійне внесення підприємства необхідно перш за все віднести гнучке їх використання на "ноу-хау" в технологію виробництва та образ своєї продукції, що дозволяє підприємству стати лідером у випуску даної продукції, по-друге, на забезпечення високої якості, по-третє, на поставку продукції в срок. Прагнучи до гнучкого використання своїх внутрішніх можливостей, підприємство повинно забезпечити собі технологічну та економічну ефективність не нижче галузевої. Іншими словами, воно повинно найти спосіб оптимального поєднання бажаної технологічної та економічної ефективності, щоб забезпечити найкращі технологічні та економічні умови пропозиції.