

УДК 339.138

Свіжінська О. - ст. гр. БК-53

*Тернопільський державний технічний університет імені Івана Пулюя*

## **КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ТОВАРУ ЯК ЗАПОРУКА ЕФЕКТИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ РИНКУ**

Науковий керівник: старший викладач Піняк І. Л.

Одна з найважливіших задач розвитку підприємства і країни в цілому, нерозривно пов'язана з ефективністю виробництва, забезпечення випуску необхідної кількості сучасних виробів та покращення якості, досягнення конкурентоспроможності продукції на ринку.

Поняття конкурентоспроможності інтерпретується і аналізується в залежності від економічного об'єкту який розглядається. Безумовно, критерії, характеристики і фактори динаміки конкурентоспроможності на рівні товару, фірми, корпорації, галузі, національного господарства, або нації мають свою специфіку. Аналіз конкурентоспроможності може бути проведений для кожного з рівнів, в залежності від цілей дослідження.

Конкурентоздатність товару – вирішальний фактор його комерційного успіху на розвинутому конкурентному ринку. Це багатоаспектне поняття, що означає відповідність товару умовам ринку, конкретним вимогам споживачів не тільки по своїм якісним, технічним, економічним, естетичним характеристикам, але і по комерційних і інших умовах його реалізації (ціна, терміни постачання, канали збуту, сервіс, реклама). Більш того, важливою складовою частиною конкурентоздатності товару є рівень витрат споживача за час експлуатації.

В практиці проведення оцінки конкурентоспроможності, в основному, аналізуються технічні параметри (наприклад показники потужності, вантажопідйомність, надійність і тип), менше уваги приділяється економічним показникам таким як ціна, витрати виробництва, вартість споживання, ефективність експорту, тощо. За однією з існуючих методик рівень конкурентоспроможності товару визначається як співвідношення продажної ціни експортного товару до "еталонної ціни", або середньозваженої ціни аналогічного товару, який користується найбільшим попитом на даному ринку.

Результати оцінки конкурентоздатності використовуються для вироблення висновку про неї, а також - для вибору шляхів оптимального підвищення конкурентоздатності продукції для рішення ринкових задач. Виходячи з оцінки існуючої і перспективної конкурентоздатності товару приймається рішення про подальшу виробничо-збутову політику: чи продовжувати виробництво даного товару і його збут; чи провести модернізацію для перетворення товару в товар ринкової новизни; чи зняти його з виробництва і приступити до випуску нового товару.

У той же час існують визначені шляхи підвищення конкурентоздатності товарів, пов'язані з економічними критеріями: зменшення торгових надбавок на товари і зниження тарифів на послуги за рахунок використання внутрішніх резервів, економії витрат на процеси обслуговування без зниження рівня їх якості, що дозволить установити більш низькі ціни при реалізації товарів і наданні послуг.

Обмеження активного впливу на підвищення конкурентоздатності товарів і послуг вимагає обґрунтованого добору і застосування методів забезпечення конкурентоздатності, які необхідно розглядати як найбільш ефективні шляхи підвищення конкурентоздатності.