

УДК 139.13

**Обуд Ліля**

**Obud Lilya**

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

*Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя*

**ОСНОВНІ НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ  
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА  
MAIN DIRECTIONS OF ENHANCEMENT OF COMPETITIVENESS  
OF THE ENTERPRISE**

У наш час здатність будь-якого вітчизняного підприємства бути конкурентоспроможним на світовому ринку є досить актуальним питанням, оскільки іноземні підприємства, що все більше виходять на український ринок, є технологічно сильнішими та конкурентоспроможнішими. За цих умов необхідно визначити шляхи підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств з метою їх інвестиційної привабливості та можливості конкурування з іноземними фірмами.

Підвищення конкурентоспроможності підприємства досягається орієнтацією підприємства на споживача, поліпшення якості продукції, впровадження інноваційної політики, якіснішого використання ресурсів, зокрема людських, поліпшення умов роботи і деяких інших чинників. Конкурентоспроможність в ринковій економіці є основним чинником комерційного успіху підприємства.

Українські компанії отримали право виходити на світовий ринок після ліквідації державної монополії на зовнішньоекономічну діяльність, але просування українських товарів на зарубіжні ринки відбувається нелегко.

Серед напрямів підвищення конкурентоспроможності української

продукції науковці виокремлюють наступні:

По-перше, так як регулювання імпорتنих тарифів з метою забезпечення конкурентоспроможності продукції певних галузей є малоефективним, основним механізмом має стати регулювання цін на продукцію та послуги природних монополій – газ, електроенергію, залізничні, трубопровідні, морські перевезення.

По-друге, дієвим способом впливу на конкурентоспроможність продукції є зміцнення курсу гривні з боку Національного банку України. Так, найвищого значення індексу конкурентоспроможності продукції та економічної свободи досягає країна, що обрала фіксований валютний курс (зона євро).

По-третє, виконання основних вимог збутової логістики. Високоякісна пропозиція певних послуг збутової логістики розглядається споживачем як особлива послуга, яку вони готові оплатити. Тобто, за допомогою таких високоякісних послуг підприємство може досягти переваг у конкурентній боротьбі з приводу власної продукції.

По-четверте, самі підприємства повинні чітко визначити стратегію підвищення конкурентоспроможності власної продукції.

Отже, підвищення конкурентоспроможності підприємства досягається орієнтацією підприємства на споживача, поліпшення якості продукції, поліпшення умов роботи і деяких інших чинників. Конкурентоспроможність в ринковій економіці є основним чинником комерційного успіху підприємства.

Кінцева мета фірми – перемога в конкурентному суперництві. Перемога не разова, не випадкова, а як закономірний підсумок постійних і грамотних зусиль. Досягається вона чи ні, – залежить від конкурентоспроможності товарів і послуг фірми, тобто від того, наскільки вони кращі порівняно з аналогами – продукцією і послугами інших фірм.