

УДК 339.13

Мельничук Олена

Melnychuk Olena

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

**ФАКТОРИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ
ПІДПРИЄМСТВА**

**FACTORS FOR PROVIDING COMPETITIVENESS OF THE
ENTERPRISE**

Конкурентоспроможність виявляється лише в умовах конкуренції, виступає не лише рушійною силою але й формою боротьби між суб'єктами господарювання. Це означає, що підприємство не може сконцентрувати усі свої зусилля лише на одному з конкурентних чинників – вони враховуються разом, з урахуванням взаємної залежності та часу.

Згідно з визначенням Європейського форуму з проблем управління, конкурентоспроможність підприємства відображає реальну та потенційну здатність підприємства розробляти, виробляти та збувати з досить високим прибутком в умовах, в яких йому доводиться функціонувати, товари та послуги, які за своїми характеристиками більш привабливі для покупців, ніж товари та послуги конкурентів [2, с. 142].

Конкурентоспроможність підприємства – це можливість виробляти й реалізовувати всю свою продукцію легко, дешево, якісно. Збувати її в достатній кількості, при високому економічному рівні обслуговування.

На конкурентоспроможність підприємства мають вплив такі чинники: кон'юнктура ринку, фінансова стійкість, рівень впровадження інновацій, кваліфікація та мотивація персоналу, технічна оснащеність, рівень конкуренції з боку інших учасників ринку.

Для забезпечення конкурентоспроможності підприємство безперервно вживає різні заходи для створення та утримання конкурентних переваг. До

головних конкурентних переваг відносять наступні: чудова якість продукції (тобто унікальність продукції); зниження витрат на виробництво; введення прогресивних технологій та новітнього устаткування; високий рівень кваліфікації персоналу, гарно сформований імідж підприємства тощо [1, с. 89].

Отже, метою підвищення конкурентоспроможності підприємства є забезпечення життєздатності та сталого функціонування підприємства за будь-яких економічних, політичних, соціальних та інших змін у його зовнішньому середовищі. Підприємство повино забезпечувати себе певними відмінностями. Це надає підприємству можливостей обійти всіх конкурентів та довгий час зберігати лідируючі позиції на ринку.

Інтенсивність зростання конкурентоспроможності підприємства забезпечується за рахунок залучення нових покупців, можливостей споживання товарів по новому, гнучкої цінової політики, розвитку збутової політики, розвитку сервісних послуг, залучення споживачів підприємств – конкурентів, розвиток ефективного маркетингу, підвищення рентабельних ринкових сегментів та освоєння нових.

Перелік посилань:

- 1) Краузе, О. І. Конкурентоспроможність як інструмент гармонійного розвитку вітчизняних підприємств /О. І. Краузе /Матеріали II міжнародної науково-практичної конференції «Управлінські аспекти підвищення національної конкурентоспроможності». Сімферополь-Ялта. – 2008. – 17-19 жовтня. – С. 88-90.
- 2) Мостенська, Т. Л. Основи маркетингу: Навчальний посібник /Т. Л. Мостецька. – К.: «Політехнік», 2004. – 240 с.