

УДК 338.13

Лендирук П. - ст. гр. ОВ-308

Технічний коледж Тернопільського державного технічного університету імені Івана Пулюя

ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Науковий керівник: Семчишин Є.В.

Однією з актуальних проблем вітчизняної економіки є управління конкурентоздатністю продукції підприємства. Її вирішення визначає можливості щодо створення міцних позицій не лише на внутрішньому, але й на зовнішньому ринках. Розвиток ринкових відносин в Україні неможливий без ефективного та стабільного зростання економіки та виробництва конкурентоспроможної продукції, що відображає не лише ефективність діяльності окремого підприємства, але й в цілому економіки країни. За умов зростання конкурентної боротьби конкурентні переваги підприємства формуються з урахуванням потреб та вимог споживачів, задовольнити які можна шляхом виготовлення конкурентоспроможної продукції. Саме конкурентоспроможність продукції значною мірою визначає конкурентну позицію виробника, адже збільшення її рівня зумовлює зростання кількості споживачів виробленої продукції.

Конкурентоспроможність підприємства водночас залежить від конкурентоспроможності продукції (товарів, робіт, послуг) і комплексу економічних умов їхнього виробництва та збуту.

Конкурентоспроможність продукції визначають на основі ціни споживання, що складається з ціни товару та витрат, пов'язаних з його експлуатацією порівняно з конкурентами. Різниця у витратах конкурентів може бути викликана:

- різницею у цінах на енергію, сировину, обладнання, інвентар та інші товари, куплені у постачальників;
- різницею у витратах на транспортування товару;
- різницею у витратах на маркетинг, рекламу, продаж продукції;
- різницею витрат на впровадження науково-технологічних розробок, утримання існуючого обладнання.

Для забезпечення високої якості продукції у процесі конкурентної боротьби підприємство має застосовувати певну систему показників, що дасть змогу ефективно визначити і контролювати рівень якості продукції (кількісна характеристика міри придатності продукції для задоволення потреб споживача). При цьому, система показників якості продукції враховує безліч ознак, такі як: призначення товару; економічні, екологічні, ергономічні, естетичні, надійність, довговічність, безпеку використання. Для кожного підприємства система таких показників різна, проте доцільно:

- підвищити ступінь відповідності продукції її функціональному призначенню;
- розробити систему заходів і дій, що підтверджують відповідність фактичних характеристик продукції вимогам міжнародних чи регіональних стандартів; запобігають реалізації продукції, небезпечної для життя, здоров'я та майна споживачів; сприяють компетентному вибору продукції споживачем

Таким чином, при формуванні конкурентоспроможності підприємств необхідно спиратися на достовірну оцінку її реального рівня, а для підвищення конкурентоспроможності продукції підприємств - розробити нові методологічні підходи.