

УДК 139.13

**Є. Семчишин, Ю. Яворська**

(Технічний коледж Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя)

## **УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПРОДУКЦІЇ**

Актуальність підвищення якості та забезпечення конкурентоспроможності сягає свого апогею через приєднання України до Світової організації торгівлі, що покращує економічні перспективи країни. Але одночасно це збільшує конкурентний тиск на ринку. Саме тому важливим аспектом є визначення спроможності конкурувати на ринку товарів і послуг в Україні.

Більшість авторів зазначають, що конкурентоспроможність дуже динамічна економічна категорія, на визначення та оцінку якої впливає ряд факторів. Управління ж конкурентоспроможністю продукції на сьогоднішній день займає чи не центральне місце у загальній системі

Сучасне підприємство змушене працювати в умовах жорсткої конкуренції, ринкової ситуації й економічного середовища, що постійно змінюються. Саме для того, щоб вижити в таких умовах, необхідний план маркетингу. Проблема цього процесу полягає в тому, що більшість продавців не використовують повну інформацію маркетингових досліджень за рахунок чого втрачають свої конкурентні позиції на ринку.

В умовах ринкової економіки будь-яка більш-менш масштабна підприємницька діяльність пов'язана з господарським ризиком. Значна частина підприємців банкрутує через те, що не мають достатніх знань і навичок господарювання. Як свідчать дослідження причин банкрутств малих фірм США, 98% невдач у бізнесі пояснюються незадовільним управлінням (45%-некомпетентність, 20%-низький професіоналізм, 18%-брак управлінського досвіду, 9%-відсутність досвіду роботи на виробництві, 3%-невиконання взятих на себе зобов'язань, 2%-шахрайство, 1%-стихийне лихо і лише 2%-причинами, що не залежать від якості управління фірмою).

З цих причин українським підприємствам слід акцентувати увагу на тому, що необхідно виробляти продукцію, яка буде конкурентоспроможною на зарубіжних ринках. У період глобалізації це є також запорукою втримання позиції на внутрішньому ринку і умовою ефективного входження у світовий економічний простір.

Для створення рентабельного плану перш за все необхідно проаналізувати поточну ситуацію щодо існування товару на ринку.

Дослідження доцільно проводити за такими напрямками:

- вивчення стратегії конкурентів, їх товарної та цінової політики;
- аналізування системи знижок для покупців;
- вивчення несприятливих для конкурента ринкових ситуацій;
- планування рівня безпеки товару у конкурентів;
- планування нововведень конкурентами.

Отже, закон конкуренції змушує кожного виробника підвищувати конкурентоспроможність свого товару, знижувати витрати, тому шляхи удосконалення управління конкурентоспроможністю товару слід шукати в окремих конкурентних перевагах його характеристик. А це є результатом ефективного управління процесом розробки, реалізації та використання даної продукції.