

УДК 621.321

Цапик Н. – ст. гр. БКмпз-61

*Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя*

## **КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ТОВАРУ ЯК ВИРІШАЛЬНИЙ ЧИННИК КОМЕРЦІЙНОГО УСПІХУ ПІДПРИЄМСТВА НА РИНКУ**

Науковий керівник: к.е.н., професор Федорович Р. В.

Конкурентоспроможність товару є головною умовою конкурентоспроможності фірми на ринку і важливою основою прибутковості її діяльності. Конкурентоспроможність товару – це сукупність характеристик, що відрізняють його від товарів-аналогів за ступенем задоволення конкретних потреб індивідуального споживача, а також за рівнем витрат на його купівлю та подальше використання.

Для визначення конкурентоспроможності товару керуються певними принципами її оцінки, дотримання яких дозволяє підвищити точність оцінки, врахувати інтереси ринкових суб'єктів, уніфікувати порядок дій, що складають зміст процедури оцінки.

За великої кількості факторів конкурентоспроможності товару на ринку, пріоритетну роль відіграють наступні:

1) корисність для потенційного покупця (споживча вартість або здатність задовольнити вимоги, що пред'являються до даного типа і виду товару з боку споживача);

2) ціна товару (при рівній корисності покупець віддасть перевагу дешевшому товару, але може придбати і дорожчий товар, якщо він виявиться для нього кориснішим);

3) інноваційність продукції (введення важливої для покупця новизни у товар, що робить його оригінальним (ексклюзивним)).

Також слід зазначити, що на практиці для оцінки конкурентоспроможності товару найчастіше використовують наступні методи: матричний метод, графічний та аналітичний методи.

Процес оцінки рівня конкурентоспроможності товару умовно може бути розбитий на три стадії: 1. Вибір товарів-аналогів. 2. Формування номенклатури критеріїв конкурентоспроможності. 3. Визначення рівня конкурентоспроможності товару.

Успішна діяльність компанії повинна забезпечуватись виробництвом продукції або послуг, які: відповідають чітко визначеним вимогам, сфері застосування або призначення; задовольняють вимоги споживачів; відповідають застосовуваним стандартам і технічним умовам; відповідають діючому законодавству; пропонуються споживачу по конкурентоздатним цінам; обумовлюють отримання прибутку.

Таким чином, для досягнення поставлених цілей компанія повинна організувати свою діяльність так, щоб тримати під контролем всі технічні, адміністративні і людські фактори, які впливають на кількість продукції і послуг, які виробляються. Управління в компанії повинно бути орієнтоване на виявлення, скорочення, ліквідацію та попередження випуску продукції незадовільної якості.

Отже, основною умовою забезпечення конкурентоспроможності продукції, а відповідно і самого підприємства є висока якість виготовлюваної продукції. А це можливо лише при наявності високоякісної сировини, новітніх технологій, висококваліфікованих працівників, нового і прогресивного обладнання.