

27. ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В РИНКОВИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Ю.І. Омельчук

Національний університет харчових технологій

Сучасний стан господарювання підприємств характеризується постійними змінами у зовнішньому середовищі, мінливістю купівельної спроможності населення, підвищенням невизначеності, ризику.

Головним фактором успіху функціонування сучасних підприємств є забезпечення їх конкурентоспроможності. Конкурентоспроможність підприємства залежить від можливості адаптуватися до умов ринку, займати провідні позиції в різних ринкових сегментах.

Конкурентоспроможність визначає активне використання потенціалу підприємства, його здатності випередити конкурентів як в даний час, так і в майбутньому. Конкурентоспроможність не являється постійною характеристикою підприємства, тобто зі змінами у зовнішньому та внутрішньому середовищах змінюються порівняльні конкурентні переваги щодо інших підприємств. Можна вважати, що конкурентоспроможність підприємства – це поняття відносне, оскільки його можна визначити лише порівнявши окремі характеристики підприємства з характеристиками інших підприємств[1].

Забезпечення конкурентоспроможності підприємства відбувається постійно і виявляється у прагненні підприємств-конкурентів покращувати власне становище на ринку, сформувати достатній обсяг ресурсного потенціалу, що є гарантом своєчасності розрахунків з усіма ланками

фінансової системи держави. Тому доцільно розуміти якими є основні принципи конкурентоспроможності[2].

Конкурентоспроможність повинна відповідати таким принципам і положенням [3]:

- конкурентоспроможність підприємства формується на основі впровадження нововведень, покращань та змін;
- конкурентоспроможність підприємства має постійно підтримуватися безперервним удосконаленням;
- конкурентоспроможність підприємства забезпечується різними методологічними підходами і характеризується різноманітними способами досягнення;
- конкурентоспроможність підприємства забезпечується завдяки наявності конкурентних переваг, які формують конкурентоспроможність продукції;
- дослідження конкурентоспроможності підприємства передбачає ретельний розгляд усіх складових елементів, факторів внутрішнього і зовнішнього середовища діяльності підприємства;
- конкурентна перевага, що забезпечує конкурентоспроможність підприємства, може формуватися в різних підрозділах діяльності підприємства: менеджменті, логістиці, фінансах, маркетингу, і реалізуватися за допомогою різноманітних методичних підходів.

Необхідність підвищення конкурентоспроможності змушує підприємства не зупинятися на досягнутому, а шукати шляхи вдосконалення якості продукції та розширення асортименту.

Підвищення конкурентоспроможності підприємства необхідно розглядати як довгостроковий послідовний процес пошуку й реалізації управлінських рішень у всіх сферах його діяльності, здійснюваний планомірно, відповідно до обраної стратегії довгострокового розвитку, з урахуванням змін у зовнішньому оточенні та стану засобів самого підприємства, і внесенням відповідних коректив [2].

До організаційних заходів, що підвищують рівень конкурентоспроможності підприємства, відносять [4]:

- забезпечення пріоритетності продукції;
- зміну якості виробу і його технічних параметрів з метою обліку вимог споживача та його конкретних запитів;
- виявлення переваг товару порівняно із замінниками;
- виявлення недоліків товарів-аналогів, які випускають конкуренти;
- вивчення заходів конкурентів з удосконалення аналогічних товарів;

- виявлення й використання цінових факторів підвищення
- конкурентоспроможності продукції;
- нові пріоритетні сфери використання продукції;
- диференціація продукції, що забезпечує відносно стійкі переваги

Узагальнюючи можна сказати, що забезпечення рівня високої конкурентоспроможності полягає у раціональному використанні всіх наявних видів ресурсів, вмінні виготовляти якісну продукцію, що користується попитом у споживачів. Керівництво підприємства повинно вміти простежувати зміни, що відбуваються в ринкових умовах господарювання, і впроваджувати різноманітні заходи щодо адаптації до нових умов з метою його подальшого розвитку та покращення показників ефективності діяльності.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Дікань В.Л. Управління конкурентоспроможністю підприємств / В.Л. Дікань, В.І. Савчук. – К. : Вид-во "Знання", 2013. – 207 с.
2. Должанський І.З. Конкурентоспроможність підприємства : навчальний посібник / І.З. Должанський, Т.О. Загорна. – К. : Центр навчальної літератури, 2010. – 384 с.
3. Кобиляцький Л.С. Управління конкурентоспроможністю / Л.С. Кобиляцький. – 2012. – 302 с.
4. Харченко Т.Б. Забезпечення конкурентоспроможності підприємств як засіб ринкового реформування економіки / Т.Б. Харченко. – 2011. – № 2. – С. 70-73.