

Управління конкурентоспроможністю продукції підприємства

Ольга Процан, Олена Кутас

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Сьогодні управління конкурентоспроможністю продукції відіграє важливу роль в системі управління підприємством. Конкурентоспроможність – запорука ринкового успіху продукції та її виробника, тому вирішення проблеми конкурентоспроможності – найскладніше завдання в діяльності будь-якого підприємства, що вимагає погодженої, цілеспрямованої роботи всіх підрозділів.

Матеріали і методи. У роботі використано результати досліджень провідних вітчизняних і зарубіжних вчених. Для досягнення результатів було застосовано систему специфічних та загальнонаукових методів дослідження.

Результати. Найкращим та найперспективнішим шляхом підвищення якості продукції та забезпечення належного рівня її конкурентоспроможності є управління ними. Управління якістю та конкурентоспроможністю – один з найважливіших напрямів загального управління підприємством [1].

Далеко не всі українські підприємства готові до ведення конкурентної боротьби. Навіть маючи конкурентоспроможну продукцію, деякі з них не можуть реалізувати цю перевагу через відсутність практики використання всього комплексу маркетингу (гнучкої асортиментної і цінової політики, відповідної організації каналів розподілу, ефективних методів стимулювання продажів тощо). Кожному підприємству важливо правильно оцінити ситуацію на ринку, щоб запропонувати ефективні засоби конкуренції, які відповідали б цій ситуації і особливостям конкретного виробництва. Найскладніше – це визначення шляхів досягнення конкурентних переваг продукції і розробка на цій основі заходів щодо посилення конкурентної позиції підприємства.

Отже, системний підхід в управлінні конкурентоспроможністю реалізується за допомогою ефективно побудованої системи управління конкурентними перевагами. Система буде ефективною, коли найповніше враховуватиме всі стадії життєвого циклу продукту і процеси: маркетинг і вивчення ринку; проектування й розроблення продукції; закупівлі; контроль; упаковку і складування; збут і продаж; технічну допомогу й обслуговування; утилізацію чи вторинне перероблення продукції після закінчення терміну її використання.

Складність управління конкурентоспроможністю полягає в тому, що немає достатньої кількості теоретичних і практичних методик досягнення та підтримання позицій конкурентоспроможності підприємства та його продукції [2]. Важливою проблемою є і кількісна оцінка рівня конкурентоспроможності товару.

Висновки. Управління конкурентоспроможністю продукції підприємства – це цілеспрямований вплив на фактори, умови, джерела конкурентоспроможності з метою досягнення конкурентних переваг. Управління повинне бути орієнтоване на результат – конкурентне положення продукції на ринку.

Література

1. Закревська Л. М. Концепція сучасного управління конкурентоспроможністю продукції підприємства [Електронний ресурс] / Л. М. Закревська. – Режим доступу: <http://enuftir.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/13166/1/21a.pdf>.

2. Степанкова А.А. Система управління конкурентоспроможністю продукції підприємства [Електронний ресурс] / А.А. Степанкова, О.П. Кавтиш // Актуальні проблеми економіки та управління: збірник наукових праць молодих вчених. – 2012. – Вип. 6. – Режим доступу: <http://ela.kpi.ua/handle/123456789/12341>.