

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА

Соломко Ю.А.здобувач

*Керівник: Лелека О.О, асистент кафедри маркетингу
Національного університету харчових технологій (Київ)*

На сьогодні конкуренція є важливим компонентом в ринковій економіці. Конкуренція виникає тоді, коли учасники ринку є абсолютно незалежними економічними елементами, які визначаються лише наявними ринковими умовами та бажанням перевершити своїх конкурентів.

Проблема підвищення конкурентоспроможності підприємств не є новизною, але, тим не менш, дуже актуальна, оскільки торкається практично всіх сфер життя країни.

Конкурентоспроможність підприємства повинна гарантуватися такими стандартами, як висока ефективність виробництва, яка реалізується сучасним обладнанням, технологіями, кваліфікованою робочою силою та здатністю завойовувати та займати позиції на ринку протягом тривалого часу, що гарантується використанням принципів маркетингового управління [1].

Для підвищення конкурентоспроможності підприємства, доцільно виділити, обґрунтувати та відсортувати фактори та резерви, що характеризують її рівень. Залежно від ступеня підпорядкованості компанії сукупність факторів можна поділити на зовнішні та внутрішні [2]. Під зовнішніми факторами розглядають сукупність елементів господарювання, економічних, соціальних і природних умов та інших навколишніх передумов і факторів, що функціонують у всебічному довіллі та здійснюють враження на діяльність підприємства.

Оцінювання впливу чинників зовнішнього середовища на конкурентоспроможність підприємства реалізується у широковідомому порядку. Після утвердження місії й цілей підприємства здійснюється аналізований етап: оцінка змін, що мають вплив на різні погляди здатності підприємства; формулювання чинників, що несуть загрозу для конкурентоспроможності підприємства; дослідження дій конкурентів; визначення компонентів, що уособлюють більше перспектив для здобутку рішучих цілей підприємства.

Внутрішні фактори – це ті фактори, над якими компанія має контроль. До них відносяться:

1. Функції управління компанією та апарат управління (наприклад організаційно-виробнича структура управління, професійно-кваліфікаційний рівень персоналу тощо).

2. Система технічного устаткування. Модернізування обладнання та технологій, іншими словами заміна їх на більш передові, гарантує підвищення конкурентоспроможності компанії, посилює внутрішню стійкість виробництва.

3. Сировина, матеріали і напівфабрикати. Якість сировини, повнота переробки та кількість відходів мають значний вплив на конкурентоспроможність підприємства.

4. Збут продукції, його обсяг та затрати на здійснення. Цей фактор має значний вплив на конкурентоспроможність підприємства. Компанія прагне досягти ефективного збуту шляхом реалізації продукції, яка користується попитом на ринку, заохочення зростання об'ємів реалізації, розширення ринків збуту. [1].

Таким чином можна зробити висновок, що конкурентоспроможність підприємства – це вміння застосовувати внутрішні ресурси підприємства, утворюючи та розвиваючи привілеї конкурентів згідно з обставинами макро- і мікросередовища.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Кадирус І.Г. Конкурентоспроможність підприємства та фактори, що на неї впливають. *Ефективна економіка №5*. Дніпропетровськ. 2014. URL: <http://surl.li/tmxs> (дата звернення: 14.04.2023)

2. Малик О.В., Хачатрян А.А. Шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємства в ринкових умовах господарювання. Хмельницьк. 84-85 с. URL: <http://surl.li/gjesu> (дата звернення: 14.04.2023)