

# ОСНОВНІ НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТНОСПОСОБНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Луцька В.В.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. Гіржева О.М.

Харківський національний технічний університет сільського господарства  
імені Петра Василенка

(61050, Харків, Московський проспект, 45, каф. Підприємництва, торгівлі та біржової діяльності), E-mail: olgagirzheva@ukr.net

У ринковій економіці, ступінь конкурентоспроможності продукції є одним з найважливіших факторів, що визначають результати функціонування будь-якого підприємства. Підвищення конкурентоспроможності забезпечує успіх підприємства виробника на сучасному ринку.

Конкурентоспроможність - комплекс споживчих і вартісних характеристик товару, вигідно відрізняються від аналогічних товарів інших вітчизняних і зарубіжних виробників, і тому визначають його перевагу для споживача. Конкурентоспроможність можна визначити, як здатність товару задовольняти потреби краще, ніж товари-конкуренти і за ступенем відповідності конкретної потреби, і за затратами на їх задоволення. Бути конкурентоспроможним для підприємства означає функціонувати на ринку, отримувати прибуток, виконувати фіскально-соціальну функцію перед державою.

Успіх конкретного товару на ринку означає перевагу покупця, віддане підприємству-виробнику цього товару в умовах широкої пропозиції аналогічних товарів конкурентами (іншими виробниками).

В умовах ринку кожен покупець завжди набуває той товар, який в більшій мірі задовольняє його потреби. Сукупність покупців, які віддали перевагу товару конкретного виробника, є об'єктивною оцінкою (характеристикою) задоволення суспільної потреби цим товаром в порівнянні з іншими виробниками. Таким чином, конкурентоспроможність товару характеризує і конкурентоспроможність підприємства-виробника.

Основними напрямками підвищення конкурентоспроможності продукції і підприємства є: - стимулювання попиту; - зниження витрат на виробництво і реалізацію продукції; - підвищення і підтримання високого рівня якості продукції, що випускається; - створення безвідходних виробництв з глибокої і комплексної переробкою молока; - встановлення прийнятних цін; - збільшення асортиментного набору продукції, що випускається; - добре відрегульоване ресурсне забезпечення; - використання інноваційних підходів; - безперервні маркетингові дослідження; - модифікація товару.

Отже, оскільки конкурентоспроможність висловлює результат взаємодії всіх внутрішніх елементів підприємства (виробничих, економічних, науково-технічних) і зовнішніх відносин між промисловими підприємствами, тому для кардинального поліпшення результатів діяльності слід виходити за рамки свого бізнесу, використовуючи принципово нові управлінські рішення і стратегічні альтернативи.