

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ЯК ЗАПОРУКА СТРАТЕГІЧНОГО УСПІХУ ПІДПРИЄМСТВА

Високий рівень турбулентності ринкового середовища спонукає підприємства до побудови конкурентних переваг на засадах управління їх конкурентоспроможністю, оскільки традиційні управлінські інструменти не забезпечують бажаного ринкового успіху і конкурентного захисту. Зростання актуальності теоретичного обґрунтування і методичного забезпечення технологій управління конкурентоспроможністю підприємств зумовлюється також процесами трансформації конвергентного розвитку суб'єктів ринку в дискретний, що потребує додаткових досліджень хаотичного розвитку та самоорганізації систем [1].

В умовах ринкової економіки визначення і оцінка механізмів забезпечення конкурентоспроможності продукції є дуже важливою складовою подальшого розвитку підприємства.

Однією з найважливіших проблем розвитку підприємств і країни в цілому є забезпечення ефективності виробництва, випуску необхідної кількості продукції, покращення якості та досягнення конкурентоспроможності продукції на ринку. В умовах зменшення попиту на товар або послуги найбільших труднощів зазнають виробники продукції, яка є неякісною.

Причинами низької конкурентоспроможності продукції є неспроможність вітчизняних підприємств задовольняти інтереси споживача у повній мірі, а також відстоювати та розширювати частку ринку, просувати товари. Кількісна оцінка рівня конкурентоспроможності товару і управління нею є досить трудомістким процесом, що складається із взаємопов'язаних складових і від якого залежить конкурентоспроможність всього підприємства. Таким чином, це є проблемою яка потребує негайного вирішення.

Загострення конкурентної боротьби, а саме за збут своєї продукції, за місце на ринку, поміж підприємствами-виробниками змушує шукати виробників, нові засоби впливу на рішення споживачів. Одним з таких засобів є виробництво товарів підвищеного рівня якості.

Аналізуючи досвід вітчизняних та зарубіжних підприємств, можна сказати, що якість, безперечно, є однією з найважливіших складових конкурентоспроможності, але також, можливості реалізації продукції, крім якості, визначаються значним числом складових і умов, більшість з яких розповсюджується не тільки на товар, але і на підприємство, фірму і навіть країну. Тому підприємства обов'язково мають визначати всі фактори які

впливають на конкурентоспроможність продукції. Щоб продукція була конкурентоспроможною на ринку їй необхідно надати особливі властивості відмінні від аналогічної продукції конкурентів.

Під конкурентоспроможністю продукції зазвичай розуміють сукупність властивостей, що відбиває міру задоволення конкретної потреби проти репрезентованої на ринку аналогічної продукції. Вона визначає здатність витримувати конкуренцію на ринку, тобто мати якісь вагомі переваги над виробами інших товаровиробників.

Конкурентоспроможність продукції залежить від низки чинників, що впливають на пріоритетність вибору і визначають обсяг їх реалізації на певному ринку: техніко-економічних чинників, комерційних чинників, нормативно-правових чинників.

Успішність функціонування будь-якого підприємства залежить від рівня конкурентоспроможності продукції, що пропонується нею споживачам.

Для визначення рівня конкурентоспроможності продукції на практиці застосовуються різноманітні методи. Вибір конкретного методу визначення конкурентоспроможності залежить від специфіки продукту, обсягів доступної інформації, терміновості отримання результатів оцінки, аудиторії, на яку вони розраховані, ресурсних обмежень тощо.

Отже, управління конкурентоспроможністю продукції має забезпечити максимальне використання можливостей виробництва й орієнтацію його на задоволення наявних і потенціальних вимог споживача.

Список використаних джерел

1. Демків І.О. Концептуальні положення моделі управління гнучкістю підприємства / І.О. Демків, Н.П. Тарнавська // Бізнес-інформ.– Науковий журнал. – 2017. – № 2. С. 307-317.

Віктор МАСЛЕЙ

Тернопільський національний економічний університет,
м. Тернопіль

(науковий керівник: к.е.н., доцент, доцент кафедри
менеджменту та публічного управління Круп'як Л.Б.)

ПРОБЛЕМИ ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ПЕРСОНАЛУ ПІДРОЗДІЛІВ ДЕРЖАВНОЇ СЛУЖБИ УКРАЇНИ З НАДЗВИЧАЙНИХ СИТУАЦІЙ В СИСТЕМІ СУЧАСНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

Досвід країн з ефективною ринковою економікою переконливо показує, що найбільш стійка база конкурентоспроможності ґрунтується на високій кваліфікації персоналу, його мотивації і бажанні вирішення проблем. Проведення в життя стратегій накопичування і збереження людського капіталу спонукає працівників підтримувати, удосконалювати і модифікувати свої знання, навички й уміння протягом усієї трудової