

Клименко Р.В., Ковалік О.А.

## **Підходи щодо підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств**

Сучасні умови розвитку економіки потребують від вітчизняних підприємств, для їх утримання на ринку, підвищення конкурентоспроможності. Тому визначення підходів до підвищення конкурентоспроможності підприємств є актуальним. Ціллю роботи – є визначення підходів щодо підвищення конкурентоспроможності.

Згідно Закону України «Про захист економічної конкуренції», «економічна конкуренція – це змагання між суб'єктами господарювання з метою здобуття завдяки власним досягненням переваг над іншими суб'єктами господарювання, внаслідок чого споживачі, суб'єкти господарювання мають можливість вибирати між кількома продавцями, покупцями, а окремий суб'єкт господарювання не може визначати умови обороту товарів на ринку”.

Конкурентоспроможність підприємства - це його властивість, що характеризується ступенем реального або потенційного задоволення ним конкретній потреби в порівнянні з аналогічними об'єктами, представленими на даному ринку та здатність витримувати конкуренцію.

У зарубіжній економічній літературі конкурентоспроможність розділяють по її методах впливу на конкурентів:

- цінову (конкуренція на основі ціни)
- нецінову (конкуренція на основі якості продукції)

Застосовуючи цінову конкуренцію слід приділяти увагу ціноутворенню, розрахунку верхньої та нижньої межі ціни. Для підвищення конкурентоспроможності необхідно організувати роботу контролерів на підприємстві, які стежитимуть за ціноутворенням в умовах жорсткої ринкової конкуренції та за асортиментом.

Застосовуючи нецінову конкуренцію від підприємства потребується збільшити кількість клієнтської бази, що на пряму відіб'ється на конкурентах в умовах насиченого ринку. Досвід показує, що при комплексному підході до проблем стимулювання збуту вдається значно збільшити кількість продажів, тим самим збільшуючи конкурентоспроможність товару. Для невеликих підприємств, що розвиваються, розширити асортимент пов'язано з низкою труднощів, одними з яких є високі транспортні витрати, пов'язані з виходом на нові ринки збуту, тому необхідно зосередити наявні ресурси на підвищення якості виробленої продукції.

Закордонний досвід в організації бізнесу полягає у використанні підприємствами сучасних автоматизованих систем збору, обробки, аналізу інформації і ухвалення на її основі управлінських рішень. В результаті практично кожне управлінське рішення ухвалюється якісно, швидко і оперативно, що веде зрештою до скорочення витрат, підвищенню прибутку і рентабельності продажів, а тим самим сприяла підвищенню конкурентоспроможності.

В даний час ринок інформаційних продуктів в області управління підприємством пропонує велику кількість різноманітних програм, які можуть

забезпечити ефективне виконання більшості функцій і оптимізацію основних бізнес-процесів, що позитивно впливає на діяльності вітчизняних підприємств.

Досягненню потрібного ефекту від впровадження як цінових і нецінових програм, так і автоматизованої системи управління сприяє оптимальна структура управління в компанії, що дозволить чітко організувати роботу всього персоналу компанії, від якого залежить, як виробництво якісної продукції так і її реалізація

Згідно із сучасними ідеями в сфері забезпечення конкуренції підприємств необхідно проводити регулярний моніторинг, як зовнішнього середовища, так і внутрішнього, що забезпечують конкурентоспроможність. Зведення такого моніторингу дозволить компанії реагувати швидко на зміну зовнішнього середовища і отримувати або стримувати конкурентні переваги.

Таким чином для підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств, поряд з впровадженням цінових і нецінових методів, використанням автоматизованих систем управління і оптимізацією структури управління і основних бізнес-процесів.

#### *Література:*

1. Фатхутдинов, Раїс Ахметовіч. Управління конкурентоспроможністю організації: навчальна допомога / Р. А. Фатхутдінов. - М. : Ексмо, 2004. - 544с.
2. В. В. Царев Оцінка конкурентоспроможності підприємств / А. А. Кантаровіч, В. У. Черниш.: Маркет ДС, 2008 р.
3. Оцінка конкурентоспроможності сучасного промислового підприємства / Сомова О.С., Сумець о.М., Пеліхов Є.Ф. / Навчально-практичний посібник, 2-і видання, перероб. та доповн., - К.: "Відавничий дім "Професіонал", 2009. - 280с.
4. Закон України «Про захист економічної конкуренції» від 23 лютого 2006 року № 3486-IV (із змінами і доповненнями, внесеними Законами України)

Манько С.О.

## **Формування програми збуту продукції ЗАТ «Одесавинпром» на зовнішньому ринку з використанням конкурентних переваг**

Враховуючи теоретичне положення про те, що щорічний обсяг експорту відображає динаміку рівня міжнародної конкурентоспроможності продукції, винятково важливим з практичної точки зору є не тільки оцінка та моніторинг динаміки даного рівня, а й можливість оперативного та ефективного прогнозування обсягу експорту, визначення фінансових важелів, що на нього впливають. Розв'язання цієї проблеми дозволить ефективно управляти рівнем міжнародної конкурентоспроможності продукції на зовнішніх ринках, що в свою чергу буде мати об'єктивно позитивний вплив на щорічні обсяги експорту продукції.