

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПРОДУКЦІЇ

НТУ «Дніпровська політехніка»

Панібог Д.Ю.

Науковий керівник: к.е.н., доцент кафедри менеджменту Богач К.С.

Конкурентоспроможність продукції – це наявність у продукції таких переваг, які для споживача в момент вибору мають більшу цінність, ніж у аналогічної продукції інших виробників. Тобто, це максимальна задоволеність потреб споживачів та відповідність вимогам обраного ринку.

Поняття «конкурентоспроможність продукції» має багато визначень, які можна віднести до таких груп: індивідуальні риси та особливості продукції, ринкові переваги та рівень задоволення потреб споживача, прибутковість виробника. Зальною рисою у всіх визначень є прояв конкурентоспроможності продукції у період її реалізації на ринку.

Отже, споживач, на момент купівлі товару, усвідомлює ступінь відповідності товару своїм потребам, що, у результаті, визначає конкурентоспроможність продукції, оскільки корисність обраного товару вище, ніж в аналогічних продуктах виробників-конкурентів.

У складі управління конкурентоспроможністю продукції наявні мета, об'єкт та суб'єкт.

Метою управління конкурентоспроможністю продукції є виробництво товару, що має конкурентні переваги перед іншими виробниками аналогічної продукції на ринку, які дають можливість підприємству отримати високий прибуток.

Об'єктом управління конкурентоспроможністю продукції є показник її конкурентоспроможності, який здатний забезпечити належне задоволення запитів та потреб споживачів.

Суб'єктами управління конкурентоспроможністю продукції є власники організації, які виробляють та реалізують продукцію на ринку, державні органи влади, які впливають на конкурентоспроможність продукції за допомогою законодавчих актів, постанов та інших важелів.

Якісне управління процесами виробництва на різних етапах дає можливість виготовляти конкурентоспроможну продукцію. Існують системний та процесний підходи управління конкурентоспроможністю продукції.

Системний підхід є ефективною організованою системою управління за рахунок взаємозв'язку складових діяльності підприємства, спрямованої на підтримку конкурентоспроможності.

Причинами впровадження системного підходу в управлінні конкурентоспроможністю є :

- 1) виконується на різних рівнях управління;
- 2) на кожному рівні управління конкурентоспроможністю забезпечується різним об'єктам;
- 3) включає різні види діяльності;

4) виконується на різних життєвих циклах товару.

У свою чергу, процесний підхід в управлінні конкурентоспроможністю продукції – це процес виконання основних управлінських функцій, а саме встановлення цілі підприємства, планування, організації, мотивації та контролю його діяльності, а також розробки та створення конкурентних переваг виробленої продукції.

Отже, дія закону конкуренції об'єктивно змушує кожного виробника підвищувати якість товару та знижувати затрати на його створення та використання.

Перелік посилань:

1. Вашків О.П., Собко О.М., Смерека С.Б. Управління конкурентоспроможністю продукції : навч. посіб. Тернопіль : ЗУНУ, 2021. 272 с.