

Шуляк Б.С. студент гр. 076-20з-1

Науковий керівник: Касьяненко Л.В., к.е.н., доцент кафедри прикладної економіки, підприємства та публічного управління

(Національний технічний університет «Дніпровська Політехніка», м.Дніпро, Україна)

Удосконалення напрямків підвищення конкурентоспроможності підприємства

Конкурентоспроможність будь-якого підприємства – завжди один з найважливіших факторів його перебування на ринку; він характеризує можливість підприємства підлаштуватися під ринок, його умови, зайняти на ньому провідне місце та утримувати його якнайдовше.

Сьогодні ринок характеризується різноманітними елементами в своїй діяльності, однак є купа факторів, які впливають на нього диктуючи свої умови, серед яких і непередбачувані умови зі сторони самого клієнта, що вже свідчить про посилення конкурентної боротьби, приріст кількості конкурентів і зменшення кількості часу на запровадження нових, інноваційних рішень. Саме конкурентоспроможність вимагає від підприємств та інших суб'єктів ринку постійного стеження за діями власних суперників.

Щодо питання покращення шляхів підвищення конкурентоспроможності підприємств, то йому приділялась увага та зараз воно також є предметом дискусій вчених та дослідників, оскільки ринок змінюється постійно, і зважаючи на це все щобуло актуально вчора, може змінитися вже сьогодні. Серед основних вчених, праці яких слід зазначити стосовно даного питання, це робота М.М.Галелюка [1], О.Є. Кузьміна [2], Бондаренко Г.С [3], М.В. Партер [4]. У працях дослідники намагалися максимально виокремити та конкретизувати поняття напрямки конкурентоспроможності та що до них відносить, а також розробити підходи до визначення рівня самої конкурентоспроможності на конкретних підприємствах.

Але перш ніж розкрити головне завдання, варто визначитись з поняттям – що являє собою конкурентоспроможність та як вона виражається. М. Партера, у своїй праці говорить, що «конкурентоспроможність - це здатність певного об'єкта або суб'єкта перевершити суперників у одній і тій же роботі, що ви виконуєте» [2, с. 18].

На думку Бакланова конкуренція - це найважливіший етап в процесі розвитку та існування підприємства, на якому він мусить вивести свої показники, серед яких яких і знання персоналу, і технологія виробництва, і планування стратегії розвитку і тп, на такий високий рівень аби кінцевою точкою стала монополія [1, с. 29].

Підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства слід розглядати не як звичайний крок для успіху, а як довгу кропітку роботу, яка включатиме постійних пошук рішень, що дозволяли б підприємству залишатись на плаву і не зменшувати, а навпаки збільшувати свої прибутки [2, с.45].

До таких рішень, відносять [2, с.47]:

- забезпечення пріоритетності продукції;
- виявлення переваг власного товару або товару конкурента в порівнянні зі своїм;
- звернення уваги на діяльність конкурента та переймання його цінових або маркетингових елементів, для урівноваження ситуації або зміцнення власного положення на ринку;
- аналіз товарів або послуг суперника, навчання на його помилках або ж успіхах;
- визначення більш прибуткових сфер реалізації товарів і послуг;
- перероблення параметрів власної продукції для задоволень вимог споживача;
- робота з більш широкою сферою клієнтів постійне розширення такої сфери;

Підводячи підсумки, можна сказати, що удосконалення напрямків підвищення конкуренції підприємств означає, що підприємство, задля утримування свого статусу та позиції на ринку, який постійно змінюється, повинно завжди витратити та впроваджувати використання таких ресурсів, які були б більш продуктивні та могли приносити більший прибуток, ніж суперники. Це дозволить підприємству зайняти впевнене місце на ринку і зробити таких аби у споживача завжди був попит на його продукцію.

До головних шляхів підвищення конкуренції підприємств можна віднести: забезпечення споживачів новими альтернативами у виборі продукції; зниження ціни; використання або ж користування послугами з надання реклами, аби охопити якнайбільшу сферу споживачів; збільшення кількості торгових точок, задля зручного користування ними споживачами та клієнтами та дуже головним пунктом є впровадження якихось інноваційних рішень, що можуть здійснити фурор на ринку.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бакланов В.Т. Система підвищення рівня конкурентоспроможності виробничих підприємств: [навч. посіб. для студ. спец. «Міжнародна економіка»] / В.Т. Бакланов. – Харків, 2002. – 86 с.
2. Партер, М. Міжнародна конкурентоспроможність; переклад з англійської; під ред. В.В. Хоська. – М.: Міжнародні відносини, 1995. – 968 с.