

УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТНИМИ ПЕРЕВАГАМИ ПІДПРИЄМСТВА

студент **Тачмурадов Б.Б.**
Сумський державний університет (Україна)

Тенденції розвитку світової економіки останніх років і, власне вітчизняної економічної системи вимагають від суб'єктів господарювання адекватних ринково обґрунтованих рішень та стратегій для успішного функціонування в жорстких сучасних умовах ведення бізнесу. Саме в таких умовах значну роль відіграє система управління конкурентоспроможністю продукції як шлях до підвищення ефективності конкурентоспроможності підприємства. Тільки конкурентна продукція може забезпечити довгострокові прибутки, шляхом вдоволення потреб споживачів на вітчизняному та закордонному ринках з поміж інших товарів. Одним із стримуючих факторів виходу вітчизняних підприємств на Європейський ринок є низька конкурентоспроможність продукції і неготовність керівництва до рішучих змін. Тому сьогодні особливо актуальним є питання управління конкурентоспроможністю продукції, яке має бути досліджене в межах осібних галузей та окремих суб'єктів господарювання.

Під управлінням конкурентоспроможністю продукції слід розуміти процес планування, забезпечення необхідного рівня і підвищення конкурентоспроможності продукції за допомогою цілеспрямованого впливу на умови і чинники, що формують конкурентоспроможність. При цьому, можна сказати, що конкурентоспроможність продукції створюється в рамках функціонування певних процесів: дослідження, розробки, виготовлення і споживання. Це свідчить про те, що управління конкурентоспроможністю продукції на різних стадіях здійснюється опосередковано через управління процесами її створення і просування.

Вважаємо, що першочерговим є управління якістю та витратами до тих пір, доки конкурентоспроможність продукції не досягне задовільного рівня. Коли ж буде досягнуто поставлених цілей слід переходити до управління конкурентними перевагами і використовувати високий рівень конкурентоспроможності як конкурентну перевагу підприємства. Схематично процес управління конкурентоспроможністю продукції представлено на рис.1.

Оцінка конкурентоспроможності продукції необхідна для обґрунтування прийнятих рішень при: комплексному вивченні ринку; оцінці перспектив продажу конкретних вітчизняних товарів для внутрішнього і зовнішнього ринків; оцінці перспектив закупівлі конкретних імпортованих і вітчизняних зразків товарів; встановленні і коригуванні цін нових товарів вітчизняного виробництва, експортних та імпортованих товарів; коригуванні цін при надходженні нової партії відомого товару; контролі якості експортних товарів; знятті товарів з експорту або їх модернізації; припинення закупівлі імпортованих товарів; підготовці інформації для реклами нових товарів вітчизняного виробництва, імпортованих товарів для експорту; оптимізації торгового асортименту; формуванні товаровиробниками політики в області якості і конкурентоспроможності; позиціонуванні продукції; прийнятті управлінських рішень щодо доцільності витрат на розробку, проектування і серій.

Системний підхід в управлінні конкурентоспроможністю продукції запропонований авторами реалізується за допомогою ефективно побудованої системи менеджменту. Сутність полягає в тому, що необхідно не тільки досліджувати конкурентоспроможність продукції, а й ефективно її підтримувати при досягненні бажаного рівня. Необхідно використовувати високий рівень конкурентоспроможності продукції як конкурентну перевагу для підвищення ефективності конкурентоспроможності підприємства і його функціонування в складних ринкових умовах. Це можливо завдяки сукупності взаємопов'язаних і взаємодіючих елементів підтримки та контролю діяльності підприємства стосовно конкурентоспроможності.

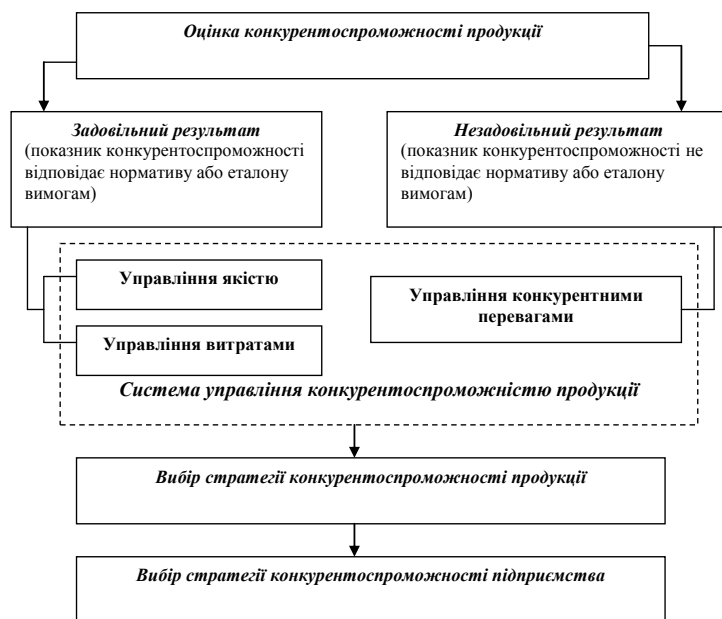


Рис. 1 Місце системи управління конкурентоспроможністю продукції

Науковий керівник: асист. **Опанасюк Ю.А.**