

## ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Важливим атрибутом ринкової економіки є конкуренція. Сам ринок, механізм його дії не може нормально існувати без розвинутих форм конкуренції. Як слушно стверджував відомий англійський економіст Ф. Хайек, «суспільства, які покладаються на конкуренцію, успішніше за інших досягають своєї мети». На території України найбільшу частку усіх підприємств складають приватні підприємства. Саме серед цих підприємств конкурентоспроможність проявляє себе в найбільшому ступені. Приватні підприємства мають більшу направленість на отримання великого прибутку. Державні підприємства в основній мірі представлені некомерційною діяльністю, тому і конкуренція не так важлива. Конкурентоспроможність підприємства залежить від наявності у підприємства певних конкурентних переваг. Існують два види конкурентних переваг:

переваги у витратах – означають здатність підприємства розробляти, випускати і продавати схожий товар, послугу з меншими витратами, а отже за нижчою ціною, порівняно з конкурентами; переваги у маркетингу – це здатність підприємства забезпечувати покупця більшою цінністю у формі нової якості товару, його особливих споживчих властивостей або післяпродажного обслуговування, що дає можливість встановлювати більш високі. Підвищення конкурентоспроможності підприємств вимагає розробки і реалізації конкурентних стратегій. На підприємстві має бути розроблена відповідна стратегія конкурентоспроможності, передбачені заходи щодо всього виробничо-господарського комплексу. Варіанти стратегії можуть відрізнятися цілями, часовими параметрами та іншими характеристиками в співвідношенні з кращими результатами, а також в кожному випадку їх головна мета - забезпечення переваг над конкурентами. Конкурентна стратегія повинна ґрунтуватися на всебічній розуміння структури туризму. Уж-якій галузі економіки (немає значення, діє вона тільки на внутрішньому ринку чи й на зовнішньому теж) – суть конкуренції виражається п'ятьма сил: загрозою появ нових конкурентів; загрозою з'явилися товарів чи послуг-замінників; здатністю постачальників

комплектуючих виробів і т.д. торгуватися; здатністю покупців торгуватися; суперництвом уже наявних конкурентів між собою. Розвиток конкурентного ринку вимагає створення умов для підвищення рівня пропозиції високоякісних товарів та послуг, а також забезпечення публічності і інформаційної відкритості ринку за цінами і якістю послуг. Це забезпечить споживачам можливість вільного вибору продукції та послуг, зробить ціну і якість предметом конкуренції. Механізм «ціна-якість» дозволить стимулювати дослідження попиту на різні категорії продукції та послуг і проводити аналіз рівня конкуренції, підвищувати якість пропонувананих товарів та послуг, знаходити оптимальний баланс між їх ціною і якістю. Все це створює умови для подальшого підвищення ефективності роботи і росту конкурентоспроможності національної економіки в цілому.