

УДК 65.011.009.12

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

ПІДПРИЄМСТВА

Димова В.В.

**Науковий керівник – доц. каф. «Менеджмент зовнішньоекономічної та
інноваційної діяльності», канд. екон. наук**

Коваленко О.М.

Конкурентоспроможність підприємства – це характеристика його життєстійкості, яка показує, що воно може створювати продукт, який перевершує інші, задовольняти запити споживачів на більш високому, ніж у суперників, рівні, протистояти їх діям, а отже, забезпечувати собі краще положення відносно них.

Конкурентоспроможність підприємства залежить від багатьох факторів: наявності певних видів ресурсів, стратегії збуту продукції, іміджу підприємства на ринку, кількості конкурентів та ін. Сучасність диктує свої умови, і вже неможливо залишатись конкурентоспроможним, застосовуючи одну стратегію, навіть якщо це приносило прибуток. Сьогодні необхідно постійно працювати над підвищенням своєї конкурентоспроможності. Для кожного підприємства шляхи підвищення будуть індивідуальні. До основних напрямів підвищення конкурентоспроможності можна віднести: стратегію ціноутворення, диверсифікацію продукції, підвищення якості продукції, завоювання нових ринкових ніш, впровадження інноваційних підходів до виробництва, удосконалення системи управління підприємством, модернізацію організаційної структури та ін.

Література:

1. Немцов В.Д, Довгань Л.Є. Стратегічний менеджмент: Навчальний посібник. – Київ, 2001. – 560 с.
2. Веснин В.Р., Кафидов В.В. Стратегическое управление: Учебное пособие. – СПб.: Питер, 2009. – 256с.: ил. – (Серия «Учебное пособие»).