

Тези доповідей 48-ої наукової конференції молодих дослідників ОНПУ-магістрантів "Сучасні інформаційні технології та телекомунікаційні мережі". // Одеса: ОНПУ, 2013, вип. 48.

КОНКУРЕНТОЗДАТНІСТЬ, ЯК ФАКТОР ФОРМУВАННЯ ПРОМИСЛОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Рябова К. І.

Науковий керівник – ст. викладач кафедри. «Менеджмент зовнішньоекономічної та інноваційної діяльності» Аверіхіна Т.В.

Термін «конкуренція» — це головний, рухомий механізм регулювання розвитку економічних процесів у різноманітних сферах діяльності держави на її різних рівнях. Пряма боротьба багатьох товаровиробників за право отримувати найбільш вигідні умови для виробництва, реалізації своєї продукції та формування різноманітних напрямів стратегій підприємства – є важливими складовими конкурентоздатності в економічних відносинах.

Завдяки саме її існуванню керівники ринкової економіки мають змогу утримувати рівновагу між попитом та пропозицією, а також забезпечувати гідні ціни на товари різних виробників. Конкурентоздатність підприємств є дзеркалом безпосередньої взаємодії між виробниками та їх здатністю задовольнити потреби споживача, завдяки виробництву певної продукції та детально сформованому й встановленому стратегічному плану, який надає певної промислової спрямованості підприємству. Конкурентоздатність виступає у ролі важливого економічного процесу, який вимагає від себе велику кількість здібностей, знань, та бажання розвинути та рухатись вперед у ринковій економіці своєї держави.