

МАРКЕТИНГОВІ РЕЗЕРВИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

*Бредун О.Є., магістрант
Науковий керівник: Багорка М.О., д.е.н., доцент
Дніпровський державний аграрно-економічний
університет*

В умовах формування ринкових відносин в Україні, що характеризуються появою підприємств різних форм власності, постійними змінами в зовнішньому середовищі, мінливістю купівельного попиту, наданням практично кожному економічному суб'єкту права виходу на зовнішній ринок, головним фактором успіху функціонування підприємств у сучасних умовах маркетингової орієнтації є забезпечення їхньої конкурентоспроможності.

На сьогодні проблеми конкурентоспроможності українських підприємств набувають специфічного характеру в період ринкової трансформації, коли значно прискорився темп зміни конкурентних умов. Висока конкурентоспроможність підприємства означає, що всі його ресурси використовуються продуктивніше, ніж конкурентами. За таких умов господарювання підприємство здатне зайняти стабільне місце на ринку товарів та послуг. Тому важливим напрямком підвищення конкурентоспроможності підприємства є формування системи управління розвитком його потенціалу.

Практика свідчить, що основними напрямками пошуку резервів підвищення ефективності діяльності підприємства є:

1) ресурсний – відображає першочергову необхідність аналізу ефективності використання наявної матеріальної бази виробництва та живої праці; при цьому потрібно враховувати рівень завантаження обладнання, структуру собівартості продукції, що виготовляється з погляду співвідношення в ній часток амортизації, матеріальних витрат, витрат на оплату праці;

2) організаційний – передбачає пошук можливостей підвищення ефективності тих процесів, що відбуваються на підприємстві; при цьому насамперед увага звертається на ефективність управління – важливої складової ефективності підприємства, а отже, значним резервом її підвищення, є організація виробничого процесу – від рівня робочого місця окремого працівника чи спеціаліста до рівня підприємства в цілому;

3) технологічний – це удосконалення технічної бази та пов'язані з цим організаційно-правові проблеми [1, с. 250].

Для пошуку невикористаних резервів конкурентоспроможності необхідно вимірювати та аналізувати показники та параметри всіх складових діяльності підприємства як орієнтирів для формування стратегії та тактики підвищення якісної поточної й довгострокової, зовнішньої й внутрішньої конкурентоспроможності.

Сукупність резервів має відчутний вплив на конкурентоспроможність підприємства, проте вона не є повною та достатньо деталізованою, оскільки, на наш погляд, не виділяються нематеріальні активи й інформація та управлінсько-організаційний потенціал як ключові фактори у системі управління конкурентоспроможністю підприємства.

Основними маркетинговими резервами вирішення проблем, пов'язаних з підвищенням конкурентоспроможності підприємства, є:

- ґрунтовне вивчення запитів споживачів і аналіз конкурентів; обґрунтована рекламна політика; створення нової продукції, послуг;

- покращення якісних характеристик продукції; модернізація обладнання; всебічне зниження витрат;

- вдосконалення обслуговування у процесі купівлі та післяпродажного сервісу; підвищення якості управління;
- удосконалення зв'язків із зовнішнім середовищем;
- упровадження (проведення) стратегічного маркетингу «виходу» і «входу» організації; удосконалення організації інноваційної діяльності; впровадження нових інформаційних технологій;
- впровадження нових фінансових і облікових технологій;
- аналіз ресурсомісткості кожного товару за стадіями його життєвого циклу і впровадження ресурсозберігаючих технологій;
- підвищення організаційно-технічного рівня виробництва; розвиток логістики; розвиток тактичного маркетингу [2, с. 127].

Обов'язково треба враховувати, що ключовими факторами підвищення конкурентоспроможності підприємства стають зниження витрат, диференціація і системна інтеграція.

Таким чином, для підвищення конкурентоспроможності підприємств необхідно розробляти і впроваджувати комплексну систему маркетингово-орієнтованих заходів, спрямованих на забезпечення якості продукції та послуг. Високий рівень конкурентоспроможності підприємства засвідчує про ефективне розпорядження власними й позиковими ресурсами в умовах конкурентного ринку.

Література:

1. Гриневецька Л.В. Резерви підвищення конкурентоспроможності підприємства / Л.В. Гриневецька // Вісник соціально-економічних досліджень. – 2015. – №38. – 248-252.
2. Ямненко Г.Є. Резерви підвищення конкурентоспроможності підприємства / Г.Є. Ямненко // Формування ринкової економіки. – 2012. – №27. – С. 125- 133.