



УДК 339.137.2

## ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Студ. О.М. Науменко, гр. МгЕП 1-16

Науковий керівник доц. З.Я. Шацька

Київський національний університет технологій та дизайну

**Мета і завдання дослідження.** Метою дослідження є науково-методичне обґрунтування вибору основних напрямків підвищення конкурентоспроможності підприємств.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити такі завдання:

1. Визначити сутність поняття «конкурентоспроможність підприємства».
2. Узагальнити шляхи підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств.

**Об'єкт і предмет дослідження.** Об'єктом дослідження є конкурентоспроможність підприємства. Предмет дослідження – теоретичні, методичні та практичні аспекти підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств.

**Методи та засоби дослідження.** У процесі дослідження використовувались періодичні видання, Інтернет-ресурси; методи індукції та дедукції, аналізу та синтезу.

**Наукова новизна отриманих результатів.** Наукова новизна отриманих результатів полягає у тому, що отримали подальшого розвитку та узагальнення шляхи підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств в сучасних умовах.

**Результати дослідження.** Зараз Україна стоїть перед вибором найбільш перспективних стратегій і напрямів економічного розвитку. В умовах жорсткої конкуренції між товаровиробниками, головне завдання підприємства полягає в знаходженні свого місця на ринку та забезпеченні високої конкурентоспроможності.

Проблема конкурентоспроможності з'являється в ринкових умовах, коли на ринок виходить кілька виробників аналогічного товару та підприємство має підвищити конкурентоспроможність свого товару, щоб закріпитися на ринку і отримати прибуток. Антипов Ю. В. вважає, що конкурентоспроможність підприємства – це комплексна характеристика суб'єкта господарювання за певний період часу в умовах конкретного ринку, що відображає перевагу перед конкурентами за низкою показників. Воронов А. А. пише, що конкурентоспроможність підприємства – це відносна характеристика, яка виражає ступінь відмінності даного підприємства від конкурентів у сфері задоволення потреб клієнтів. На мій погляд, конкурентоспроможність підприємства – це здатність витримати конкуренцію у порівнянні з аналогічними об'єктами на даному ринку. Вона показує рівень розвитку даної фірми порівняно з рівнем розвитку конкуруючих фірм по ступеню задоволення своїми товарами потреби людей і по ефективності виробничої діяльності.

Основними шляхами підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств з урахуванням особливостей сучасного ринку є:

1. Створення нових або відсутніх на ринку товарів і послуг. Із зростанням науково-технічного прогресу зростають і змінюються потреби людей. Сучасний споживач висуває нові і більш складні вимоги до товарів і послуг, які можуть бути забезпечені підприємством.

2. Конкурентоспроможність продукції підприємства. У конкурентній боротьбі приймається до уваги функціональне призначення, надійність, довговічність, зручність використання, зовнішній вигляд, упаковка, гарантія обслуговування, тобто те, що задовольнить споживача краще, ніж товар конкурента. Продукт повинен задовольняти потреби покупця в даний момент і бути привабливим порівняно з аналогічними



виробами завдяки кращій якості. Він повинен мати вигідні відмінності від товару-конкурента за витратами на його виробництво. Якість має сприяти продукції бути проданою в максимально можливому обсязі і без збитків для виробника. Іншими словами, товар буде конкурентоспроможним, якщо він перевершує аналогічні товари за ціною і якістю без збитку для виробника.

3. Відповідність продукції міжнародним стандартам якості та наявність сертифікату відповідності системи якості міжнародному стандарту ISO 9000.

4. Конкурентоспроможне виробництво, що супроводжується високою якістю продукції і низькими витратами. Використовуючи науково-технічні досягнення в сукупності з сучасною інноваційною політикою, якісно нові ідеї, технології і винаходи виробник створює кращі за якістю товари і забезпечує конкурентоспроможність свого підприємства, його довгострокову ефективність.

5. Постійний пошук нових ринків збуту, максимально можливе наближення виробника і покупця, що зменшить витрати на транспортування, а отже, і ціну товару.

6. Конкурентоспроможні фахівці є одним з найважливіших економічних ресурсів підприємства, що впливають на його прибуток, конкурентоспроможність і розвиток. На сьогоднішній день цей чинник є найслабшою ланкою в діяльності вітчизняних підприємств.

7. Поліпшення умов роботи і мотивації співробітників. Керівникам підприємств необхідно звернути увагу на мотивацію своїх співробітників, забезпечити відповідні умови праці, відпочинку, високий рівень заробітної плати. Витрати на це окупляться кращою якістю, великим обсягом виробленої продукції.

8. Управління конкурентоспроможністю підприємства. У цьому полягає робота фахівців з маркетингу. Вони повинні знайти ті параметри якості, сервісу і ціни, які зроблять товар конкурентоспроможним і запрограмують його успіх на ринку, використовуючи методи маркетингового аналізу. Підприємство, яке має перевагу в маркетингу, виробляє товари, більш орієнтовані на покупця.

9. Рівень менеджменту підприємства. За наявності потужного ресурсного потенціалу перевагу матиме те підприємство, яке використовує ефективніший менеджмент, оскільки постійний пошук нових рішень у всіх сферах діяльності підприємства є основою підвищення ефективності використання наявних ресурсів.

10. Своєчасне внесення стратегічних змін. Керівництво підприємства повинно вміти відстежувати зміни, що відбуваються в умовах господарювання, і проводити різноманітні перетворення в політиці ведення виробництва та реалізації товарів. Такими перетвореннями можуть бути: диверсифікація виробництва, вихід на нові ринки, зміна товарної політики, зміна організаційно-правового статусу підприємства, створення спільних виробництв, впровадження нових технологій, модернізація форм збуту продукції.

**Висновки.** Таким чином, підвищення конкурентоспроможності підприємства досягається шляхом орієнтації підприємства на споживача, поліпшення якості продукції, впровадження інноваційної політики, поліпшення умов праці і ряду інших факторів. Лише конкурентоспроможне підприємство здатне вижити в період становлення ринкових відносин в країні, зберегти свій товарообіг на постійному рівні або поступово нарощувати його, створення нових або відсутніх на ринку товарів і послуг. Своєчасне регулювання, підвищення конкурентоспроможності підприємства є запорукою його успішного функціонування, фінансової стійкості у майбутньому.

**Ключові слова.** Конкурентоспроможність підприємства, конкурентоспроможність продукції, шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємства.