

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ

Ковальчук С.В., магістрант кафедри економіки та організації виробництва
Національний університет кораблебудування імені адмірала Макарова
Україна, Миколаїв

***Анотація.** Розглядаються причини низької конкурентоспроможності продукції українських товаровиробників, чинники підвищення якості продукції на усіх підприємствах та шляхи підвищення конкурентоспроможності продукції.*

***Ключові слова:** конкурентоспроможність, продукція, підприємство.*

Вступна частина. Конкуренція є одним із інструментів, що регулює внутрішні економічні взаємовідносини в країні. Більшість промислових підприємств змушені вступати у протистояння за місце на ринку, керуючись лише бажанням покращити свою фінансову звітність, не беручи до уваги той факт, що саме сукупність всіх промислових потужностей підприємств складає цілісну економічну систему, яка не може існувати окремо від діяльності кожного з її учасників.

В жорсткому конкурентному середовищі вітчизняні підприємства можуть успішно діяти завдяки створенню механізму забезпечення стійкого стану на ринку. Економічну стійкість підприємств на конкурентному ринку сучасна теорія і практика поєднує з забезпеченням конкурентоспроможності.

Конкурентоспроможність характеризує властивість об'єкта задовольняти певну конкретну потребу в порівнянні з аналогічними об'єктами ринку. Її можна розглядати стосовно найрізноманітніших об'єктів: проектно-конструкторської документації, технології виробництва продукції, окремого проекту, підприємства, галузі, регіону, країни в цілому.

У вітчизняній і зарубіжній економічній літературі проблеми щодо підвищення конкурентоспроможності продукції вже достатньо висвітлені. Про це свідчать численні теоретичні дослідження таких вчених як Адам Сміт, Ізраїль Кірунер, Джеймс Мур, Фрідріх фон Хайек, Йозеф Шумпетер. Серед сучасних вчених можна виділити М. Гельвановського, М. Книша, Е. Кочетова, А. Юданова, О. Білоруса, Д. Лук'яненка, Б. Губського та ін. Більшість із них розглядають конкурентоспроможність у єдиній системі (підприємства, галузі або промисловості в цілому). При цьому той фактор, що саме конкурентоспроможність виготовлюваної продукції безпосередньо чи опосередковано визначає рівень конкурентоспроможності об'єктів більш високого рівня в наукових роботах недостатньо розкритий.

Це означає, що підвищення конкурентоспроможності продукції повинно безпосередньо ініціювати ріст рівня конкурентоспроможності підприємств, галузей, окремого сектора економіки, країни в цілому.

Основною метою результатів досліджень, викладених в даних тезах, є обґрунтування типових заходів стосовно підвищення конкурентоспроможності відповідних видів продукції.

Основна частина. Поняття конкурентоспроможності інтерпретується і аналізується в залежності від економічного об'єкту і суб'єкту, який розглядається. Найчастіше її розглядають:

1) за об'єктом - конкурентоспроможність товару – його ступінь відповідності на певний момент вимогам цільових груп споживачів або обраного ринку за найважливішими характеристиками: технічними, економічними, екологічними і т.д.

2) за суб'єктом - конкурентоспроможність фірми – рівень її компетенції відносно інших фірм-конкурентів у нагромадженні та використанні виробничого потенціалу.

Безумовно, критерії, характеристики і фактори динаміки конкурентоспроможності на рівні товару, фірми, корпорації, галузі, національного господарства або нації мають свою специфіку. Так, конкурентоспроможність продукції трактують як комплекс споживчих і вартісних характеристик, які визначають його успіх на ринку, тобто спроможність саме

даного товару бути обміненим на гроші в умовах широкої пропозиції до інших конкуруючих товаровиробників.

Серед причин низької конкурентоспроможності продукції українських товаровиробників можна виділити:

- низькі темпи науково-технічного прогресу;
- відсутність моральних і матеріальних стимулів до підвищення якості продукції і розширення її асортименту, оновленню виробничого апарату і впровадженню новітніх технологій виробництва;
- фізичний і моральний знос основних виробничих фондів і технологій, що використовуються;
- недостатня розвиненість систем широкомасштабного безперервного навчання фахівців з якості, в тому числі керівників підприємств, сучасній ідеології управління якістю;
- значні матеріальні витрати, які повинні бути передбачені в програмах розвитку галузей, зважаючи на потребу гармонізації українських стандартів, законодавчої та нормативної бази з вимогами європейських стандартів, норм і правил та невизначеність джерел їх фінансування;
- у зв'язку з впровадженням гармонізованих з європейськими і міжнародними вимогами стандартів;
- не готовність багатьох суб'єктів господарювання до об'єктивно необхідного технічного переоснащення підприємств, освоєння сучасних технологій, нового випробувального обладнання, впровадження та сертифікації систем управління якістю, що вимагає значних коштів (інвестицій, кредитів тощо) та державної підтримки в умовах нерозвиненого ринку, недостатньої внутрішньої конкуренції; - недостатнє усвідомлення товаровиробниками переваг виробництва екологічно чистих продуктів харчування;
- відсутність належних умов для формування зацікавленості суспільства, виробників до проблем навколишнього середовища та удосконалення заходів, спрямованих на його охорону через впровадження міжнародних стандартів з управління навколишнім середовищем ISO 14000.

Ці особливості викликали вкрай низьку конкурентоспроможність продукції українських підприємств і поставили задачу її підвищення в розряд першочергових життєво важливих задач.

Поняття «конкурентоспроможність» можна визначити як здатність в процесі суперництва досягати кращих результатів в якійсь діяльності, сфері функціонування. Для окремих видів продукції певного функціонального призначення існування економічного суперництва за споживачів (ринки збуту) є очевидним фактом. Для продукції має місце і конкуренція за відповідні ресурси, необхідні для виробництва і реалізації. При чому в залежності від виду необхідних ресурсів конкуренція за них може здійснюватися між різними підприємствами на відповідних ринках, так і всередині даного підприємства [7].

Зазвичай на базі одного підприємства можна здійснити випуск різних видів продукції. Тому можна стверджувати, що альтернативні види продукції конкурують за виділення для їх виробництва відповідної сировини і матеріалів, виробничих потужностей, промислово-виробничого персоналу, транспортних засобів, приміщень та інших елементів, які забезпечують нормальне здійснення процесів виробництва, збереження і збуту продукції.

За останні роки багато підприємств України досягли значних успіхів в галузі просунення своєї продукції на міжнародні ринки, підвищення її якості, але вступ до СОТ вимагає більш жорстких заходів щодо підвищення конкурентної спроможності продукції на світовому ринку.

До важливих і ефективних шляхів цілеспрямованого підвищення якості та конкурентоспроможності продукції на світовому і національному ринках небезпідставно відносять поліпшення стандартизації як головного інструменту фіксації і забезпечення заданого рівня якості. Адже саме стандарти і технічні умови відображають сучасні вимоги споживачів щодо технічного рівня та інших якісних характеристик виробів, тенденції розвитку науки і техніки.

Однак у ринкових умовах господарювання організаційні чинники підвищення якості продукції на усіх підприємствах повинні мати більш широке використання. До таких чинників необхідно відносити:

- запровадження сучасних форм і методів організації виробництва та управління ним, які уможливають ефективне застосування високоточної техніки і прогресивної (бездефектної) технології;
- удосконалення методів технічного контролю і розвиток масового самоконтролю на усіх стадіях виготовлення продукції;
- розширення прямих господарських зв'язків між продуцентами і споживачами продукції; - вивчення і запровадження позитивного досвіду, накопиченого зарубіжними і вітчизняними підприємствами у галузі проектування і виготовлення високоякісних виробів тощо.

Для підвищення якості продукції необхідно запровадити сучасний комплекс систем управління якістю, який включає в себе:

- 1) Визначення доцільності впровадження системи управління якістю та сфери її поширення.
- 2) Розробку організаційного механізму системи управління якістю.
- 3) Доведення ідеї поліпшення якості до кожного працівника підприємства та впровадження системи управління якістю.
- 4) Опрацювання та впровадження заходів управління якістю.

На даний час об'єктивні і суб'єктивні труднощі не дозволяють значній кількості підприємств скористатися перевагами цієї необхідної в Україні системи. У регіоні розташування багатьох з них відсутні місцеві сертифікаційні фірми, які б надавали рекомендації з впровадження означеної системи[6].

Висновки. Безперечно, конкурентна спроможність продукції є найсуттєвішим чинником, від якого залежить конкурентна спроможність підприємства в цілому. Тому перш за все, необхідно створити гідні умови для впровадження способів підвищення конкурентних переваг продукції вітчизняних підприємств перед вступом до СОТ. Узагальнивши, можна виділити наступні способи підвищення конкурентоспроможності продукції: зниження витрат на виробництво, собівартості та ціни; покращення технічних характеристик, параметрів надійності та дизайну; гнучка маркетингова та товарна політика; удосконалення маркетингових досліджень та реклами; проведення сертифікації продукції.

СПИСОК ВИКОРАСТИНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Про заходи щодо підвищення якості вітчизняної продукції: Указ Президента України від 23 лютого 2001р. №113/2001// rada.riev.ua.
2. Бондаренко С., Бокій В. Про механізм формування конкурентоспроможності продукції промислового підприємства // Економіст. – 2011. - № 9. – С. 58-59
3. Гарачук Ю. О. Підвищення ефективності діяльності підприємства за рахунок управління конкурентоспроможністю. Актуальні проблеми економіки. 2016. №2. 60 – 65 с.
4. Донець Л. І., Донець А.А. Базові принципи сучасної парадигми управління конкурентоспроможністю підприємства // Бюлетень Міжнародного Нобелівського економічного форуму. 2012. № 1 (5). Т. 2. 101 – 106 с.
5. Кміть В.М. Оптимізація накладних витрат у забезпеченні підвищення конкурентоспроможності продукції // Фінанси України. – 2012. - №9. – С.58-66
6. Марченко Т.Б. Методика впровадження системи управління якістю на підприємстві// Актуальні проблеми економіки. – 2005. - №12. – с.152-156.
7. Савчук С.И. Уровень конкурентоспособности и результаты конкурентной борьбы: проблемы корректного использования показателей. // Актуальні проблеми економіки. – 2017. - №6. – с.124-132
8. Сидора Т.Ю. Критерії оцінювання ефективності діяльності підприємства / Т.Ю.Сидора // Ефективна економіка. - 2012. - №7. - [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1298>

9.Хмеленко І. І. Дослідження підходів щодо управління конкурентоспроможністю підприємства // Вісник Національного технічного університету «ХПІ». 2010. № 60. [Електронний ресурс]. URL: http://www.nbuu.gov.ua/portal/natural/vcpi/TPtEV/2010_60/NTU_XPI_60_2010_9.pdf

Kovalchuk SV, Master of Economics and Production Organization

Ways to increase product competitiveness

Abstract. The reasons for the low competitiveness of Ukrainian producers' products, factors of improving the quality of production at all enterprises and ways of improving the competitiveness of products are considered.

Keywords: competitiveness, products, enterprise.

Ковальчук С.В., магістрант кафедри економіки та організації виробництва

Анотація. Розглядаються причини низької конкурентоспроможності продукції українських товаровиробників, чинники підвищення якості продукції на усіх підприємствах та шляхи підвищення конкурентоспроможності продукції.

Ключові слова: конкурентоспроможність, продукція, підприємство.