

## **НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

**Матвієнко-Біляєва Г.Л.**

*Харківський національний економічний університет  
ім. С. Кузнеця, м. Харків*

В сучасній економіці ключовим поняттям при вивченні й оцінюванні діяльності будь-якого підприємства є конкурентоспроможність. Поняття конкурентоспроможності підприємства містить у собі великий комплекс економічних характеристик, які визначають стан підприємства на ринку.

Дослідження конкурентоспроможності підприємства в умовах економічної ситуації, яка склалась в Україні, дає змогу розглядати її як комплексну характеристику потенціальних можливостей забезпечення конкурентних переваг в перспективі. Джерелами конкурентних переваг є організаційно-технологічна і соціально-економічна база підприємства, вміння аналізувати та своєчасно здійснювати заходи щодо укріплення конкурентних переваг.

Низький рівень конкурентоспроможності продукції може виникати внаслідок [1]: фізичного і морального зносу основних засобів і технологій; низьких темпів науково-технічного прогресу; відсутності матеріальних стимулів і мотивації до підвищення якості продукції та розширення її асортименту; впровадження міжнародних умов стандартів, які не підійшли багатьом підприємствам; недооцінки товаровиробників великого значення випуску екологічно чистих продуктів харчування.

Щоб конкурувати на сучасному ринку потрібно постійно вдосконалюватися. Необхідно приділяти увагу головним трьом напрямкам підвищення конкурентоспроможності продукції: технічному, організаційному та соціально-економічному [2]: використання досягнень науки та техніки в процесі проектування; технологічної дисципліни; забезпечення необхідної оснащеності виробництва; удосконалення стандартів та технічних умов, що застосовуються, сертифікація продукції; впровадження сучасних форм та методів організації та управління виробництвом; удосконалення методів контролю та самоконтролю на всіх стадіях виготовлення продукції; розширення прямих господарських зразків між виробниками та споживачами; Узагальнення та використання провідного вітчизняного та зарубіжного досвіду щодо підвищення якості та конкурентоспроможності продукції; застосування узгодженої системи прогнозування та планування необхідного рівня якості виробів; встановлення прийнятих для виробників та споживачів цін на продукцію; використання належної мотивації праці всіх категорій персоналу; всебічна активізація людського чинника та проведення кадрової політики, яка адаптована до ринкових умов господарювання.

### **Література:**

1. Альхасан А. Повышение конкурентоспособности продукции на предприятии // Молодой ученый. – 2012. – №8. – С. 69-75.
2. Тарнавська Н. П. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теорія, методологія, практика. Монографія / Н. П. Тарнавська. – Тернопіль : Економічна думка, 2008. – 570 с.