

**А.В. Артџомова**, канд. техн. наук, доц. (*НАУ ім. М.Є. Жуковського «ХАІ», Харків*)

## **ПРОБЛЕМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ ТА ШЛЯХИ ЇЇ ПІДВИЩЕННЯ**

У ринкових умовах важливим питанням є підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств, не тільки для посилення закріплення своїх позицій на вітчизняному ринку, а й для виходу на світовий ринок. В сучасних умовах продукція, яка відповідає стандартам і технічним умовам, має велике значення на шляху до підвищення рівня конкурентоспроможності підприємств. Така продукція характеризується підвищеним попитом. На даний час, кількість підприємств в Україні, які отримали міжнародні сертифікати залишається досі низькою. Якщо брати відповідності українських сертифікатів до міжнародних сертифікатів, то тільки половина відповідають.

У вітчизняній і зарубіжній літературі проблеми щодо підвищення конкурентоспроможності продукції висвітлювали такі вчені, як М. Гельваноській, Е. Кочетова, А. Юданова, В. Кардаш, Р. Фатхудинов, А. Сміт, Д. Мур, І. Кірунер, М. Портер та ін. У їхніх наукових працях розкрито багато шляхів підвищенню конкурентоспроможності підприємств, проте досі існують питання у цій сфері, що потребують дослідження. Теоретичною і методологічною основою дослідження є праці вітчизняних і зарубіжних авторів в галузі конкуренції, таких як С. Віханський, І. Орлова, Э. Райс, Д. Траут і деяких інших.

В умовах економічної свободи господарським суб'єктам для виживання потрібно дотримувати вимоги ринку: задовольняти потребу споживачів якістю товару та зменшенням ціни. Цю вимогу ринку надає прагнення суб'єктів ринкового господарства привернути увагу покупців і спонукати їх придбати товари фірми.

Управління конкурентоспроможністю продукції підприємства є важливою задачею для підприємств в умовах ринкових відносин, і тільки вихід на ринок з конкурентоздатним товаром дає можливість підприємства нормально функціонувати в умовах ринку.

Вирішення цих проблем, є головною метою на шляху до досягнення ефективного розвитку, виходу на провідні позиції на міжнародному ринку. Для досягнення необхідне наближення українського законодавства до міжнародних норм; необхідність сертифікації продукції у відповідності до стандартам якості, екологічності та безпечності, що є важливим напрямком розвитку на

міжнародному ринку, тому необхідно ввести нормативно-правові документи для регулювання процесу виробництва.

Шляхи підвищення конкурентоспроможності конкретного підприємства повинні розглядатися з урахування виду підприємства, його форми організаційної структури, сфери діяльності та інших чинників. Чинниками підвищення конкурентоспроможності підприємства з урахуванням особливостей кон'юнктури ринку. Впровадження інноваційної політики підприємства орієнтовану на виробництво нових товарів, що дає можливість конкурувати не тільки на внутрішньому ринку, а й на зовнішньому. Мета інновації лежить в створенні нових ідей і технологій щодо поліпшення продукції, способів її розподілу і виробництва. Наявність висококваліфікованих спеціалістів, адже трудові ресурси є важливою складовою конкурентоспроможності підприємства.

Щоб сьогодні створити конкурентоспроможне підприємство, треба не просто модернізувати організацію і управління, але чітко знати, для чого це робиться, яка мета має бути досягнута. Головне – уміння визначити і швидко, ефективно використовувати в конкурентній боротьбі свої переваги.

Згідно сучасних концепцій управління персоналом є важливим економічним ресурсом, який впливає на розвиток усього підприємства. Але небагато вітчизняних фірм приділяють значну увагу про поліпшення умов праці та мотивацію персоналу, мають бути забезпечені відповідні умови праці, задовільний рівень заробітної плати, кар'єрний ріст, оскільки працівники є головним чинником конкурентоспроможності будь-якого підприємства. Система управління якістю на підприємстві. На ринку дуже велика кількість товарів і послуг, що дає споживачу вибирати, і тому щоб бути конкурентоспроможним, потрібно приділяти більше уваги до якості виробленої продукції чи наданої послуги. Якщо підприємство бажає вийти на міжнародний ринок, тоді і його продукція повинна відповідати стандартам та технічним вимогам якості і мати сертифікація системи якості міжнародного стандарту ISO 9001. Також продукція повинна відповідати міжнародним стандартам безпеки продуктів. Контроль за безперервним вдосконаленням якості продукції. Зміна якості продукції і її технічних параметрів з метою задоволення потреб, підкреслення переваг товару в порівнянні із товарами аналогами на ринку, вивчення методів конкурентів по вдосконаленню якості товарів і використання переваг над конкурентами за рахунок зниження ціни на товар.