

Секція 11. ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ

НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ

Артемов О.А., гр. БА3-40м

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **О.М. Филипенко**
Харківський державний університет харчування та торгівлі

Для забезпечення конкурентоспроможності продукції необхідним є ефективне управління факторами, умовами та причинами, що визначають якість продукції, витрати виробництва й досягнення максимального споживчого ефекту.

Підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства досягається шляхом орієнтації цього підприємства на споживача: покращення якості продукції, впровадження інноваційної політики, більш якісного використання ресурсів, у тому числі людських, покращення умов роботи і ряду інших факторів.

Основними факторами, які визначають конкурентоспроможність виробів є: стратегія фірми, наявність матеріальних, трудових, фінансових ресурсів, інноваційний потенціал, доля ринку, ефективність менеджменту, технічні характеристики продукції.

Існують два основні види конкурентних переваг: більш низькі затрати – пояснюють спроможність розробки, випуску і продажу товару з меншими витратами ніж у конкурентів; диференціація товарів – це властивість товару забезпечити споживача більшою цінністю у вигляді нової властивості товару, його особливих споживчих якостей або післяпродажного сервісу, що дає змогу встановити більш високу ціну.

Для того щоб запропонувати шляхи підвищення конкурентоспроможності продукції, необхідно мати чітке уявлення про зовнішнє середовище, у якому працює підприємство, його фактори і уявлення та про внутрішнє середовище, у якому відбувається процес створення конкурентних якостей товару.

Головна задача підприємства є в тому, щоб поєднати зовнішні фактори впливу разом із внутрішніми в залежності від специфіки виробництва і стратегічно обумовлених цілей, направлених на підвищення конкурентоспроможності продукції.

Оскільки конкурентоспроможність виражає результат взаємодії всіх внутрішніх елементів системи (виробничих, економічних, науково-технічних) і зовнішніх відносин між підприємствами, тому для кардинального покращення результатів діяльності слід виходити за рамки бізнесу, використовуючи принципово нові управлінські рішення та стратегічні альтернативи.