

ПРОБЛЕМЫ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ В УСЛОВИЯХ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ

Аннотация. Рассмотрены основные направления повышения конкурентоспособности продукции промышленных предприятий.

Анотація. Розглянуто основні напрями підвищення конкурентоспроможності продукції промислових підприємств.

Annotation. The basic directions of the industrial enterprises competitiveness of production increase are considered.

Ключевые слова: конкурентоспособность продукции, рынок, предприятие, маркетинговая стратегия.

По современным представлениям экономическая мощь любого предприятия, находящегося за пределами монопольного рынка, определяется степенью конкурентоспособности его товарной продукции и услуг, которая с точки зрения маркетинга характеризуется величиной рыночной доли на соответствующем сегменте.

Актуальность данной проблемы состоит в том, что оценка уровня конкурентоспособности как комплексных систем, хозяйствующих субъектов, так и создаваемых ими товаров и услуг крайне важна в условиях динамичного развития рыночных отношений в Украине.

Значительный вклад в разработку теории управления конкурентоспособностью продукции внесли следующие отечественные и зарубежные ученые: М. Альберт, Г. Армстронг, Ф. Котлер, К. Макконелл, Г. Азоева, Е. Горбашко, П. Завьялова, А. Кунаева и многие другие.

Цель данной работы – теоретическое обоснование и разработка практических рекомендаций по повышению конкурентоспособности продукции отечественных промышленных предприятий.

Повышение конкурентоспособности любого объекта – эволюционный процесс, обусловленный невозможностью принятия эффективных управленческих решений только на основе предшествующего опыта или его экстраполяции, требующий создания специфических моделей и механизмов мобилизации научно-технического, производственно-технологического, финансово-экономического, социального и организационного потенциалов предприятий [1].

Существующие позиции Украины на внешнем рынке свидетельствуют об очень низкой конкурентоспособности продукции украинских промышленных предприятий. Это обусловлено рядом причин, одной из которых является кризис промышленных предприятий, характеризующийся спадом их производства, потерей конкурентных позиций отечественной продукции на мировых рынках, отсутствием стратегически обоснованного механизма эффективного управления конкурентоспособностью созданной производственной ценности [2].

Конкурентоспособность продукции украинских промышленных предприятий определяется следующими факторами: качеством продукции и услуг; наличием эффективной стратегии маркетинга и сбыта; уровнем квалификации персонала и менеджмента; технологическим уровнем производства; налоговой средой, в которой действует предприятие; доступностью источников финансирования [3].

Для повышения конкурентоспособности продукции отечественных промышленных предприятий необходимы следующие изменения:

состава, структуры применяемых материалов, комплектующих изделий или конструкции продукции; технологии производства, системы контроля качества изготовления, хранения, упаковки, транспортировки, монтажа;

ценовой политики предприятия;

порядка реализации продукции на рынке;

системы стимулирования поставщиков;

структуры и размера инвестиций в разработку, производство и сбыт продукции;

структуры импорта и видов импортируемой продукции [4].

Таким образом, конкурентоспособный потенциал в условиях конкуренции должен стать для отечественных производителей доминантным критерием формируемой маркетинговой стратегии. Осуществление предложенных изменений позволит повысить конкурентоспособность промышленной продукции в Украине, а соответственно, и увеличить спрос на нее.

Научн. рук. Мельник В. И.

Литература: 1. Коринев В. Л. Анализ конкурентоспособности продукции в процессе ценообразования / Коринев В. Л. // Вестник экономической науки Украины. – 2008. – № 2. – С. 85–88. 2. Грозная В. В. Повышение конкурентоспособности экономики Украины как предпосылка сотрудничества с ЕС / Грозная В. В.

предприятий в системе факторов интернационализации / Коломиец И. В. // Конкуренция. – 2007. – № 3. – С. 19–26. 4. Фасхиев Х. В. Модель управления конкурентоспособностью предприятия / Фасхиев Х. В. // Проблемы теории и практики управления. – 2008. – № 2. – С. 69–80.