

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Вінницький національний технічний університет;

Анотація

У тезі розглянуто теоретичні засади управління конкурентоспроможністю продукції підприємства в сучасних умовах господарювання. Проаналізовано економічну сутність поняття конкурентоспроможності продукції, визначено основні фактори її формування та підходи до оцінювання. Обґрунтовано значення інновацій, підвищення якості продукції та ефективного використання маркетингових інструментів у забезпеченні конкурентних переваг підприємства. Визначено роль комплексного підходу до управління конкурентоспроможністю продукції як важливої умови підвищення ефективності діяльності підприємства в умовах ринкової економіки.

Ключові слова: конкурентоспроможність продукції, підприємство, управління конкурентоспроможністю, ринкова економіка, інновації, якість продукції.

Abstract

The thesis examines the theoretical foundations of managing the competitiveness of enterprise products in modern economic conditions. The economic essence of the concept of product competitiveness is analyzed, and the main factors of its formation and approaches to its assessment are identified. The importance of innovation, improvement of product quality, and effective use of marketing tools in ensuring competitive advantages of enterprises is substantiated. The role of a comprehensive approach to managing product competitiveness as an important condition for increasing the efficiency of enterprise activity in a market economy is determined.

Keywords: product competitiveness, enterprise, competitiveness management, market economy, innovation, product quality.

Вступ

У сучасних умовах розвитку ринкової економіки питання забезпечення конкурентоспроможності продукції підприємств набуває особливої актуальності. Глобалізаційні процеси, розвиток міжнародної торгівлі та інтеграція України до світового економічного простору зумовлюють посилення конкуренції між суб'єктами господарювання. У таких умовах саме конкурентоспроможність продукції виступає одним із ключових факторів успішного функціонування підприємства. Високий рівень конкурентоспроможності продукції сприяє розширенню ринків збуту, підвищенню прибутковості підприємства та зміцненню його економічного потенціалу. Водночас сучасні умови господарювання характеризуються швидкими технологічними змінами, зростанням вимог споживачів до якості продукції та підвищенням ролі інновацій у виробництві. Саме тому дослідження теоретичних засад управління конкурентоспроможністю продукції підприємства є важливим науковим і практичним завданням.

Результати дослідження

В міру розвитку ринкових відносин та економічних перетворень зростає значення управління конкурентоспроможністю продукції підприємства, оскільки саме вона визначає ефективність діяльності суб'єктів господарювання в умовах конкурентного середовища. Конкурентоспроможність продукції розглядається як комплексна характеристика товару, що відображає його здатність задовольняти потреби споживачів порівняно з аналогічною продукцією конкурентів. Формування конкурентоспроможності продукції залежить від рівня її якості, ціни, технологічності виробництва, рівня сервісу та відповідності сучасним стандартам. Важливу роль у забезпеченні ефективного конкурентного середовища відіграє нормативно-правове регулювання господарської діяльності. Так, відповідно до положень Закон України «Про захист економічної конкуренції» визначено правові засади підтримки та розвитку конкуренції, а також запобігання монополізації ринку. Крім того,

відповідно до положень Закон України «Про стандартизацію» встановлено організаційні засади розроблення та застосування стандартів, що сприяє підвищенню якості продукції та її конкурентоспроможності на ринку [1].

Важливим аспектом дослідження є визначення економічної сутності конкурентоспроможності продукції підприємства. Виноградова О.В. у своєму дослідженні зазначає, що конкурентоспроможність підприємства є складною економічною категорією, яка характеризує здатність суб'єкта господарювання ефективно функціонувати на ринку в умовах конкурентної боротьби. Науковець підкреслює, що конкурентоспроможність продукції виступає базовим фактором забезпечення конкурентних позицій підприємства, оскільки саме продукція є основним результатом його діяльності та об'єктом ринкового обміну. Автор вважає, що формування конкурентоспроможності продукції залежить від поєднання виробничих, технологічних, економічних та маркетингових факторів, які визначають її привабливість для споживачів. Таким чином, конкурентоспроможність продукції виступає важливим індикатором ефективності діяльності підприємства та рівня його адаптації до умов ринкової економіки [2].

Значна увага у наукових дослідженнях приділяється факторам та методам оцінювання конкурентоспроможності продукції підприємства. Джерелюк Ю., Кравчик Ю. та Гарафонов О. у своєму дослідженні розглянули підходи до інтегрального оцінювання конкурентоспроможності продукції підприємства та зазначили, що визначення її рівня повинно ґрунтуватися на комплексному аналізі економічних та маркетингових показників діяльності підприємства. Науковці наголошують, що для оцінювання конкурентоспроможності продукції можуть використовуватися такі критерії, як рівень якості продукції, ціна реалізації, інноваційність, технологічність виробництва та ефективність маркетингової діяльності підприємства. Використання інтегральних методів оцінювання дозволяє отримати узагальнений показник конкурентоспроможності продукції, що забезпечує більш об'єктивну оцінку її позицій на ринку та визначення перспектив розвитку підприємства. Таким чином, застосування сучасних методів оцінювання сприяє підвищенню ефективності управління конкурентоспроможністю продукції підприємства [3].

Окрему увагу науковці приділяють формуванню стратегій та інструментів управління конкурентоспроможністю продукції підприємства. Русс Д.А. у своєму дослідженні зазначає, що забезпечення конкурентоспроможності продукції потребує застосування системного підходу до управління діяльністю підприємства. Автор підкреслює, що важливими інструментами підвищення конкурентоспроможності продукції є впровадження інноваційних технологій, удосконалення виробничих процесів, підвищення якості продукції та формування ефективної маркетингової стратегії. Науковець вважає, що сучасні підприємства повинні активно адаптуватися до змін ринкового середовища, використовувати новітні методи управління та розвивати інноваційний потенціал. Саме поєднання стратегічного управління, інноваційного розвитку та маркетингових інструментів дозволяє забезпечити високий рівень конкурентоспроможності продукції підприємства [4].

Важливим напрямом наукових досліджень є аналіз впливу економічних трансформацій на конкурентоспроможність підприємств. Кучкова О. у своєму дослідженні зазначає, що сучасні економічні зміни в Україні формують нові умови функціонування підприємств та посилюють вимоги до ефективності їх діяльності. Автор вважає, що підвищення конкурентоспроможності продукції потребує впровадження сучасних методів управління, розвитку інноваційної діяльності та ефективного використання ресурсного потенціалу підприємства. Водночас важливу роль у формуванні конкурентних переваг відіграє державна політика підтримки підприємництва та розвитку конкурентного середовища. Таким чином, управління конкурентоспроможністю продукції є важливим напрямом забезпечення економічної ефективності діяльності підприємств [5].

Висновки

Отже, конкурентоспроможність продукції підприємства є однією з ключових категорій сучасної економічної науки, що визначає ефективність функціонування суб'єктів господарювання в умовах ринкової економіки. Аналіз нормативно-правової бази та наукових досліджень свідчить про необхідність застосування комплексного підходу до управління конкурентоспроможністю продукції підприємства. Важливу роль у цьому процесі відіграють підвищення якості продукції, впровадження інноваційних технологій та використання сучасних методів управління. Ефективне оцінювання рівня конкурентоспроможності продукції дозволяє підприємствам визначати власні конкурентні переваги та формувати стратегії розвитку. Таким чином, управління конкурентоспроможністю продукції є

важливою умовою забезпечення стабільного розвитку підприємств та підвищення ефективності їх діяльності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Закон України «Про захист економічної конкуренції» від 11.01.2001 №2210-III.
2. Виноградова О.В., Асан А.Ж., Чарна О.О. Конкурентоспроможність підприємства як економічна категорія. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. 2021. №3. С. 4–10.
3. Джерелюк Ю., Кравчик Ю., Гарафонов О., Каткова Т. Оцінювання конкурентоспроможності продукції машинобудівного підприємства як інтегральна характеристика ефективності його маркетингової діяльності. *Modeling the Development of the Economic Systems*. 2022. №2. С. 101–108.
4. Русс Д.А. Конкурентоспроможність продукції підприємства на внутрішньому ринку. *Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка*. 2021. №7. С. 73–79.
5. Кучкова О., Макаренко С. Конкурентоспроможність національних підприємств в контексті економічних реформ України. *Молодий вчений*. 2023. №3. С. 134–138.

Пустова Вікторія Сергіївна, студентка групи МР-22бз, Факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, victoria.pustova@gmail.com.

Науковий керівник: **Карачина Наталія Петрівна**, доктор економічних наук, професор, завідувач Кафедри менеджменту, маркетингу та економіки, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, karachyna@vntu.edu.ua.

Pustova Viktoriia, student, Faculty of Management and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, victoria.pustova@gmail.com.

Scientific supervisor: **Karachyna Nataliia**, Doctor of Economic Sciences, Professor, Head of the Department of Management, Marketing and Economics, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, karachyna@vntu.edu.ua.