

4. Загоруйко, В.Л. Визначення конкурентоспроможності продукції [Текст] / В.Л. Загоруйко, І.М. Байдакова [Електронний ресурс]. — Режим доступу: URL:[http://www.nbuv.gov.ua/portal/natural/nvnu/ekonomika/2009\\_7/R3/Zagoruuko.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/portal/natural/nvnu/ekonomika/2009_7/R3/Zagoruuko.pdf) (дата звернення 10.12.2014р.). — Назва з екрана.

5. Іваненко, А.В. Алгоритм оцінки конкурентоспроможності продукції [Текст] / А.В. Іваненко Вісник економіки транспорту і промисловості. – № 38. – 2012. – С. 182–185.

6. Лепьохін, О.В. Конкурентоспроможність продукції як основа зниження собівартості продукції [Текст] / О.В. Лепьохін [Електронний ресурс]. — Режим доступу : URL: [http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc\\_gum/vsunu/2011\\_7\\_2/Lelohin.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/vsunu/2011_7_2/Lelohin.pdf) (дата звернення 10.12.2014р.). — Назва з екрана.

7. Лифиц, И.М. Конкурентоспособность товаров и услуг [Текст] / И.М. Лифиц // М.: Высшее образование. – Юрайт-Издат – 2009. – С. 40–56.



**УДК** 338.43:631.11.009.12:005.44(477)

**Ільїна Олена**  
магістр державної служби  
Луганській національній аграрній університет  
м. Харків

## **ВИКОРИСТАННЯ ВИРОБНИЧОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА**

### **Анотація**

*У статті розглянуто питання конкурентоспроможності підприємства, напрями щодо його підвищення в сучасних економічних умовах під впливом міжнародного поділу праці та науково-технічного прогресу.*

**Ключові слова:** конкурентоспроможність, конкуренція, напрями підвищення, підприємства, економіка, ринок.

Розвиток підприємств та їх місце в ринковій економіці залежать від рівня конкурентоспроможності, а також уміння адаптуватися до сформованим соціально-економічних умов. Конкурентоспроможність кожного окремого підприємства складається під впливом різних факторів виробничо-економічної діяльності. Важливе значення в цьому займають якість продукції, що випускається, рівень використовуваної техніки і технології, організації виробництва, праці та управління, розвитку соціального середовища та ін.

Значний внесок у розвиток наукової концепції конкурентоспроможності підприємств внесли роботи як вітчизняних так і закордонних вчених, серед яких, на наш погляд, слід зазначити Г. Азоева [1], І. Ансоффа, Д. Дея, В. Єфремова, Р. Каплана, Дж. Куинна, І. Ліфіця, Н. Масового, Д. Нортонна, М. Портера [4], А. Татаркіна, Р. Уотермена, Р. Фатхутдінова [5], А. Юданова [6] та ін. В їхніх

працях розроблені основні положення, які становлять сутність конкурентоспроможності підприємств та виявлені окремі закономірності її розвитку.

Метою дослідження є визначення особливостей сучасного ринку та шляхів підвищення конкурентоспроможності, вивчення слабких та сильних сторін, зовнішні можливості та загрози які можуть впливати на підприємства [2].

Успішність функціонування будь-якого підприємства залежить від рівня конкурентоспроможності продукції, що пропонується ними споживачам. Щоб оцінити конкурентоспроможність товару, необхідно вирішити широке коло питань і, перш за все, отримати об'єктивну інформацію про ті ринки, де вже реалізується чи пропонується збувати товар, про поведінку його конкурентів [3].

Основним конкурентом для ДП «Новопокровський комбінат хлібопродуктів» на ринку виробників аналогічної продукції є ПАТ «Айдармлин», тому що дане підприємство пропонує також широкий асортимент хлібобулочної продукції, що випускається, потреба покупців задовольняється досить добре, а також конкурентоспроможність досягається за рахунок тривалого часу знаходження на ринку обох підприємств.

Для того, щоб поліпшити діяльність будь-якого підприємства та підвищити конкурентоспроможність товарів, в тому числі і ДП «Новопокровський комбінат хлібопродуктів», необхідно перш за все визначити політику в сфері якості, в якій чітко визначені вимоги до всіх працівників даного підприємства, до виробів які поставляються споживачам, або послуг, що надаються їм.

*Таблиця 1*

**SWOT- аналіз ДП «Новопокровський комбінат хлібопродуктів»**

<b>Потенційні внутрішні сильні сторони:</b>	<b>Потенційні зовнішні можливості фірми:</b>
- досить хороший імідж, що склався у покупців; - позитивні показники якості продукції, що випускається; - є досвід по впровадженню нових видів послуг.	- здатність обслужити додаткові групи клієнтів - сприятлива зміна економічної ситуації в країні та регіонів; - здатність використовувати навички і технологічні новинки.
<b>Потенційні внутрішні слабкі сторони:</b>	<b>Потенційні внутрішні загрози:</b>
- невисока організація маркетингової діяльності; - велика витрата на ПММ та електоренергію; - слабка диверсифікація діяльності.	- зростання цін на ПММ, сировину, енергію; - наявність сильних конкурентів, поява нових підприємств, що діють на ринку; - несприятливі демографічні зміни (скорочення населення України).

Ми вважаємо, що для цього перш за все необхідно спочатку провести SWOT-аналіз, тобто визначити слабкі та сильні сторони, зовнішні можливості та загрози для підприємства. Такий аналіз може допомогти у формуванні стратегічних альтернатив підприємства. На основі аналізу досліджуваного підприємства був зроблений SWOT-аналіз який ми представили в таблиці 1.

Потенційні зовнішні загрози і можливості ДП «Новопокровський комбінат хлібопродуктів», в принципі, однакові і для інших підприємств регіону. Тому основним ресурсом підвищення конкурентоспроможності ДП

«Новопокровський комбінат хлібопродуктів» і його продукції, повинні стати його внутрішні характеристики.

Таблиця 2

**Напрями підвищення конкурентоспроможності  
ДП «Новопокровський комбінат хлібопродуктів»**

Фактори конкурентоспроможності підприємства	Заходи щодо підвищення конкурентоспроможності
Якість продукції	- підвищення кваліфікації персоналу; - впровадження ефективної системи мотивації персоналу; - злагодженість роботи всіх підрозділів підприємства; - забезпечення надійної роботи устаткування; - контроль якості товарів.
Собівартість продукції	- пошук постачальників, що пропонують сировину і матеріали за нижчими цінами; - впровадження систем контролю за витратами (лімітування витрат підрозділів, створення центрів витрат, бюджетування). - використання більш економічного транспортного засобу.
Стратегія маркетингу і збуту	- ціни на послуги мають бути щонайменше рівноцінні по регіону, а краще - нижче її; - проведення активної рекламної кампанії; - більш чітка сегментація ринку та розробка маркетингових стратегій та продукції спеціально для кожного сегмента.
Кваліфікація персоналу і менеджменту	- навчання персоналу, підвищення його кваліфікації і навичок - впровадження системи мотивації і контролю, стимулюючих персонал до більш відповідальної поведінки на виробництві.
Технологічний рівень виробництва	- випередження проведення робіт з удосконалення технологічних процесів та основних засобів - постійний і широкий інформаційний пошук нових технологій.
Зміна асортименту і структури продукції	- виробництво нових видів товарів, які б користувалися попитом на місцевому та регіональному ринку - розширення переліку послуг, що надаються.
Джерела фінансування	- використання всіх джерел.

У відповідності з цими факторами нами розроблено напрями щодо підвищення конкурентоспроможності ДП «Новопокровський комбінат хлібопродуктів», які представлені в таблиці 2.

Аналіз таблиці 2 говорить про те, що в нашому випадку для використання заходів щодо підвищення конкурентоспроможності продукції, потрібна початкова база для виконання цих заходів, запровадження заходів які позитивно впливають на його фінансовій план.

Проблема конкурентоспроможності має в сучасному світі універсальний характер. Вважаємо, що від того, наскільки успішно вона вирішується, залежить рівень економічного та соціального життя в будь-якій країні.

Перехід України до ринкової економіки, загострення конкуренції на внутрішньому ринку, вихід багатьох суб'єктів підприємницької діяльності на зовнішні ринки змушує виробників нових послуг по-новому поглянути на проблему конкурентоспроможності.

Виходячи з вищенаведеного, для збільшення рівня виробничого потенціалу, а також підвищення рівня конкурентоспроможності ДП

«Новопокровський комбінат хлібопродуктів» пропонуємо наступні заходи:

1. Для відновлення виробничого потенціалу підприємства пропонуємо використання технологічного обладнання на умовах лізингу з поверненням в терміни, встановлені лізинговою угодою.

2. Для підвищення наукової організації праці визначити їх економічну ефективність, за рахунок зростання продуктивності праці і розрахувати зростання річного економічного ефекту від їх впливу.

3. Щодо удосконалення інформаційних технологій з управління персоналом треба провести раціоналізацію діючих процесів у інформаційному відділі, для цього впровадити сучасні технічні та програмні засоби, здатних знизити час обробки даних і підвищити ефективність прийнятих управлінських рішень.

4. Щодо скорочення транспортних витрат пропонуємо розширення власної автобази за рахунок лізингу.

#### Список використаних джерел

1. Азоев, Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика [Текст] : монография / Г.Л. Азоев. – М. : Центр экономики и маркетинга, 1996. – 208 с.

2. Волынский, Г.О. конкурентных преимуществах в условиях глобализации [Текст] / Г.О.Волынский // Экономика Украины. – 2006. – №12. – С. 68–72.

3. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент [Текст] / Ф. Котлер ; пер. с англ. под ред. Л.А. Волковой, Ю.Н. Каптуревского. – Петербург : СПб. Питер, 2002. – 752 с.

4. Портер, М. Международная конкуренция [Текст] / М. Портер ; пер. с англ. – М. : Международные отношения, 1993. – 896 с.

5. Фатхудинов, Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление [Текст] / Р.А. Фатхудинов. – М. : ИНФРА-М. – 2000. – 312 с.

6. Юданов, А.Ю. Конкуренция : теория и практика [Текст] : учебное пособие / А.Ю. Юданов. – [2-е изд]. – М.: Гном-Пресс, 1998. – 245 с.

