

УДК 338.1

Мельник А.О.

доктор економічних наук, доцент,
завідувач кафедри бізнес-економіки та туризму
Київського національного університету технологій та дизайну

Діденко О.В.

магістр
Київського національного університету технологій та дизайну

ПРОБЛЕМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ

АНОТАЦІЯ

У статті розглянуто сутність конкурентоспроможності продукції, обґрунтовано необхідність її забезпечення для вітчизняних підприємств, що функціонують в умовах інтеграції. Виділено актуальні проблеми конкурентоспроможності продукції вітчизняних підприємств. Проаналізовано чинники забезпечення конкурентоспроможності продукції, систематизовано їх за низкою ознак. Запропоновано створення державної системи регулювання та забезпечення конкурентоспроможності вітчизняної продукції.

Ключові слова: конкурентоспроможність, конкурентоспроможність продукції, конкуренція, маркетинг, інноваційна продукція.

АННОТАЦИЯ

В статье рассмотрена сущность конкурентоспособности продукции, обоснована необходимость ее обеспечения для отечественных предприятий, функционирующих в условиях интеграции. Выделены актуальные проблемы конкурентоспособности продукции отечественных предприятий. Проанализированы факторы обеспечения конкурентоспособности продукции, систематизированы они по ряду признаков. Предложено создание государственной системы регулирования и обеспечения конкурентоспособности отечественной продукции.

Ключевые слова: конкурентоспособность, конкурентоспособность продукции, конкуренция, маркетинг, инновационная продукция.

ANNOTATION

The essence of product competitiveness is considered in the article. It is substantiated the necessity of its provision for domestic enterprises operating in the conditions of integration. The topical problems of competitiveness of domestic enterprises are highlighted. The analysis of the factors of ensuring the competitiveness of products is carried out and systematized by a number of features. It is proposed to create a state system of regulation and to ensure the competitiveness of domestic products.

Key words: competitiveness, competitiveness of products, competition, marketing, innovative products.

Постановка проблеми. Проблема конкурентоспроможності в Україні за останній час стала однією з найголовніших. Результативний та сталий розвиток економіки в країні залежить від випуску конкурентоздатної продукції. Цей індекс характеризує всю економіку країни та окремі компанії. Нині одним з основних завдань держави має бути спонукання виробництва високоякісної, безпечної та конкурентоспроможної продукції із застосуванням найновіших технологій. Проблема зростання конкурентоспроможності вітчизняної продукції є дуже актуальною та об'єднана з побудовою системи регулювання конкурентоспроможності. Ключовими факторами досягнення успіху підприємства під час конкуренції є внесок та збере-

ження конкурентних переваг підприємства. Ця проблема стає особливо важливою, досягаючи в умовах зміцнення сили конкуренції на кожному ринку, на якому виробникам необхідно безперервно відстежувати всі зміни на попит і ціну на сировину, а завдання рентабельності всіх активів безпосередньо обумовлюються ступенем вживання новітніх аспектів в галузі стратегічного маркетингу. Отже, вдале функціонування підприємства безпосередньо залежить від ступеня конкурентоспроможності продукції, яка пропонується споживачам. З'явилась необхідність створення методики оцінювання й регулювання конкурентоспроможності продукції, яка заснована на тісних взаємовідносинах доведених законів економіки, соціології, психології, менеджменту та інших наук.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивченню створення методів регулювання конкурентними перевагами присвячені роботи таких зарубіжних вчених, як М. Портер, Д. Ріккардо, А.Дж. Стрікленд, А.А. Томпсон, К. Прахалад, М. Тресі, К. Омае, Е. Петтігрю. Теоретичні й практичні аспекти конкуренції та конкурентоспроможності продукції підприємств відображені в працях Я. Базилюк, В. Блонської, З. Варналія, В. Гейця, Я. Жаліло, А. Загороднього, С. Клименко, Ф. Котлера, М. Портера, М. Саєнко, Р. Фатхудинова, М. Юдіна та інших вітчизняних і зарубіжних вчених. В працях цих науковців розглядаються питання діяльності підприємства в умовах конкуренції, шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємства та його продукції, класифікація чинників конкурентоспроможності національної економіки, підприємств та продукції, окремі аспекти оцінювання конкурентоспроможності підприємств.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. В сучасних економічних працях недостатньо вивченими є проблеми забезпечення конкурентоспроможності продукції.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є з'ясування сутності проблем вітчизняних підприємств щодо підняття рівня конкурентоспроможності їх продукції.

Виклад основного матеріалу дослідження. Конкурентоспроможність продукції охоплює сукупність всіх властивостей, які вказують на задоволення конкурентних потреб, відносно

аналогічної продукції, представленої на ринку. Конкурентоспроможність визначає потенціал продажу товарів на ринку в певний проміжок часу [2, с. 85].

Засобами забезпечення конкурентоспроможності та стійкості українських підприємств вважають мобільність його виробничих потужностей, вміння адаптуватися до модифікації та умов роботи з меншими витратами, формування власних споживчих ринків, створення абсолютно нових видів продукції. Проте в умовах всеохоплюючої інтеграції вітчизняні підприємства не зможуть зберегти конкурентні переваги й стабільність на ринку, якщо якість виробництва продукції не буде відповідати всім світовим стандартам [3, с. 37].

Основні проблеми забезпечення конкурентоспроможності продукції вітчизняних підприємств наведені в табл. 1.

Проблеми забезпечення конкурентоспроможності підприємства умовно можна розділити на дві групи залежно від сфери їх походження, а саме зовнішні й внутрішні. До зовнішніх проблем належать політичні, економічні, культурні, технологічні тощо. До внутрішніх належать рівень науково-технічного розвитку, маркетингові проблеми, виробничі проблеми, проблеми кадрового забезпечення, проблеми якості продукції тощо.

Політичні проблеми забезпечення конкурентоспроможності виникають внаслідок нестабільної політичної ситуації, відсутності державного захисту інтересів вітчизняних підприємств, невизначеного ставлення держави до різних форм власності, неефективної політики розвитку тієї чи іншої галузі, відсутності державних дотацій на розвиток тощо. Ризик появи проблем, що зумовлюються законодавчими та нормативни-

ми документами, зменшиться, якщо державні органи влади завчасно будуть попереджувати підприємства про зміни умов їх функціонування. Сьогодні держава намагається створити сприятливі умови для функціонування вітчизняних підприємств та ефективні умови виходу їхньої продукції на зовнішні (міжнародні) ринки. Державою проводиться політика залучення іноземного капіталу шляхом іноземного інвестування вітчизняних товаровиробників, але це здебільшого має локальний характер та стосується підприємств, продукція яких є конкурентоздатною на міжнародних ринках, інші підприємства залишаються поза увагою держави.

Соціально-економічні проблеми визначаються життєвим рівнем населення, споживчими можливостями населення країни, рівнем безробіття, демографічними процесами, стабільністю фінансової системи, інфляційними процесами, рівнем податкового навантаження на суб'єктів підприємницької діяльності. До факторів, що визначають характер проблем цієї групи, відносимо фінансово-кредитну, податкову, митну політики, що проводяться державою та регулюють підприємницькі відносини на ринку. Сьогодні слід відзначити негативний вплив факторів цієї групи на роботу вітчизняних підприємств. Низький рівень платоспроможності населення зменшує частку потенційних споживачів вітчизняного виробництва. Нестабільність фінансової системи підприємств та країни загалом, високий рівень інфляції та податків зменшують обсяги іноземного та вітчизняного інвестиційного капіталу. Нераціональна податкова система створює нерівні умови функціонування підприємств різних форм власності.

Негативні зміни економічної ситуації можуть зумовити різні проблеми фінансової, ін-

Таблиця 1

Проблеми низької конкурентоспроможності продукції вітчизняних підприємств

Назва проблеми	Сутність проблеми
<i>Зовнішні проблеми</i>	
Політичні	Загальнополітична ситуація в країні, зовнішньополітичні й економічні зв'язки з іншими державами.
Економічні	Експортно-імпортні відносини держави, наявність конкурентів у цій сфері діяльності, жорсткість податкового законодавства.
Соціальні	Низька купівельна спроможність населення.
Технологічні	Низький рівень техніки та технології в країні, відсутність джерел сировини в країні.
<i>Внутрішні проблеми</i>	
Якість продукції	Відсутність матеріальних та моральних стимулів до підвищення якості продукції та збільшення її асортименту.
Науково-технічний розвиток	Низькі темпи науково-технічного прогресу, неможливість оновлення технічного потенціалу.
Маркетингові	Відсутність маркетингових цілей, втрата можливостей у середовищі фірми, відсутність або нестача ресурсів для здійснення маркетингової діяльності, відсутність формування портфеля замовлень та плану виробництва.
Виробничі	Фізичний та моральний знос основних виробничих фондів і використаних технологій, висока собівартість продукції, відносно високий рівень браку в товарному виробництві, незадовільний стан технічної документації.
Кадрове забезпечення	Низька продуктивність праці, недостатній професіоналізм фахівців, недостатня заробітна плата, відсутність системи професійно-посадового просування.

вестиційної, матеріально-сировинної сфер. Позитивні зміни економічної ситуації підвищують платоспроможність споживачів та зумовлюють виникнення проблем, пов'язаних зі зміною попиту та вподобань споживачів.

Науково-технічні проблеми відсутні лише на тих підприємствах, які швидко впроваджують у виробництво досягнення науки й техніки. Сьогодні ситуація для вітчизняних підприємств у цьому питанні є актуальною, тому що існує великий розрив між розвитком науки й техніки та впровадженням їхніх досягнень у виробництво. Сучасні технологічні процеси виробництва на вітчизняних підприємствах є застарілими та не відповідають міжнародним стандартам виробництва. Технології, що використовуються на підприємствах, є матеріало- та енергоємними, обладнання – морально застарілим, до того ж використовуються несучасні технології щодо оброблення сировини. Технологічна відсталість значно підвищує рівень собівартості продукції та знижує рівень конкурентоспроможності вітчизняної продукції.

Культурологічні проблеми найбільше впливають на маркетингову сферу підприємств. Під час розроблення продукції виробники повинні враховувати культурні традиції, що склалися в країні, модні тенденції, релігійні особливості. Визначити характер впливу цих факторів на діяльність підприємств однозначно неможливо. Так, враховуючи ці фактори, підприємство повністю ліквідує негативний вплив на свою роботу та створює додаткові конкурентні переваги на ринку для власної продукції.

Проблеми у сфері маркетингу виникають внаслідок несвоєчасного відстеження змін споживчих потреб та діяльності конкурентів, а також зумовлює виникнення потреб з реалізацією продукції. Для зменшення ризику появи специфічних проблем необхідно завчасно підготувати матеріально-ресурсну, технологічну, наукову й кадрову бази, які б відповідали вимогам впровадженого механізму. Діяльність постачальників, посередників, конкурентів та споживачів безпосередньо впливає на маркетингову частину процесу реалізації адаптаційного механізму. Неузгоджена діяльність з посередниками та постачальниками може зумовити виникнення проблем, пов'язаних з постачанням сировини й обладнання.

Підвищення якості та конкурентоспроможності продукції є взаємозалежними властивостями. Конкурентоспроможна та якісна продукція краще задовольняє суспільно-соціальні потреби, підвищення якості товару сприяє економії робочого часу, а конкурентоспроможна продукція забезпечує безперервну фінансову стійкість всього підприємства та допомагає поліпшенню остаточних фінансових результатів діяльності організації [5, с. 8].

Під якість продукції переважно розуміють комплекс всіх її властивостей, що визначають рівень потенціалу, для задоволення встановле-

них потреб споживачів відповідно до доцільності їх застосування. Якість продукції можна охарактеризувати як безліч характерних форм зовнішнього вигляду та умов їх вживання, якими повинні володіти товари відповідно до їх застосування. Всі перераховані вище деталі встановлюють вимоги до якості продукції, викладені на стадії проектування виробу в проектованій документації та технічних ситуаціях, що передбачає якість сировини, її розміри тощо [1, с. 6].

Основними причинами, які зумовлюють необхідність підвищення якості товару для забезпечення його конкурентоспроможності, є постійне та чисельне зростання потреб, їх якісний прогрес та модифікація, модернізація та фігурація конструкцій продукції, що виробляється, підвищення важливості всіх функцій, які вони виконують, посилення вимог до збільшення виробництва та підвищення його результативності, посилення конкуренції на внутрішніх та світових ринках [4, с. 39].

Потрібно розуміти, що забезпечити конкурентоспроможність продукції можна без єдиного рішення економічних питань якості, а витрати на виробництво продукції збільшуються, отже, збільшується її якість.

Після проведення дослідження японськими вченими виявили, що підприємство показувало нам, що виготовлення високоякісної продукції допускає отримання аж потрійної вигоди зразків низьких виробничих витрат і високих чистих доходів. Високоякісна продукція приносить приблизно на 45% більше прибутку, ніж продукція низької якості [8, с. 262].

Вивчаючи питання якості продукції, правильним висловом вважаємо те, що не існує такої дії, як проблема якості, а існує проблема кваліфікації персоналу, що працює з урахуванням всіх вимог на ринку або без жодного врахування.

Якість продукції підвищується в разі захопленості участі працівників підприємства, оскільки 85–95% дій спрямовані на поліпшення якості, що не регулюється відділом технічного контролю; для підвищення рівня якості продукції головними факторами є постійне підвищення кваліфікації персоналу та збільшення мотивації його роботи.

Через це потрібно позначити роль найвищої ланки регулювання в розробленні теорії, яка зацікавлює у виконанні якісної роботи. Головною роллю керівництва є те, що воно має повністю відповідати за всі ключові питання роботи підприємства, розробляти організаційну структуру, організувати правильний підбір та навчання кадрів, розробляти всі стандарти, правила й операції, аналізувати та стимулювати всі результати діяльності, розвивати адміністративну команду.

Більшість підприємств досліджує якість продукції як високоефективний спосіб випередження своїх конкурентів за використання по-

стійної пропозиції по ринку послуг і товарів, використання якісних параметрів, що набагато краще задовольняє всі потреби споживачів, ніж аналогічна продукція конкурентів.

Для аналізу конкурентоспроможності покупця з'ясувати, що на сучасному ринку покупець переважно намагається купувати не тільки товари, але й весь комплекс послуг, які дуже важливі для нього, а це означає, що він аналізує конкурентоспроможність з особистих причин, вигідних для нього самого, але набагато менш вигідних для виробника.

Конкурентоспроможність продукції повинна мати ключові моменти для прийняття правильних рішень щодо її збільшення та створення сучасних виробничих здібностей, створення маркетингових прогнозів. Отже, аналізування конкурентоспроможності продукції на ринку потрібно здійснювати регулярно та безперервно. Для цього потрібно сформуванню систему регулювання конкурентоспроможності продукції підприємства, головними етапами якої є аналіз конкурентоспроможності продукції; дослідження всіх факторів, які впливають на її ступінь; створення способів забезпечення певного рівня конкурентоспроможності продукції.

Аналіз конкурентоспроможності продукції базується на вивченні всіх потреб покупця та попиту ринку. Для того щоби товар задовольняв попит покупця, він повинен повністю відповідати певному формату, а саме технічному (властивості продукції, її галузь вживання та призначення); ергономічному, естетичному (конфігурація продукції), нормативному (відповідність продукції чинним стандартам та правилам), економічному (відповідність ціни продукції платоспроможності споживача), організаційному (умови прийому продукції, її сформованість і сервісне обслуговування).

Для того щоби правильно проаналізувати конкурентоспроможність, розумно порівняти всі параметри нашої продукції з продукцією конкурента, а за їх талантом задовольняти різні потреби всіх покупців. Для цього необхідно розраховувати групові та поодинокі показники конкурентоспроможності продукції [7, с. 98].

Вивчаючи всі питання надання якості продукції, беремо до уваги, що поліпшення якості товару потребує додаткових виробничих витрат, що говорить нам про те, що собівартість продукції зростає, отже, збільшується її ціна. Незважаючи на це, її додаткові витрати повністю покриваються великою ціною якісної продукції, що надає зростання рівня рентабельності й обсягу прибутку.

Проблема високоякісної продукції в Україні приймає найбільш загальноприйнятне значення за зростання населення. Внаслідок цього слід найбільш повно задовольнити всі потреби споживачів, а також вміти заощадити на виробництві. Державі потрібно звернути увагу на те, що дуже часто вітчизняні виробники намагаються

економити на якісних властивостях продукції, а саме на транспортуванні та упаковці товару.

Висока якість вітчизняної продукції сприятиме створенню високого іміджу України на міжнародних ринках та поліпшенню взаємозв'язків з іншими країнами. Зростання виготовлення високоякісної продукції є можливим за умов формування результативної системи забезпечення українського виробника відповідно до вимог Світової організації торгівлі та Європейського Союзу; узгодження державних стандартів продукції з міжнародними стандартами; створення та впровадження державної програми кредитування високоякісної продукції.

Найголовнішою умовою поліпшення порядку контролю якості до рівня Світової організації торгівлі є заміщення застарілих систем новими, які вже введені на міжнародні ринки. У світі створено дуже багато систем, які наближають якість продукції підприємств України до міжнародних. Однією з таких систем є система аналізу небезпечних чинників та критичних точок контролю (НЧКТК). Ця система дає змогу забезпечити виготовлення безпечної продукції шляхом розпізнання та контролю небезпечних факторів, вона є єдиною системою управління безпекою продукції, яка довела свою результативність і прийнята міжнародними організаціями.

Забезпечення потрібної якості продукції має бути постійним та регулюватись абсолютно на всіх стадіях виготовлення продукції. Для цього потрібно створити налагоджену систему дій, яка буде допомагати задоволенню потреб усіх споживачів як на вітчизняних ринках, так і на міжнародних, а також поліпшити процес виробництва.

В практиці вітчизняних підприємств існує низка маркетингових проблем щодо забезпечення конкурентоспроможності, у більшості вітчизняних підприємств такими є безсистемне використання окремих компонентів маркетингу, відомості функцій маркетингу тільки до впливу збуту, спрямованість на короткострокову перспективу, відсутність гнучості та незнання власних споживачів. Маркетингова діяльність підприємства має бути спрямована на максимізацію прибутку незалежно від рівня задоволення та подальшої зацікавленості споживачів у цій продукції підприємства, а саме запровадження аргументованого поєднання елементів сучасних маркетингових концепцій, застосування нових інтегрованих підходів до проведення маркетингового аналізу.

Технологічні зміни породжують проблеми, пов'язані із залученням великих матеріальних ресурсів, невідповідністю виробничих підсистем новітнім технологіям, відсутністю кваліфікованих співробітників, які б змогли обслуговувати нові технології. Найголовнішою проблемою кадрової ситуації на підприємствах в Україні був і залишається недосконалий професіоналізм

співробітників. Сьогодні в Україні функціонують системи навчальних закладів, які навчають майбутніх співробітників або підвищують кваліфікацію наявних. Їх загальними недоліками є відірваність від практичної діяльності та відсутність конкуренції.

Висококваліфіковані фахівці молодого та середнього віку довго не затримуються на підприємствах, де недостатня заробітна плата та відсутня система професійно-посадового просування.

Кадрове керівництво має бути гарантією економічного процвітання на підприємстві. Висока якість робочої сили – це лише передумова високої результативності виробництва. Для її виконання необхідно, щоби робота співробітників була добре організована, відповідала професійній підготовці та високому рівню кваліфікації персоналу, для всіх співробітників були створені відповідні умови праці, які забезпечать нормальний рівень її інтенсивності.

Конкурентоспроможність підприємства дуже сильно залежить від його персоналу. Висококваліфікований персонал з хорошим рівнем мотивації на якісну роботу впливає не менше, можливо, й більше, ніж нове устаткування та технології. У зв'язку з цим необхідно приділяти більше уваги проблемі навчання співробітників та підвищення їх кваліфікації. Співробітник має свій однозначний період працездатності до виходу на пенсію залежно від віку. Він потребує медичної допомоги за виробничих травм та захворювань.

Вдосконалення обладнання дає змогу співробітнику залишатись продуктивним протягом тривалого часу. Те ж саме можна сказати й про працівника, який пройшов навчання та підвищення кваліфікації, тому витрати на ці цілі будуть виправдані протягом декількох років.

В Україні триває негативна тенденція збереження та розвитку науково-технічного потенціалу, а вітчизняні товаровиробники погано зацікавлені у впровадженні нових інновацій. Про це свідчать такі тенденції:

1) різке зменшення попиту на науково-технічні розробки, які викликані поганою розвиненістю високотехнологічних виробництв та браком коштів;

2) скорочення державної підтримки науки в усіх її економічних програмах, що визначено бюджетним дефіцитом, політичною та економічною нестабільністю, військовими діями на сході України, відсутністю встановлених стратегічних програм інноваційного розвитку.

Підвищення цієї загрози національній безпеці вимагає від влади України розуміння того, що тільки сильна наукова школа, яка ґрунтується на інноваційних технологіях, здатна відповісти їх протидіям та гарантувати заслужений рівень економічної безпеки.

Для того щоби поліпшити інноваційний розвиток національної економіки, необхідно модернізувати систему підготовки наукових пра-

цівників вищої кваліфікації, впроваджуючи іноземний досвід розвинених країн світу:

- залучення в сучасну науку молодих фахівців шляхом якісної модернізації системи підготовки наукових кадрів (від утворення спеціалізованих наукових шкіл для обдарованих дітей до підтримки їх протягом всього періоду навчання);

- призначення державою задовільної кількості коштів на підготовку, функціонування та збереження науково-технічного потенціалу, вдосконалення матеріально-технічної бази наукових працівників відповідно до сучасних вимог;

- залучення в розвиток науково-технічного потенціалу великого обсягу недержавних інвестицій;

- впровадження системи енергійного матеріального стимулювання та підвищення соціального статусу вчених;

- розвитку нової системи підбору та підготовки наукових кадрів;

- впровадження системи надійності за якістю шляхом використання критеріїв оцінювання підготовки фахівців на всіх етапах та рівнях;

- надання тісної взаємодії науки, виробництва та освіти, націлювання на практичний результат з огляду на потреби ринку праці.

Висновки. Під час проведення досліджень з'явилась потреба створення та вдосконалення вітчизняної системи регулювання конкурентоспроможності продукції підприємства з огляду на досвід найрозвиненіших країн світу. Оскільки якість продукції є одним з найголовніших чинників зростання конкурентоспроможності на вітчизняних та зарубіжних ринках, високі норми якості продукції, що виготовляється, допоможуть вітчизняним підприємствам досягти рівня зарубіжних ринків, тому прийняття таких стандартів має бути основним завданням держави управління.

Отже, для того, щоби збільшити якість продукції та підвищити її конкурентоспроможність, потрібно забезпечити вітчизняні підприємства якісною сировиною; збільшити технологічний та технічний рівень підприємств; впровадити на всіх підприємствах, які працюють на зарубіжних та вітчизняних ринках, порядок управління якістю та безпекою продукції; створити програму фінансування всіх проектів зі збільшення якості продукції, що виготовляється.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Гиссин В. Управління якістю продукції. Ростов-на-Дону: Фенікс, 2014. 216 с.
2. Кардаш В. Маркетингова товарна політика: підручник. Київ: КНЕУ, 2015. 240 с.
3. Конкурентна стійкість на ринку: оцінка конкурентоспроможності як чинник визначення стійкості підприємства ринку. Легка промисловість. 2015. № 3. С. 37.
4. Вандяк Н. Значення підвищення якості продукції на підприємствах харчової промисловості. Стратегія ресурсозбері-

- гаючого використання аграрно-економічного потенціалу на основі активізації інноваційно-інвестиційної діяльності як об'єктивна передумова інтеграції країни в світове співтовариство: збірник тез доповідей міжнародної науково-практичної конференції (18 травня 2017 р.). Тернопіль, 2017. С. 39.
- Пономарьова О. Вплив якості продукції на конкурентоспроможність підприємства. Економіка, фінанси, право. 2016. № 5. С. 8.
 - Галічев А. Основи управління якістю продукції. Москва: Стандарти та якість, 2016. 424 с.
 - Маніківська А., Скалецька Л., Подпрятів Г., Сенекін А. Технологія зберігання переробки і сільськогосподарської продукції. Ніжин: Аспект, 2015. 384 с.
 - Як працюють японські підприємства / за ред. Я. Мона та ін., скор. пер. з англ. Москва: Економіка, 2016. 262 с.
 - Батрак М. Методи генерації інноваційних ідей як засіб підвищення конкурентоспроможності товарів вітчизняних виробників. Формування ринкових відносин в Україні. 2011. № 1. С. 122.
 - Дименко Р. Конкурентні стратегії як засіб забезпечення конкурентоспроможності підприємства. Економіка розвитку. 2011. № 3 (39).
 - Лулак Р., Дідич А. Економічні основи забезпечення конкурентоспроможності підприємства в умовах ринкових відносин. Науковий вісник НЛТУ України. 2010. Вип. 20.6. С. 248–252.
 - Павлова В. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка та стратегія забезпечення. Дніпропетровська: вид-во ДУЕП, 2006. 276 с.
 - Багрова І., Нефедова О. Складові та фактори конкурентоспроможності. Вісник економічної науки України. 2007. № 1 (11). С. 11–16.
 - Россіхіна О. Основні фактори конкурентоспроможності підприємства. URL: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Dtr_ep/2010_2/.../EC210_39.pdf.
 - Kardash V. (2015) Marketynhova tovarna polityka. Kiev, KNEU.
 - Konkurentna stiikist na rynok: otsinka konkurentospromozhnosti yak chynnyk vyznachennia stiikosti pidpriemstva rynku (2015), Lehka promyslovist, vol. 3. pp. 37.
 - Vandiak N. (2017) Znachennia pidvyshchennia yakosti produkt-sii na pidpriemstvakh kharchovoi promyslovosti. Stratehiia resursozberihaiuchoho vykorystannia ahrarno-ekonomichnogo potentsialu na osnovi aktyvizatsii innovatsiino-investytsiinoi diialnosti obiektivna peredumova intehratsii krainy v svitove spivtovarystvo. Zbirnyk tez dopovidei mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii 18 travnia 2017 r. Ternopil, 2017. pp. 39.
 - Ponomarova O. (2016) Vplyv yakosti produkt-sii na konkurentospromozhnist pidpriemstva, Ekonomika, finansy, parvo, vol. 5. pp. 8.
 - Halichev A. (2016) Osnovy upravlinnia yakistiu produkt-sii. M.: Standarty ta yakist', pp. 424.
 - Manikivska A. (2015) Tekhnolohiia zberihannia pererobky i silskohospodarskoi produkt-sii. Nizhyn: Aspekt, pp. 384.
 - Mond Ya. (2016) Yak pratsiuut yaponski pidpriemstva. M.: Ekonomika, pp. 262.
 - Batruk M. (2011) Metody heneratsii innovatsiinykh idei yak zasib pidvyshchennia konkurentospromozhnosti tovariv vitchyznianskykh vyrobnykiv. Formuvannia rynkovykh vidnosyn v Ukraini. Vol. 1, pp. 122.
 - Dymenko R. (2011) Konkurentni stratehii yak zasib zabezpechennia konkurentospromozhnosti pidpriemstva. Ekonomika rozvytku. Vol. 3 (39).
 - Lupak R., Didych A. (2010) Ekonomichni osnovy zabezpechennia konkurentospromozhnosti pidpriemstva v umovakh rynkovykh vidnosyn. Naukovyi visnyk NLTU Ukrainy. Vol. 20.6, pp. 248–252.
 - Pavlova V. (2006) Konkurentospromozhnist pidpriemstva: otsinka ta stratehiia zabezpechennia. D.: Vyd-vo DUEP, pp. 276.
 - Bahrova I., Nefedova O. (2007) Skladovi ta faktory konkurentospromozhnosti. Visnyk ekonomichnoi nauky Ukrainy. Vol 1(11), pp. 11–16.
 - Rossikhina O. Osnovni faktory konkurentospromozhnosti pidpriemstva. [Elektronnyi resurs]. – Available at: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Dtr_ep/2010_2/.../EC210_39.pdf.

REFERENCES:

- Hyssyn V. (2014), Upravlinnia yakistiu produkt-sii, Ros-tov-na-Donu: Feniks.

Melnyk A.O.

*Doctor of Economic Sciences, Associate Professor,
Head of Department of Business Economics and Tourism,
Kyiv National University of Technologies and Design*

Didenko O.V.

*Master's Degree,
Kyiv National University of Technologies and Design*

PROBLEMS OF PROMOTING THE COMPETITIVENESS OF DOMESTIC ENTERPRISES PRODUCTION

The essence of product competitiveness is considered in the article. It is substantiated the necessity of its provision for domestic enterprises operating in the conditions of integration. The topical problems of competitiveness of domestic enterprises are highlighted. The identified problems of ensuring the competitiveness of the enterprise can be divided into two groups, depending on their sphere of origin to external and internal. External issues include: political, economic, cultural, technological, and others. The internal ones include: the level of scientific and technical development, marketing problems, production problems, personnel problems, quality product issues, and others. An analysis of the problems of ensuring the competitiveness of products was carried out and systematized by a number of features. So, the problems of competitiveness are divided into two groups of external and internal. External problems include: political, economic, social, and technical. Internal problems include quality, level of scientific and technical development of production, marketing, personnel and production support. It was argued that quality of products is one of the main factors of competitiveness growth in the domestic and foreign markets, high standards of production quality, will help domestic enterprises to reach foreign markets, therefore, adoption of such standards should be the most important task of the state of management. It is proposed to create a state system of regulation and to ensure the competitiveness of domestic products.