

їх виникнення, і може приймати різні форми. Одні дослідники приходять до висновку, що найважливіші громадські інтереси та подолання суперечностей повинно відбуватися в їх користь. Інші вважають, що ієрархія інтересів дуже рухлива та необхідно в кожному окремому випадку знаходити рішення для забезпечення узгодженості економічних інтересів. Крім того, панівний тип господарської системи визначає переважання тих чи інших інтересів, які можуть стати причиною розвитку їх конфлікту.

Список використаних джерел:

1. Grynko T. Organisational and economic mechanism of business entities' innovative development management / T. Grynko, T. Gviniashvili // Economic annals-XXI. – 2017. – №165 (5-6). – P. 80–83.
2. Кошевий М. М. Тенденції розвитку промислового сектору національної економіки та наукоємних виробництв в Україні / М. М. Кошевий // Теоретичні та прикладні аспекти підвищення конкурентоспроможності підприємств колект. моногр. у 4 т. / за ред. О. А. Паршиной. – Дніпропетровськ : Герда, 2013. – Т. 1. – С. 174–191.
3. Velychko O. Logistical modelling of managerial decisions in social and marketing business systems [Електронний ресурс] / O. Velychko, L. Velychko // Journal of International Studies. – 2017. – Vol. 10, No. 3. – P. 206–219. – Режим доступу : http://www.jois.eu/?366,en_logistical-modelling-of-managerial-decisions-in-social-and-marketing-business-systems

Гейко К. С.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

**ОБҐРУНТУВАННЯ ТА РОЗРОБКА ШЛЯХІВ ПІДВИЩЕННЯ
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

В реаліях сьогодення конкурентний ринок характеризується посиленням конкурентної боротьби через зростання вимог споживачів до товарів чи послуг. Саме з конкурентоспроможністю багато науковців пов'язують успішність та ефективність функціонування суб'єктів підприємництва. На сучасному етапі формування конкурентного ринкового середовища, найбільш конкурентоспроможним можна вважати підприємство чи організацію, які найшвидше впроваджують інновації в свою діяльність, тим самим вдосконалюючи її. Однією

з необхідних умов ефективного впровадження інновацій є точно та своєчасне виявлення потреби в них, тобто чітко визначити час, коли та який вид нововведень буде найбільш доцільним та принесе найбільшу віддачу [1]. Тільки шляхом впровадження інновацій підприємство може наповнити ринок конкурентоспроможною продукцією. Це є досить актуальним для українських підприємств-експортерів, адже в більшості випадків замість постачання закордон високотехнологічної наукоємної продукції, експортується сировина та напівфабрикати з мінімальним рівнем обробки [2].

Обґрунтуванням шляхів підвищення конкурентоспроможності підприємств займалися вітчизняні та зарубіжні вчені, серед яких: А. В. Вовчак, Ю. Л. Якубенко, Н. П. Тарнавська, Т. В. Гринько, О. П. Крупський, Р. А. Акофф, І. Ю. Лукінова, Ф. О. Хацек, М. К. Малік, В. Б. Юрчишина, О. О. Гетьман, К. А. Земцова, В. Я. Чевганов, М. П. Бутко, З. В. Варналій та багато інших.

Незважаючи на значну кількість та різноплановість теоретичного обґрунтування зазначених проблем науковцями, на практиці, підприємства стикаються з проблемою недостатнього рівня конкурентоспроможності відсутністю універсальних механізмів щодо впровадження інновацій для визначення потреби в них.

Слід зазначити, що на сьогодні існує багато підходів до визначення поняття «конкурентоспроможність підприємства», на засадах їх узагальнення нами запропоновано розуміти конкурентоспроможність підприємства як сукупність його властивостей (активів та компетенцій), котрі забезпечують його здатність конкурувати з аналогами на ринку, або це відносний показник, який характеризує ефективність функціонування підприємства на конкурентному ринку [7].

Підвищити рівень конкурентоспроможності підприємства можливо шляхом забезпечення випуску інноваційної продукції, інвестування коштів у інтелектуальний капітал, використання стандартизації і сертифікації, переходу до динамічної моделі функціонування підприємств.

Сучасні умови, що склалися на ринку, свідчать про те, що головним шляхом підвищення конкурентоспроможності суб'єктів господарювання на внутрішньому

та глобальному ринку є випуск більш інноваційної продукції, ніж у конкурента [5]. Тобто, випуск нових видів продукції або надання послуг, які будуть вироблятися в Україні чи світі вперше, або в порівнянні з аналогічною продукцією на ринку є більш конкурентоспроможною та має суттєво кращі техніко-економічні показники.

Отже, одним з найефективніших шляхів підвищення конкурентоспроможності суб'єктів господарювання є здійснення інноваційної діяльності, що спрямована на випуск нової продукції чи надання нових послуг.

Також необхідно розробляти конкурентну стратегію розвитку підприємства, що в свою чергу, забезпечить успіх у підприємницькій діяльності. Тому, підвищити конкурентоспроможність суб'єктів господарювання можна створивши більш ефективну структуру управління, котра буде враховувати особливості діяльності організації, місце на ринку та зовнішнє середовище функціонування [3]. Яка буде забезпечувати ефективну реалізацію управлінських рішень в сфері виробництва, фінансів, технології, маркетингу та оптимізації ресурсів. Разом із оптимізацією структури управління, суб'єктам господарювання слід оцінити інтелектуальні здібності персоналу, задля їх покращення необхідно забезпечити постійне навчання та створити умови для їх творчого розвитку [4].

Підвищити конкурентоспроможність можливо шляхом зміни статичної моделі функціонування підприємства на динамічну, де за допомогою сучасних інформаційних технологій буде здійснюватися активне управління в системі усіх видів економічних та технологічних взаємодій, котрі адекватні змінам зовнішнього середовища.

Саме українським підприємствам, зростання рівня конкурентоспроможності можливо досягти за рахунок жорсткого дотримання міжнародних стандартів ISO [8].

Отже, до основних шляхів підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства можна віднести:

1) поліпшення якості продукції за рахунок удосконалення методів і засобів пакування та зберігання продукції, модернізація виробництва, підвищення якості

знарядь праці, удосконалення технології виготовлення продукції, підвищення кваліфікації працівників;

2) впровадження інновацій у виробництво, випуск принципово нової продукції, інвестування коштів у інтелектуальний капітал;

3) створення ефективної структури управління з врахуванням особливостей діяльності організації, місце на її ринку та зовнішнє середовище функціонування;

4) зменшення ціни споживання шляхом зменшення витрат за рахунок економного витрачання ресурсів, зменшення кількості відходів та збільшення застосування нових видів матеріалів та сировини;

5) підвищення якісних показників продукції: диференціація продукції, проведення курсів підвищення кваліфікації працівників, закупка нового обладнання та устаткування, проведення модернізації складського господарства, та устаткування;

6) удосконалення зв'язків із зовнішнім середовищем: покращення післяпродажного сервісу, пристосування продукції до використання в різних умовах, проведення ефективної рекламної політики;

7) оптимізація ціни споживання через вторинне використання відходів.

Список використаних джерел:

1. Гринько Т. В. Подходы к потребности предприятия во внедрении инноваций / Т. В. Гринько, О. П. Крупський // Economics, management, law: innovation strategy : collection of scientific articles. – China, Zhengzhou : Henan Science and Technology Press, 2016. – P. 109–115.
2. Касьянова Н. В. Потенціал підприємства формування та використання. / Д. В. Солоха, В. В. Морева, О. В. Белякова. – К. : Центр учбової літератури, 2013.
3. Коваленко В. О. Розробка заходів з підвищення конкурентоспроможності підприємства в сучасних умовах / В. О. Коваленко // Економіка підприємства. – 2013. – №2. – С. 15–18.
4. Молодоря Т. С. Роль інтелектуальних ресурсів у формуванні конкурентних переваг підприємства [Електронний ресурс] / Т. С. Молодоря. – Режим доступу : <http://www.eprints.kname.edu.ua/110/1/255261.pdf>
5. Тарасенко І. О. Оцінка інноваційної активності підприємства в системі стратегічного управління / І. О. Тарасенко // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 9. – С. 133–141
6. Федонін О. С. Потенціал підприємства: формування та оцінка : навч. посіб. / І. М. Репіна, О. І. Олексюк. – К. : КНЕУ, 2004. – 316 с.
7. Циганок О. О. Основні етапи розробки програми підвищення конкурентоспроможності / О. О. Циганок // Труды Одесского политехнического университета. – 2009. – № 1(31).
8. Конкурентоспроможність: сутність, оцінка та шляхи підвищення її рівня (регіон, галузь, підприємство) / В. Я. Чевганова, І. А. Брижань, К. А. Земцова, О. О. Олійник. – П. : Полт. НУ, 2010. – С.34.