

Отже, зрозуміло що на стійкий розвиток підприємства впливає купа різних факторів. Але головним чином для ефективного функціонування важливим є механізм, що забезпечує стійкий розвиток підприємства. Можливість оцінювання всіх елементів стійкості дозволить використовувати свій потенціал і отримати сприятливі результати.

Стійкий розвиток деревообробної промисловості України потребує:

- забезпечення реалізацію деревини на прозорих засадах;
- об'єднання соціального, економічного та екологічного принципів стійкого розвитку деревообробної галузі;
- формування матеріальної бази для контролю вирубки лісу;
- отримання як лісовими господарствами, так і компаніями сертифікатів FSC;
- удосконалення роботи бірж з продажу необробленої деревини.

Має бути не тільки бажання деревообробників, а й підтримка держави і масштабне бачення пріоритетів та недоліків розвитку деревообробної галузі в цілому.

#### Список використаних джерел:

1. Beyond Growth: The Economics of Sustainable Development. Herman E. Daly. 253 pp. Boston: Beacon Press, 1996.
2. Дейнеко Л. В., Купчак П. М. / Проблеми, напрями та чинники сприяння розвитку внутрішнього ринку України (реальний сектор економіки): кол. моногр. / НАНУ. – К., 2013. – С. 152–165.

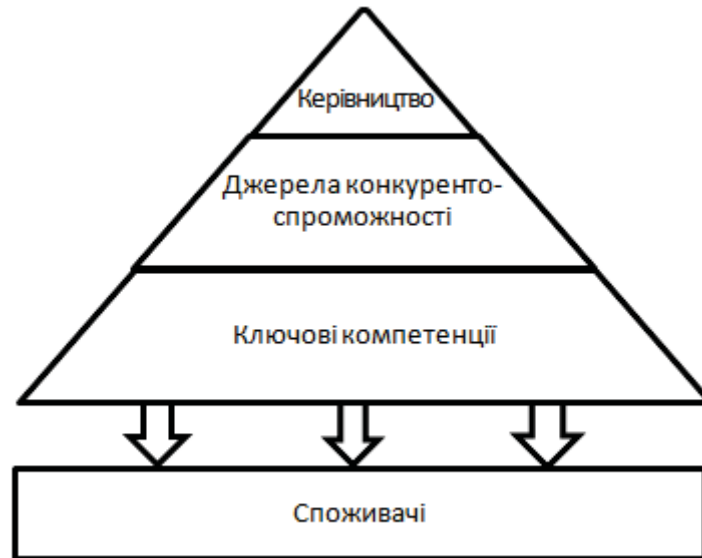
**Д. е. н. Гринько Т. В., Головко Д. Д.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

## **ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

Будь-яке підприємство з точки зору виробничих відносин являє собою ієрархічну організаційну систему. Відповідно, і механізм забезпечення конкурентоспроможності підприємства характеризується, перш за все, як процес розвитку складної ієрархічної структури. Концептуально модель формування

конкурентоспроможності суб'єкта господарювання може бути представлена за допомогою піраміди конкурентоспроможності підприємства (рис. 1).



**Рис. 1. Піраміда конкурентоспроможності підприємства**  
Складено автором на підставі [1]

Відповідно до зазначеної моделі конкурентоспроможність підприємства формується в результаті цілеспрямованого впливу керівництва на джерела конкурентоспроможності шляхом виконання завдань тактичного і стратегічного рівня. Управління джерелами конкурентоспроможності має забезпечити формування ключових компетенцій, які проявляються в процесі взаємодії з зовнішнім середовищем (в першу чергу зі споживачами продукції) в формі конкурентних переваг підприємства. Коротко охарактеризуємо кожен з рівнів піраміди конкурентоспроможності підприємства [4].

Менеджмент підприємства являє собою відправну точку розвитку будь-якого суб'єкта господарювання та є вершиною піраміди конкурентоспроможності підприємства, при цьому сам процес управління виступає її основною сполучною ланкою і центром прийняття стратегічних рішень.

Протягом усього життєвого циклу підприємства саме управління відіграє провідну роль у розвитку всіх інших рівнів системи конкурентоспроможності компанії. Поняття джерел конкурентоспроможності підприємства було введено

М. Портером, який в якості таких виділяв операційну ефективність й стратегічне позиціонування [5].

Щодо ключових компетенцій підприємства, вони формуються в результаті консолідації наявних у компанії ресурсів, технологій та навичок. Також під ключовою компетенцією компанії розуміють здатність використовувати активи, поєднувати ресурси зі знаннями. Успішне підприємство використовує ті ж фактори виробництва, що і її суперники, але завдяки організаційним здібностям перетворює ці фактори в продукти і послуги, що відрізняються більш високою якістю або більш низькими витратами. Таким чином, ключові компетенції – це поєднання досвіду, організаційних навичок і технологічних систем, які створюють виняткову споживчу вартість [2].

В якості основних сфер формування ключових компетенцій можна визначити: виробництво і технологію, постачання і логістику, маркетинг та продаж, оперативне і стратегічне управління, і ряд інших (важливо відзначити, що цей список є відкритим). В процесі взаємодії із зовнішнім середовищем ключові компетенції проявляються у формі конкурентних переваг, ідентифікованих споживачами продукції (товарів, робіт, послуг). Підкреслимо, що конкурентні переваги безпосередньо до елементів піраміди конкурентоспроможності не відносяться, а є результатом взаємодії макро- і мікросередовища господарюючого суб'єкта.

Забезпечення конкурентоспроможності компанії стає можливим за умови оволодіння базовим набором ключових компетенцій. Наприклад, для виробничих підприємств необхідно оволодіння класичної тріадою компетенцій: постачання, виробництво, збут [6]. Будь-які додаткові компетенції (наприклад, ефективний маркетинг) будуть збільшувати конкурентні переваги компанії. Відсутність, будь-якої з базових компетенцій робить конкурентоспроможність підприємства малоімовірною.

У той же час, перевага над конкурентами, як правило, досягається за рахунок лідерства саме в додаткових, а не базових компетенціях. Недостатньо просто виробляти і відвантажувати добротну продукцію – це вміють робити майже всі

конкуренти. Перемагає той з них, хто при цьому забезпечує максимально ефективну логістику, маркетинг і кращу довгострокову стратегію.

Здатність виробляти конкурентоспроможну продукцію є однією з вищеописаних базових ключових компетенцій, а конкурентоспроможність продукції – одним з конкурентних переваг, ідентифікованих споживачами.

#### **Список використаних джерел:**

1. Моїсеєва Н. К. Сучасне підприємство: конкурентоспроможність, маркетинг, оновлення / Н. К. Моїсеєва, Ю. П. Аніскін. – Зовнторгвидав, 2014. – 232 с.
2. Гринько Т. В. Формування стратегії розвитку вітчизняних підприємств / Т. В. Гринько // Прикладна статистика: проблеми теорії та практики : зб. наук. праць. – С. 67–73.
3. Гринько Т. В. Управління конкурентоспроможністю підприємства: логістичний аспект / Т. В. Гринько // Економіка і менеджмент 2016: перспективи інтеграції та інноваційного розвитку : зб. наук. праць Міжнар. наук.-практ. конф. : у 9 т. – С. 64–66.
4. Ансофф І. Стратегічне управління / І. Ансофф. – М. : Економіка, 1989. – 519 с.
5. Портер М. Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов / М. Портер. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2014. – 453 с.
6. Томпсон А. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии / А. Томпсон, А. Стрикленд. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 578 с.

**Д. е. н. Гринько Т. В., Димарчук О. С.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

### **РАЦІОНАЛЬНА ЕКОНОМІЧНА ПОВЕДІНКА ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

В умовах високого рівня нестабільності економіки, підприємство, як самостійний суб'єкт господарювання, може успішно конкурувати на ринку лише на основі гнучких управлінських рішень і раціональної економічної поведінки. Конкурентоспроможність виступає характеристикою ефективної діяльності підприємства, яка визначається перспективами довгострокового розвитку, досягненням поставлених цілей і вирішенням стратегічних завдань.

Конкурентоспроможність визначається як здатність витримувати конкуренцію в порівнянні з аналогічними об'єктами на конкретному ринку [1], як ступінь відмінності положення підприємства від положення конкурентів за