

Слід переконатися, що ви адекватно оцінили власні сили та фінансові можливості.

Список використаних джерел:

1. Оберемчук В.Ф., Саміло Т.О. Особливості планування виведення на ринок нового продукту. *Бізнес Інформ 2020: інноваційні процеси: зб. наук. праць наукового журналу*, 5 лютого 2020 р.: у 12 т. Т. 2. Харків: Видавничий дім «ІНЖЕК». 2020. С. 81-87.
2. Перерва І.М. Обґрунтування критеріїв креативних індустрій. *Європейська наукова платформа 2021: сучасний стан та перспективи розвитку вітчизняного бізнесу: зб. наук. праць Міжнар. наук-практ. конф.*, 1-2 січ. 2021 р.: у 6 т. Т. 1. Вінниця: Видавничий дім «Освіта» 2021. С. 27-33.
3. Кетова Т.Б. Можливості та ризики розвитку власних торгових марок торговельного підприємства. *Бізнес Інформ 2020: економічна теорія: зб. наук. праць наукового журналу*, 5 грудня 2020 р.: у 12 т. Т. 12. Харків: Видавничий дім «ІНЖЕК». 2020. С. 198-202.
4. Любохинець Л.С., Рудніченко Є.М. Методологічні засади гнучкого управління системою економічної безпеки підприємств. *Європейська наукова платформа 2021: сучасний стан та перспективи розвитку вітчизняного бізнесу: зб. наук. праць Міжнар. наук-практ. конф.*, 1-2 груд. 2021 р.: у 6 т. Т. 6. Вінниця: Видавничий дім «Освіта». С. 216-221.
5. Гринько Т.В., Гвініашвілі Т.З., Кириченко А.С. Стратегічні підходи до управління маркетинговими комунікаціями на підприємстві. *Ефективна економіка*, 2021. № 12. <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2021.12.4>

Канд. екон. наук Гвініашвілі Т. З., Біліченко Ю. Є.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ

В сучасних умовах конкуренція стимулює суб'єктів підприємництва виробляти нові, інноваційні продукти. Конкуренція дозволяє визначити успішних суб'єктів підприємництва та розподілити ресурси у найбільш перспективні галузі економіки. Конкурентоспроможність підприємства – це його здатність витримувати конкуренцію з іншими компаніями на ринку та забезпечувати стабільний рівень прибутку [5]. Конкурентоспроможне підприємство має ефективно функціонувати на ринку, виробляти та постачати якісні товари та послуги, дотримуватися термінів поставки та забезпечувати високий рівень обслуговування своїх клієнтів. Робота в напрямку підвищення конкурентоспроможності підприємства повинна бути пріоритетом керівництва організації. Зростання

конкурентоспроможності є основою підвищення рентабельності та збільшення частки компанії на ринку.

На конкурентному ринку підприємства змушені працювати ефективніше, щоб отримувати прибуток. Конкуренція веде до цінового тиску, оскільки витрати формують ціни для кінцевого споживача. Розмір витрат чинить негативний вплив на кінцевий прибуток, що, своєю чергою, стимулює виробників до підвищення рентабельності за допомогою скорочення споживання ресурсів, і витрат, у т. ч. на заробітну плату. Засоби виробництва розподіляються найбільш оптимальним способом: надмірна потужність зменшується, а продуктивність використання сировини збільшується [1]. Конкурентоспроможність підприємства залежить від багатьох факторів та стратегій, які дозволяють забезпечити його успішність на ринку та зберегти свої позиції у галузі. Вагомим фактором конкурентоспроможності є компетентність та кваліфікація персоналу підприємства [2]. Дуже важливо мати висококваліфікованих та мотивованих працівників, які вміють швидко реагувати на зміни на ринку, забезпечувати якісну виробничу та сервісну діяльність. Більшість підприємств стежать за технологічними та науковими тенденціями в своїй галузі, для того щоб вчасно впроваджувати нові розробки та вдосконалювати свою продукцію [6]. В теперішній час головне не забувати про екологічну та соціальну відповідальність, тому що це все стає дуже важливим як для споживачів так і для інвесторів. Ще одним ключовим елементом конкурентоспроможності є ефективне управління фінансами та ресурсами підприємства. Необхідно забезпечувати ефективне використання фінансових ресурсів, управляти оборотним капіталом, планувати бюджет, контролювати витрати та забезпечувати достатній рівень ліквідності підприємства.

Крім того, важливо мати відкрите та прозоре управління, що дозволяє забезпечувати довіру та підтримку від зацікавлених сторін, таких як клієнти, постачальники, інвестори та співробітники [4]. У сучасних умовах підвищення конкурентоспроможності є ключовим фактором успішного функціонування будь-якої компанії. Для підвищення конкурентоспроможності підприємства можуть бути використані наступні напрями:

1. Інновації. Для цього напряму важливо створювати нові продукти або послуги; впроваджувати нові технології, процеси та підходи, що можуть

дозволити знизити витрати та покращити якість продукту або послуги, а також забезпечують йому перевагу перед конкурентами.

2. Маркетинг. Для того щоб привернути увагу споживачів та збільшити попит на продукти потрібно розробити ефективну маркетингову стратегію [3].

3. Оптимізація процесів. Удосконалення бізнес-процесів та виробничих ланок з метою зниження витрат та підвищення продуктивності.

4. Розвиток людського капіталу. Інвестування в підвищення кваліфікації та навичок працівників. Це дозволяє вдосконалювати якість продукту або послуги та підвищувати продуктивність.

5. Партнерство. Створення стратегічних партнерств з іншими компаніями дозволить забезпечити доступ до нових ринків, технологій та ресурсів.

6. Міжнародна експансія. Вихід на нові міжнародні ринки дає змогу розвивати нові канали збуту.

7. Підвищення якості. Якість має велике значення для задоволення потреб клієнтів та забезпечення лояльності. Важливо регулярно проводити контроль якості та вдосконалювати власні продукти або послуги відповідно до потреб ринку.

Загалом, конкурентоспроможність підприємства є важливим показником його успішної діяльності та здатності досягати своїх цілей в умовах жорсткої конкуренції на ринку. Для досягнення успіху підприємство повинно працювати над удосконаленням своєї діяльності в усіх напрямках, забезпечувати якість своїх товарів та послуг, задовольняти потреби споживачів та пристосовуватись до змін в зовнішньому економічному середовищі.

Список використаних джерел

1. Близнюк С.В. Конкурентний потенціал підприємництва як категорія сучасних економічних досліджень. *Інвестиції: практика та досвід*. 2019. С. 41-45.
2. Гвініашвілі Т.З., Морока Д.М. Проблеми забезпечення конкурентоспроможності підприємства в сучасних умовах. *Причорноморські економічні студії*. 2020. Вип. 50/20. С. 127-131.
3. Гринько Т.В., Гвініашвілі Т.З., Спицька К.В. Formation of competitive strategy of the enterprise based on customer-oriented approach. *Бізнес-інформ*. 2021. № 11. С. 309-314.
4. Данькевич О. Механізм забезпечення конкурентоспроможності підприємства. *Наукові праці Національного університету харчових технологій*. 2012. № 44. С. 166-173.
5. Пуцентейло П.Р. Конкурентоспроможність підприємства: методологія аналізу дефініції. *Інноваційна економіка*. 2015. № 4 (59). С. 80-86.
6. Hviniasvili T. Factor analysis of business entities' competitiveness. *Scientific achievements of modern society*. Abstracts of the 5th International scientific and practical conference. Cognum Publishing House. Liverpool, United Kingdom, 2020. P. 81-84.