

може призвести до зниження рентабельності капіталу, а за певних обставин, і до дефіциту коштів на оплату праці. Причиною цього може бути як необхідність досягнення певної мети – наприклад, захоплення більшої частки ринку, так і неякісна діяльність менеджменту підприємства у випадку, коли зниження ціни не забезпечило зростаючу динаміку реалізації продукції при втраті частини прибутку [2].

Таким чином, для формування ефективної системи управління функціональною конкурентоспроможністю рекомендується здійснити комплексне оцінювання її рівня у форматі диференційованості її компонент, що забезпечить всебічне оцінювання правильності управлінських дій щодо об'єктності та інтенсивності реалізації конкурентних рішень.

Використані джерела

1. Арестенко В.В. Методи і моделі оцінювання конкурентоспроможності підприємств АПК. Актуальні проблеми економіки. 2012. №10(88). С. 10 – 15.
2. Дойль П. Маркетинг-менеджмент и стратегии. 3-е издание/пер. с англ.-СПб.: Питер, 2012. 324 с.
3. Смолін І.В. Конкурентоспроможність підприємств ; [навч. посіб.]. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2019. – 204 с.
4. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення: [монографія] / за заг. ред. О.Г. Янкового. Одеса: Атлант, 2013. 470 с.
5. Дробітько Н.А. Управління конкурентоспроможністю в умовах ринкової економіки: Автореф. дис. на здобуття наук. ступ. к.е.н. – Харків: ХДЕУ, 2019 – 20 с.

Фіалковський Анатолій

(науковий керівник: к.е.н., доцент кафедри економіки та економічної теорії ЗУНУ Білан О.С.)

НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВІТЧИЗНЯНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Проблема підвищення рівня конкурентоспроможності вітчизняної продукції в умовах подальшого розвитку економіки є досить актуальною, а завоювання й утримання конкурентних переваг

– ключові фактори успіху підприємства в конкурентній боротьбі.

В умовах жорсткої конкуренції зростає необхідність розроблення довгострокових стратегій розвитку промислових підприємств, які б окреслювали чіткі орієнтири на майбутню перспективу та допомагали спрямовувати зусилля суб'єктів господарювання на пошук довготермінових конкурентних переваг.

Враховуючи особливості сучасного ринку сформовано систему факторів підвищення конкурентоспроможності підприємства, основними елементами якоїє:

1. Управління якістю на підприємстві. Сьогодні, коли споживач може обирати з величезної кількості товарів і послуг, одним з найважливіших чинників ефективного функціонування підприємства на ринку є якість запропонованих виробів або послуг.

2. Впровадження інноваційної політики підприємства, яка визначає можливість підприємства конкурувати не тільки на внутрішньому, а й на зовнішніх ринках. Мета інноваційної діяльності визначає її спрямованість на виробництво нових або відсутніх на ринку товарів і послуг.

3. Ефективне використання людського капіталу. Трудові ресурси є одним з найважливіших складових діяльності підприємства і найважливішим фактором підвищення конкурентоспроможності. Досвід зарубіжних компаній вказує на посилення ролі управління трудовими ресурсами в системі факторів, які забезпечують конкурентоспроможність підприємства. Відповідно до сучасних концепцій управління люди – є одним з найважливіших економічних ресурсів підприємства, що впливають на його прибутковість, конкурентоспроможність і розвиток.

4. Удосконалення продукції, що реалізується на внутрішньому ринку та пошук можливостей виходу на міжнародний ринок: підвищення якості продукції, покращення її технічних параметрів з метою задоволення потреб і конкретних запитів споживача; дослідження методів конкурентів щодо вдосконалення аналогічних товарів; визначення і використання цінових факторів підвищення

конкурентоспроможності продукції; нові пріоритетні сфери використання продукції, диференціація продукції, що забезпечує відносно стійкі переваги; дієва реклама, надання грошового або товарного кредиту [2].

В свою чергу, для того, щоб підвищити якість продукції і відповідно її конкурентоспроможність необхідно: забезпечити вітчизняні підприємства високоякісною сировиною; підвищити технічний та технологічний рівень підприємств; підвищити увагу державних органів всіх рівнів до проблеми якості харчової продукції; запровадити на усіх підприємствах, що працюють на зарубіжних та вітчизняних ринках системи управління якістю та безпечністю харчової продукції тощо [1].

Отже, конкуренція ставить перед підприємствами завдання щодо пристосування до вимог мінливого конкурентного середовища функціонування, зокрема завдяки розв'язанню проблеми формування ефективної системи управління конкурентоспроможністю. Саме конкурентоспроможність підприємства забезпечує його можливість зберігати або розширювати конкурентні позиції на цільовому ринку та впливати на ринкову ситуацію через пропозицію якісної продукції чи послуги, задовольняючи специфічні вимоги споживачів і забезпечуючи ефективність функціонування.

Розглядаючи підвищення конкурентоспроможності як довгостроковий процес, який здійснюється відповідно до обраної стратегії розвитку підприємства, можна виділити низку заходів, що забезпечують промисловим підприємствам досягнення конкурентних переваг, а саме: зниження собівартості продукції; підвищення її пріоритетності; зміна якості та технічних параметрів продукції; дослідження недоліків товарів конкурента та переваг власної продукції; впровадження інновацій; використання цінових факторів підвищення конкурентоспроможності; пошук нових сфер використання продукції тощо [3].

Однією із ключових умов успішного функціонування підприємства є необхідність використання ефективного механізму управління

конкурентоспроможністю, що забезпечить розробку та реалізацію концепції його розвитку в умовах глобалізації та сприятиме формуванню конкурентних переваг у теперішньому та майбутньому бізнес-середовищі.

Використані джерела

1. Брітченко І.Г., Ладунка І.С. Актуальні проблеми підвищення конкурентоспроможності продукції вітчизняних підприємств. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuuес_2015_1%281%29__28 (дата звернення: 17.10.2020).
2. Коваленко О.М., Станіславик О.В. Актуальні шляхи та фактори підвищення конкурентоспроможності вітчизняного підприємства. URL: file:///C:/Users/Admin/AppData/Local/Temp/ecfor_2017_2_39.pdf(дата звернення: 19.10.2020).
3. Пермінова С.О., Савицька О.М., Омельченко Я.В. Підвищення конкурентоспроможності підприємств в контексті їх стратегічного розвитку. URL: http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/1_2018/42.pdf (дата звернення: 16.10.2020).

Фірман Христина

(науковий керівник: д.с.-г.н., професор кафедри економіки та економічної теорії ЗУНУ Гайда Ю.І.)

ПОТЕНЦІАЛ РОЗВИТКУ РИНКУ БІОЕНЕРГЕТИЧНИХ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ КУЛЬТУР В УКРАЇНІ

В Україні є всі необхідні умови для виробництва та реалізації біопалива, а саме – значні площі під зерновими, олійними і спеціальними культурами, науковий, технічний та кадровий потенціал, зростаючий внутрішній попит на біодизель та біогаз.

Україна має змогу нарощувати виробництво таких основних видів біопалива:

- тверде біопаливо;
- біогаз від переробки відходів сільськогосподарського виробництва та інших органічних відходів;
- рідкі види моторного палива (біоетанол та біодизель);
- біомаса для одержання тепла та подальшої промислової