

Сформульована стратегія інноваційного розвитку реалізується на підприємстві в процесі інноваційної діяльності, від розроблення інновації до впровадження у виробничо-господарську діяльність процесних інновацій та виведення на ринок товарних інновацій. Дослідження інноваційної стратегії на підприємствах визначається, насамперед, сферою та вірогідністю інформації, одержаної із зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства, а також ефективністю дій, проведених у процесі її реалізації. Творчий підхід і професіоналізм персоналу, який управляє цим процесом, сприяє створенню ринкової пропозиції, здатної ефективно впливати на досягнення визначених маркетингових і фінансових цілей.

Список використаних джерел:

1. Наукова та інноваційна діяльність в Україні. Стат. зб. / Держкомстат. – К.: 2015. – 360 с.
2. Наукова та інноваційна діяльність в Україні. Стат. зб. / Держкомстат. – К.: 2016. – 362 с.
3. Гриньов А.В. Інноваційний розвиток промислових підприємств: концепція, методологія, стратегічне управління. – Х.: ВД „ІНЖЕК”, 2013. – 308 с.

Невмержицька С.М., к.т.н., доцент,

Шведа Ю.Є. студент,

Київський національний університет технологій та дизайну

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ТА ШЛЯХИ ЇЇ ПІДВИЩЕННЯ

Для підприємства досягнення конкурентоспроможності є одним із найважливіших та найактуальніших питань забезпечення стійких ринкових позицій та розвитку. Це той чинник, який допомагає прояснити ситуацію на

споживчому ринку, змушує суб'єктів підприємницької діяльності не зупинятися на досягнутому та постійно самовдосконалюватися.

Загальновідомо, що конкурентоспроможність проявляється в умовах конкуренції й через конкуренцію. Питання конкурентоспроможності, конкуренції, досягнення конкурентних переваг перебувають у центрі уваги підприємців і науковців упродовж усієї історії розвитку економічних відносин [1-5]. Для забезпечення собі провідних позицій на споживчому ринку, суб'єкти підприємницької діяльності зменшують витрати на виробництво, покращують якість своєї продукції та послуг, вдосконалюють технологічні процеси тощо. Отже, конкуренція є тим двигуном розвитку, який спонукає товаровиробників до постійного суперництва за прихильність споживачів на основі досягнення певних переваг своєї продукції (послуг) [2].

Конкурентоспроможність підприємства є найбільш актуальною проблемою його діяльності, адже чим вищий рівень конкурентоспроможності підприємства, тим більш прибутковим воно є. Тому розробка заходів щодо підвищення його рівня стає одним із першочергових завдань для вітчизняних підприємств. Конкурентоспроможність підприємства значною мірою визначається конкурентоспроможністю товарів, які воно постачає на ринок.

На сьогодні є багато визначень поняття «конкурентоспроможність підприємства» [2]. Найбільш об'єктивним, на нашу думку, є визначення: конкурентоспроможність підприємства – це його комплексна порівняльна характеристика, яка відбиває ступінь переваг над підприємствами-конкурентами за сукупністю оціночних показників діяльності на певних ринках, за певний проміжок часу.

Конкурентоспроможність підприємства визначається конкурентними перевагами: якістю товару, його технічним рівнем, споживчими властивостями, з одного боку, та цінами, які установлюють продавці товарів, з іншого боку. Вона залежить від багатьох чинників. Зокрема на неї впливають переваги в гарантійному й післягарантійному сервісі, рекламі, іміджі виробника, а також загальна ситуація на ринку, коливання попиту. Високий рівень конкурентоспроможності товару свідчить про доцільність його виробництва й можливості вигідного продажу.

Підвищення конкурентоспроможності передбачає розробку комплексу змін і потребує управління та наявності стратегічного підходу підприємства. Інакше кажучи, для ефективного функціонування підприємства необхідна розробка стратегії такого підвищення з урахуванням усіх аспектів сприяння та протидії. Процес підвищення конкурентоспроможності повинен враховувати специфіку взаємозв'язку як між елементами організації, так і з їхнім оточенням, та є процесом прийняття рішень (містити в собі, цілі, методи, плани) по досягненню цілей підвищення конкурентоспроможності.

До основних способів підвищення конкурентоспроможності можна віднести: глибоке вивчення запитів споживачів і аналіз конкурентів; обґрунтована рекламна політика; створення нової продукції; покращення якісних характеристик продукції; модернізація обладнання; всебічне зниження витрат; вдосконалення обслуговування в процесі купівлі та післяпродажного сервісу тощо [3, с. 221].

Також для того, щоби підприємство мало можливість і надалі ефективно функціонувати на ринку та виготовляти конкурентоспроможну продукцію, необхідно повсякчас слідкувати за змінами в навколишньому середовищі та вміти швидко пристосовуватися до них, а це означає, що потрібно постійно працювати над програмою підвищення конкурентоспроможності [4, с. 36].

Отже, підвищення конкурентоспроможності підприємства – це процес, для ефективної реалізації якого необхідно створення специфічних моделей та механізмів аналізу й оцінки не лише рівня конкурентоспроможності, але й ефективності його підвищення.

Посилення конкурентних переваг продукції – найважливіший чинник забезпечення стійких ринкових позицій підприємства, високих фінансових результатів та ефективності його виробничо-господарської діяльності.

Список використаних джерел:

1. Коваленко О.В., Мисенко Д.М. Розробка заходів з підвищення конкурентоспроможності підприємства в сучасних умовах / О.В. Коваленко // Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії. – 2014.

2. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення: [монографія / за заг. ред. О. Г. Янкового]. – Одеса: Атлант, 2013. – 470 с.

3. Кошелупов І.Ф. Програми підвищення конкурентоспроможності організацій / І.Ф. Кошелупов // Вісник соціально-економічних досліджень. – 2012. – Випуск 1 (44). – С. 221.

4. Літвінова Ю.О. Проблеми забезпечення конкурентоспроможності підприємства в сучасних умовах / Ю.О. Літвінова // Управління розвитком. – 2012. – № 9. – С. 36.

5. Харченко Т.О. Інноваційне забезпечення конкурентоспроможності підприємства / Харченко Т.О., Куфрик Р.Л. // Ефективна економіка. – 2016. – № 11. [Електронний ресурс]. – Режим доступу до журналу: www.economy.in.ua.

Ольшанська О.В., д-р екон. наук, професор,

декан факультету економіки та бізнесу,

Булах Т.М., к.е.н., доцент кафедри бізнес-економіки,

Київський національний університет технологій та дизайну

ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ РЕГІОНОМ ТА ЙОГО СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ФУНКЦІЇ

Управління соціально-економічним розвитком регіону – це цілеспрямована діяльність з досягнення поставленої мети. Ця діяльність включає систему заходів, засобів, механізмів, інструментів та взаємоузгоджених дій органів місцевого самоврядування, об'єктів господарської діяльності, населення, громадських та інших організацій із забезпечення просторової організації суспільства, створення належних умов життєдіяльності населення.