

адаптацією інститутів ринку праці до трансформації моделей зайнятості з урахуванням сучасних реалій економічного розвитку.

Література

1. Ільч Л.М. Структурні трансформації транзитивного ринку праці України: монографія. – К.: Алерта, 2017. – 608 с.
2. Людський розвиток в Україні. Інноваційні види зайнятості та перспективи їх розвитку (кол. моногр.) / за ред. Е.М. Лібанової / Ін-т демографії та соціальних досліджень ім. М.В. Птухи НАН України. – К., 2016. – 328 с.
3. Jakstiene, Sandra (2010) Labour Market Segmentation: Theoretical Aspect / [Electronic resource]. Kaunas University, Ekonomika ir vadyba: aktualijos ir perspektyvos. 2010 – 4 (20). – P. 53-63 Mode of access: http://su.lt/bylos/mokslo_leidiniai/ekonomika/2010_4_20/jakstiene.pdf. – Last access: 2010. – Title from the screen.

УДК 330.341.1

Гіра В.П.,

студентка,

Сута Є.М.,

ст. викладач

кафедри економіки, підприємництва та економічної безпеки,

Херсонський національний технічний університет

МЕХАНІЗМ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

В сучасних умовах господарювання, які сформовані під впливом глобалізаційних та інтеграційних процесів, вітчизняна економіка вимагає від українських підприємств підбору нових методів і форм ведення конкурентної боротьби, що у комплексі формує стійкі конкурентні переваги підприємства. Але далеко не всі вітчизняні підприємства готові до ведення конкурентної боротьби. Навіть володіння конкурентоспроможною продукцією не дозволяє багатьом з них ефективно реалізовувати цю перевагу через відсутність практики використання всього комплексу маркетингу: гнучкої асортиментної і цінової політики,

адекватної організації каналів розподілу, ефективних методів стимулювання продажів тощо. У зв'язку з цим проблема управління конкурентоспроможністю на сучасному етапі розвитку вітчизняної економіки актуалізується і потребує поглиблення наукових пошуків в цьому напрямі.

Конкурентоспроможність є однією із центральних категорій сучасної економічної науки, з якою традиційно пов'язують успішність функціонування суб'єктів конкурентних відносин, ефективність та стабільність розвитку ринкового механізму в цілому. Конкурентоспроможності підприємства найчастіше пов'язують з такими властивостями, як: здатність випускати конкурентоспроможну продукцію, послуги, спроможність до продуктивного та ефективного функціонування, здатність задовольняти потреби споживачів краще, ніж це роблять основні конкуренти. Основною умовою при вирішенні складних проблем суперництва є застосування методів та способів, які забезпечують формування адаптивних механізмів та пристосування підприємств до мінливого зовнішнього середовища.

Для підвищення конкурентоспроможності підприємства, важливе значення має виявлення, обґрунтування і класифікація факторів і резервів, що обумовлюють її рівень. За ступенем залежності від підприємства, весь набір факторів можна поділити на зовнішні та внутрішні. До зовнішніх факторів відносяться: умови інвестування в галузі, регіоні, країні; тенденції технічного розвитку; рівень конкуренції; ресурсозабезпеченість та інше. До внутрішніх факторів відносять: використання нової техніки, прогресивної технології; підвищення кваліфікаційного рівня працівників; формування системи конкурентних відносин у діяльності персоналу. та ін. Крім того, конкурентоспроможність підприємства залежить від наявності у підприємства певних конкурентних переваг, а саме: переваги у витратах (означають здатність підприємства розробляти, випускати і продавати схожий товар, послугу з меншими витратами, а отже за нижчою ціною, порівняно з конкурентами) та переваги у маркетингу (здатність підприємства забезпечувати покупця більшою цінністю у формі нової якості товару, його особливих споживчих властивостей

або післяпродажного обслуговування, що дає можливість встановлювати більш високі ціни).

Один з напрямків підвищення конкурентоспроможності — є зростання обсягів реалізації продукту (послуг чи робіт). Слід враховувати, що підвищення обсягів реалізації саме по собі не принесе бажаних результатів, оскільки при цьому не враховуються такі важливі показники, як величина витрат підприємства, його прибуток і т. д. При організації виробничого процесу та плануванні обсягів відповідно до цього методу необхідно вирішити ряд завдань, одним з найважливіших з яких є визначення обсягу реалізації продукції, при якому буде забезпечена беззбиткова виробнича діяльність [2].

Ще один напрямок — це поліпшення якості продукту, що випускається, що здійснює вплив на: прискорення НТП, освоєння нових ринків, збільшення експорту, процвітання. Заходи щодо удосконалення якості продукту дозволять покращити імідж підприємства у покупців, вийти на зовнішній ринок, а також отримати додатковий прибуток.

Ефективним інструментом підвищення конкурентоспроможності підприємства є бенчмаркінг — систематичний, безперервний пошук і вивчення передового досвіду конкурентів і гравців суміжних галузей, постійне порівняння бажаних результатів і змін бізнесу з розробленою еталонною моделлю [1].

Також, до основних заходів щодо підвищення конкурентоспроможності підприємства, є: ґрунтовне вивчення запитів споживачів; обґрунтована рекламна політика; модернізація обладнання; підвищення якості управління; удосконалення зв'язків із зовнішнім середовищем; удосконалення організації інноваційної діяльності; впровадження нових інформаційних технологій; впровадження нових фінансових і облікових технологій; впровадження ресурсозберігаючих технологій; підвищення організаційно-технічного рівня виробництва та розвиток логістики.

Отже, забезпечення рівня конкурентоспроможності означає, що всі ресурси, які використовує підприємство є більш продуктивними ніж у конкурентів. Тобто, підприємство займає стабільне місце на ринку товарів та послуг і його продукція

користується постійним попитом споживачів. З метою підвищення конкурентоспроможності підприємства керівництву необхідно розробляти і впроваджувати комплексну систему заходів, спрямованих на забезпечення якості продукції та послуг.

Література

1. Варналій З.С. Конкурентоспроможність національної економіки: проблеми та пріоритети інноваційного забезпечення / З.С. Варналій. — Київ: Знання, 2013. — 387 с.
2. Харченко Т.Б. Забезпечення конкурентоспроможності підприємств як засіб ринкового реформування економіки [Текст] // АПЕ. - 2003. - № 2. - С. 70-73.

УДК 331

Баша І. М.,

канд.екон.наук, доцент кафедри маркетингу,

Шевченко М. В.,

студент факультет маркетингу,

ДВНЗ «Київський національний економічний університет

імені Вадима Гетьмана»

ПРИНЦИПИ УПРАВЛІННЯ ТА РОЗВИТКУ ПЕРСОНАЛУ В МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В ЕРУ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Сучасні економічні виклики, зміни в маркетинговому середовищі та бізнесі, перехід до інформаційного суспільства вимагають від керівництва підприємств своєчасної реакції на зазначені зміни, які б перетворили звичайні компанії та технологічні і посилили їх конкурентні позиції на ринку по відношенню з конкурентами. Ера цифрових технологій наступає і все міцніше вступає у свої права, а це, у свою чергу змінює правила ведення бізнесу, де конкурентними виступають принципи управління, що орієнтовані на інновації, гнучкість, неординарність, високу продуктивність, адаптивність та гнучкість.