

інноваційних ідей, що в кінцевому підсумку призведе до зростання ефективності та конкурентоспроможності підприємства в сучасних економічних умовах.

1. Шматько Н.М. Проблеми та механізми реалізації пріоритетних напрямів стратегії розвитку інноваційної політики України в міжнародному підприємстві/ Новік І.О., Кармінська-Белоброва М.В. // Міжнародна наукова конференція «Сучасні економічні дослідження: теорія, методологія, стратегія», Кельце, Польща -2018, С. 101-114
2. Вівчар О.Й. Інноваційна діяльність в Україні та напрямки її розвитку./ О.Й. Вівчар, Н.М. Паранька. // Науковий вісник НЛТУ України. – 2011. – Вип. 21.9. – С. 183-187.
3. Туленков М. В. Сучасні теорії менеджменту : Навч. посіб. / М. В. Туленков. – К. : Каравела, 2007. – 304 с.

Масюкова Л. О., Ларка Л. С.

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

Формування конкурентних переваг підприємства в умовах адаптації до екзогенних змін

milla920920@gmail.com, assorti2342@gmail.com

Конкурентоспроможність підприємства в ринкових умовах можна вважати однією з головних характеристик його роботи. Конкуренцію можна вважати основним рушійним фактором, що регулює ринок та змушує підприємства знижувати витрати, оптимізувати виробництва для боротьби за споживачів.

Поняття «конкурентоспроможність» в цілому можна визначити як здатність підприємства до суперництва з іншими підприємствами, що виготовляють схожу продукцію. Аналіз економічної літератури дає зрозуміти, що конкурентоспроможність є досить багатограним поняттям:

Так, за визначенням В. Я. Горфинкель [1], конкурентоспроможність підприємства визначається результатом впливу комплексу факторів, серед яких найбільш значущими є якість продукції або послуг, прогресивність технологічних процесів, орієнтація на концепцію стратегічного управління, виділення центрів фінансової відповідальності в організаційній структурі підприємства та розроблення системи ключових показників ефективності їх діяльності.

М. Г. Саєнко [2] підкреслює, що конкурентоспроможність – комплексний та суб'єктивний показник, який залежить від конкурентної сили підприємств, які працюють одночасно на цільовому сегменті ринку. Зазначається, що при визначенні конкурентоспроможності підприємства необхідно чітко формулювати, для якого часового інтервалу вона є актуальною.

П. С. Зав'ялов [3] підкреслює у своєму визначенні конкурентоспроможності результати діяльності конкурентоспроможної організації: якщо організація конкурентоспроможна, вона має високі показники прибутковості, якщо ні – низькі. При цьому визначається значний вплив конкурентних сил на результуючий показник платоспроможності.

С. Ф. Покропивний [4] значною мірою поділяє точку зору П. С. Зав'ялова на визначення поняття «конкурентоспроможність», але переміщує акцент з впливу конкурентних сил на виробничі потужності конкретного підприємства як джерела успіху підприємства на ринку.

Варто зазначити, що конкурентоспроможність фірми можна розділити на внутрішню та зовнішню. Внутрішня передбачає забезпечення ефективної діяльності всередині країни та здатність виробленої продукції конкурувати з аналогами національного виробництва та імпортованими замінниками. Зовнішня конкурентоспроможність передбачає успішне

функціонування підприємства та високий рейтинг експортованої продукції на закордонних ринках. Для більшості українських підприємств важливішим показником є внутрішня конкурентоспроможність, оскільки вони працюють тільки на національному ринку. Для забезпечення високого рівня конкурентоспроможності продукції та підприємства, необхідно дбати не лише про технології, інновації та оновлення основних фондів, а й про правильне управління підприємством, адже значна доля успішного функціонування залежить від правильного менеджменту, рівня персоналу та маркетингової діяльності.

Конкурентні переваги підприємства під впливом екзогенних змін можуть суттєво змінюватися, тому доцільно своєчасно виявляти можливості та погрози, які несуть із собою такі зміни.

Для виявлення ступеню впливу екзогенних змін на конкурентні переваги підприємства необхідно здійснювати системний аналіз зовнішнього середовища за такими напрямками:

- економічне середовище;
- політичне середовище;
- науково-політичне середовище;
- демографічне середовище;
- природне середовище;
- культурне середовище.

Процеси економічної глобалізації також вносять свої корективи у механізм формування конкурентних переваг підприємства. Можливості виходу на зовнішні ринки обумовлюють збільшення питомої частки витрат на проведення маркетингових досліджень цільового сегменту зовнішнього ринку. Розуміння механізму формування конкурентних переваг підприємства у конкретний проміжок часу на конкретному ринку дозволяє більш обґрунтовано розробляти його конкурентні стратегії.

Розглянемо детальніше, які саме конкурентні переваги дозволяють отримати підприємству екзогенні зміни (див. табл. 1).

Таблиця 1 – Формування конкурентних переваг підприємства під впливом екзогенних змін

Джерело екзогенних змін	Сутність екзогенних змін	Конкурентна перевага, яку отримує підприємство
Економічне середовище	підвищення інвестиційної привабливості галузі, у якій працює підприємство	зростання рівня інноваційної активності підприємства
Політичне середовище	стабільність нормативної бази, що регулює діяльність підприємства	підвищення ділової активності підприємства
Науково-технічне середовище	поява нових технологій виробництва продукції	поява резервів зменшення собівартості продукції
Демографічне середовище	збільшення пропозиції робочої сили на ринку праці	поява резервів зменшення собівартості продукції

Природне середовище	стимулювання діяльності екологічно «чистих» виробництв	формування образу підприємства як соціально відповідального
Культурне середовище	збільшення потенційного попиту на продукцію	нарощення бази споживачів підприємства

При адаптації підприємства до екзогенних змін значну увагу слід приділяти питанням планування стратегічних цілей. Застосування сценарного підходу дозволяє розробити варіанти цілей за такими рівнями управління, як корпоративна стратегія, стратегія бізнесу, функціональна та операційна, орієнтуючись на можливі оптимістичний, песимістичний та найбільш ймовірний сценарії.

Література:

1. Экономика предприятия : учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям / Под ред. Горфинкель В. Я., – 6-е изд., перераб. и доп. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 663 с.
2. Саенко М. Г. Стратегія підприємства : підручник. – Тернопіль: Економічна думка. – 2006. – 390 с.
3. Завьялов П. С. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах : учеб. пособ. – М. : ИНФРА-М, 2002. – 496 с.
4. Економіка підприємства: [Підручник] / За заг. ред. С.Ф. Покропивного. – Вид. 2-ге. – К.: КНЕУ, 2004. – 528 с.
5. Жабська О. В. Управління конкурентоспроможністю підприємства / О. В. Жабська, Л. С. Ларка // Тези доп. 23-ї Міжнар. наук.-практ. конф. "Інформаційні технології : наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я" (MicroCAD–2015), 20-22 травня 2015 р. / ред. Є. І. Сокол. – Харків : НТУ "ХПІ", 2015. – С. 140.

Островерхов В.А.

Таврійський Державний Агротехнологічний Університет імені Дмитра Моторного

Проблеми державного регулювання економіки України

ostroverkhovvlad2@gmail.com

Регулювання економіки відбувається в кожній країні світу і Україна не є виключенням. Національне регулювання економіки існує для того, як більшість інших процесів, щоб покращити жити громадян шляхом збільшення соціальних стандартів. Ці стандарти можа збільшити не тільки за допомогою регулювання а й прийняттям нових законів внести певні правки та написати нові норми до Трудового кодексу України. Але заробітні плати, податки та пенсії може забезпечити лише завдяки економіки. Національне регулювання створює певне економічне середовище для залучення нових інвестицій. Для цього існують певні державні органи, які працюють за певним статутом, що встановлений Верховною Радою України та Кабінетом Міністрів України. Наприклад антимонопольний комітет, так як в Україні ринкова система економіки, кожен підприємець хоче відвоювати собі певну частку від ринку збуту. Чим частка більша тим більше грошей він може отримувати. Але якщо ти захопив увесь ринок виникає монополія, що в свою чергу призводить до стагнації ринку і до стагнації економіки в цілому і держава слідкує за тим щоб монополії не утворилося. Звісно є виключення бо є ті галузі які повинні і належить тільки державі. Тобто вона є монополістом в певних галузях. Зазвичай це тоді коли тільки держава є замовником цих товарів, або якщо відкрити ринок та створити конкуренцію в ньому є загроза