

одним із суттєвих напрямків підвищення ефективності управління інформаційними ресурсами. При формуванні такої інформаційної системи на виробничих підприємствах слід виходити зі специфіки управління та функціонування інформації, об'єктивно необхідної для забезпечення цілеспрямованої діяльності підприємства в цілому. Тому комплексна інформаційна система повинна відповідати наступним вимогам: якість інформації; своєчасність надання; безпека інформації й адаптивність до інформаційних потреб, що змінюються; а також обізнаність персоналу у сучасних інформаційних системах.

Досягнути ефективності управління ресурсним потенціалом підприємств можна завдяки правильній роботі внутрішніх керованих змінних, тобто досконалої організаційної структури підприємства. Побудова організаційної структури підприємства потребує створення апарату управління, який має максимально відповідати стратегічним планам діяльності підприємства, при цьому забезпечувати ефективну взаємодію з зовнішнім середовищем і сприяти досягненню поставлених цілей. У сучасних умовах організаційна структура має забезпечити вирішення двох завдань: створити умови для виробництва та швидкого постачання високоякісної продукції споживачу за одночасного підвищення рівня результативності роботи та забезпечити розроблення, освоєння та пропозиції на ринку нових видів виробів.

Отже, серед багатьох напрямів підвищення ефективності господарської діяльності найбільш доцільною, на нашу думку, є розробка заходів щодо покращення результативності господарювання у розрізі таких видів економічних ресурсів, як основні засоби, оборотні кошти та трудові ресурси. Критерієм ефективного використання основних засобів підприємства має стати оптимальне співвідношення між наявним парком обладнання та ступенем його завантаженості. В іншому випадку підприємство матиме справу з перевитратами, пов'язаними з утриманням недієвих об'єктів, або зі зменшенням прибутку внаслідок задоволення потреб споживачів не повною мірою. Підвищення ефективності використання трудових ресурсів є можливим лише за умови формування якісної системи менеджменту, що у свою чергу передбачає встановлення жорстких вимог до керівників усіх рівнів. Найбільш перспективними напрямками при цьому можуть вважатись індивідуальний підхід до оцінки потенціалу окремо взятого працівника та постійне підвищення кваліфікації персоналу.

Джерела та література

1. Казачков І. О. Підвищення ефективності використання ресурсів промислового підприємства. *Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності*. 2013. № 1. Т. 2. С. 86–91.
2. Богацька Н., Швець О. Ресурсне забезпечення діяльності підприємства в сучасних умовах господарювання. URL: <http://intkonf.org/ken-dotsbogatska-nm-shvetsoiresursne-zabezpechennya-diyalnosti-pidpriemstva-vsuchasnih-umovah-gospodaryuvannya> (дата звернення: 15.10.2020 р.).
3. Ульяновченко О. В. Формування та використання ресурсного потенціалу в аграрній сфері: монографія. Харків: Харків. НАУ, 2006. 357 с.
4. Економічна енциклопедія/за ред. Б. Д. Гаврилишина. Київ: Академія, 2002. Т. 3. 951 с.

Близнюк А. – студентка

Науковий керівник: к. е. н., доц.
Л. Шостак
Волинський національний
університет імені Лесі Українки
м. Луцьк, Україна

Шляхи підвищення конкурентоспроможності вітчизняної продукції

Вступ. України до Світової організації торгівлі (СОТ) неминуче призведе до того, що вітчизняна продукція або буде відповідати світовим стандартам і високому рівню конкуренто-

спроможності, або зовсім зникне з міжнародних ринків. Варто враховувати той факт, що іноземні підприємства є значно сильнішими в сфері якості, за рахунок технологічної оснащеності та високого рівня конкурентоспроможності.

Саме в період глобалізації вітчизняної економіки у світове господарство гостро постає питання визначення ефективних шляхів підвищення конкурентоспроможності вітчизняної продукції, що дасть змогу вітчизняним підприємствам ставати інвестиційно привабливим для іноземних партнерів та вільно конкурувати на іноземних ринках із зарубіжними підприємствами.

Дослідження роботи японських підприємств показує, що випуск високоякісної продукції дозволяє отримати потрійну вигоду у вигляді більш низьких виробничих витрат, більш високих чистих доходів, більшої частки ринку. Високоякісна продукція приносить приблизно на 40 % більше прибутку на інвестований капітал, ніж продукція низької якості [1, 262].

Якість продукції на вітчизняному та іноземному ринку абсолютно інша. Проте, якість вітчизняної продукції поступається закордонним аналогам тому, що на більшості підприємств дефіцит фінансових ресурсів для осововлення основних засобів, сучасних технологій виготовлення продукції.

З метою підвищення конкурентоспроможності підприємств особлива увага повинна бути надана вирішенню наступних завдань:

- поліпшення нормативно-правової бази розвитку та вдосконалення конкурентного середовища;

- системний аналіз повинен стати основою для проведення оцінки конкурентоспроможності підприємства;

- розвиток споживчого попиту на продукцію і послуги шляхом введення прогресивних стандартів якості, розширення правової бази споживчих суспільств, розповсюдження достовірної інформації про товари і послуги;

- оцінка конкурентоспроможності повинна здійснюватися на основі нормування відповідних показників;

- стимулювання підприємств до проведення глобальної стратегії щодо перспектив розвитку, підвищення ефективності, конкурентоспроможності і розширення експорту;

- рівень конкурентоспроможності повинен бути оцінений у динаміці, що забезпечить можливість прогнозування змін у майбутньому;

- методика оцінки має бути здійснена для підприємства на практиці, за умов наявності серед основних конкурентів підприємств різних за масштабами діяльності, обсягом та структурою товарної маси;

- при здійсненні оцінки необхідно враховувати причини кількісних та якісних змін діяльності підприємства задля забезпечення можливості прийняття управлінських рішень [2].

До організаційних заходів, що підвищують рівень конкурентоспроможності підприємства, відносять [3]:

- забезпечення пріоритетності продукції;

- зміну якості виробу і його технічних параметрів з метою обліку вимог споживача та його конкретних запитів;

- виявлення переваг товару порівняно із заміниками;

- виявлення недоліків товарів-аналогів, які випускають конкуренти;

- вивчення заходів конкурентів з удосконалення аналогічних товарів;

- виявлення й використання цінових факторів підвищення конкурентоспроможності продукції;

- нові пріоритетні сфери використання продукції;

- диференціація продукції, що забезпечує відносно стійкі переваги споживачів, які віддаються певним видам взаємозамінних товарів.

Підвищення рівня конкурентоспроможності продукції обов'язково повинне бути комплексним процесом, оскільки цей процес вимагає узгодженість дій на всіх рівнях управління підприємством.

Перспективними напрямками підвищення конкурентоспроможності продукції для підприємств всіх галузей національної економіки варто виділити наступні:

- використання енергозберігаючих технологій та обладнання;
- підвищення якості кінцевого продукту, шляхом організації контролю за його виготовленням на всіх стадіях, починаючи з закупівлі сировини і до відвантаження до транспортного засобу;
- проведення ґрунтовні маркетингові дослідження з метою вивчення попиту та запитів споживачів;
- обґрунтована рекламна політика;
- інноваційність продукції, що випускається;
- аналіз конкурентів та детальне вивчення їх продукції;
- підвищення техніко-економічних характеристик продукції;
- модернізація обладнання та оснащення;
- вивчення можливостей випуску продукції – аналогів чи використання альтернативних джерел сировини;
- вдосконалення обслуговування у процесі купівлі та після продажного сервісу;
- тощо.

Варто зазначити, що наведені вище заходи можна постійно розширювати в залежності від сфери діяльності підприємства, від цілей його діяльності, особливостей технологічного процесу та призначення продукції, призначення кінцевого продукту та ін. Проте, навіть якщо рівень конкурентоспроможності продукції підприємства є високим і позиція на ринку стабільною, не варто зупинятись, а потрібно постійно вдосконалювати роботу підприємства.

Джерела та література

1. Как работают японские предприятия/под ред. Я. Мондена и др.; сокр. пер. с англ. Москва: Экономика, 1999. С. 262.
2. Літвінова Ю. О. Проблеми забезпечення конкурентоспроможності підприємства в сучасних умовах. *Управління розвитком*. 2012. № 9. С. 35–37.
3. Кузьмін О. Є., Горбаль Н. І. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства: навч. посіб. для студ. спец. «Міжнародна економіка». Львів: Компакт-ЛВ, 2005. 304 с.

Бодякіна Н. – студентка

Науковий керівник: к. е. н., доц.
Л. Ющишина
Волинський національний
університет імені Лесі Українки
м. Луцьк, Україна

Особливості ділової комунікації у професійній діяльності менеджера

У професійній діяльності менеджера комунікативні вміння та навички відіграють чи не найважливішу роль. Останнім часом використання інформаційних технологій та розширення комунікативного простору, зростаюча роль систем управління та розвиток суспільних відносин призводять до значного розширення ділового спілкування та сфери його функціонування. Проблеми які виникають тут пов'язані з тим, що комунікація здійснюється в умовах несумісних стереотипів мислення й поведінки людей, це стосується й професійних відносин. Проблеми ділової комунікації розглядаються з позицій фахівця в конкретній сфері, наприклад, комунікації в маркетингу, комунікації в менеджменті або PR-комунікації тощо. Зважаючи на це, поняття