

5. Mahacek R., Worker St. Extending Science Education with Engineering and Technology: Junk Drawer Robotics Curriculum. *Advances in Youth Development Programming Research and Evaluation from the University of California Cooperative Extension 2001–2010*. California: The University of California, 2011. P. 49–60.
6. Targeting Life Skills In 4-H. URL: http://3t61of1t6u3x3af7ir2y91ib.wpengine.netdna-cdn.com/wp-content/uploads/2016/02/101.9_Targeting_Life_Skills.pdf

Сарахман І. – студентка

Науковий керівник: д. е. н., проф.
О. Полінкевич
Волинський національний
університет імені Лесі Українки
м. Луцьк, Україна

Шляхи підвищення конкурентоспроможності потенціалу сучасного підприємства

Здатність певного об'єкта або суб'єкта перевершити конкурентів у сучасних умовах – є одним із вагомих аспектів ринкового середовища, який характеризується можливістю підприємства пристосовуватися до умов ринку і займати провідне місце в економічному просторі. Сучасні умови на ринку мають бути конкурентоспроможними. Вони характеризуються стрімким зростанням вимог споживачів, що свідчить про посилення конкурентної боротьби, а також про зміцнення позицій конкурентів і скорочення строків впровадження інноваційних технологій. Через жорстку конкуренцію суб'єкти ринку змушені постійно тримати під контролем дії власних суперників, ухвалювати рішення, що зумовлюють подолання негативних наслідків їхнього конкурентного тиску та сприяють стабільному розвитку суб'єкта в умовах конкуренції, тобто забезпечують його конкурентоспроможність. На сучасному етапі економічного розвитку, проблема зниження конкурентоспроможності підприємств займає центральне місце в економічній політиці держави.

Вагома частина праць по дослідженню питання конкурентоспроможності підприємства належить видатним дослідникам та вченим. Серед основних дослідників, роботи яких можна виділити: Г. С. Бондаренко, Т. Б. Харченко, О. Є. Кузьміна, Л. В. Балабанова. У своїх працях вчені намагалися дослідити та проаналізувати конкурентоспроможність підприємства, як одну із вагомих аспектів ринкового середовища [2].

Світова криза, через коронавірус, загострила ситуацію в конкурентній боротьбі підприємств, саме тому постає проблема управління конкурентоспроможністю підприємства нагальною для сучасних підприємців. Через відсутність проведення адекватної та вчасної оцінки рівня власного конкурентного потенціалу, виявлення й аналізу факторів безпосереднього впливу на конкурентні позиції підприємства, його керівництво унеможливорює розробку та впровадження в дію стратегії існування та функціонування організації.

Для підприємств, які прагнуть до зростання частки на ринку або до її збереження, важливо використовувати досвід суб'єктів вже розвинутого ринкового середовища, зокрема в побудові управлінської моделі конкурентоспроможності, використанні інформаційно-аналітичних способів оцінювання та формуванні механізму підвищення ефективності інвестиційно-інноваційного забезпечення конкурентоспроможності, реалізації системи заходів міжгалузевого та міжрегіонального співробітництва у досягненні на ринку добросовісної конкуренції [1, 11].

На думку Т. Г. Васильківа конкурентоспроможність – це боротьба підприємств за економічні вигоди від продажу товарів і послуг, а також за ринки постачання і збуту, за робочу силу [1].

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

- виявлення переваг товару порівняно із заміниками;
- диференціація продукції, що забезпечує відносно стійкі переваги споживачів, які віддаються певним видам взаємозамінних товарів;
- зміну якості виробу і його технічних параметрів з метою обліку вимог споживача та його конкретних запитів;
- вивчення заходів конкурентів з удосконалення аналогічних товарів;
- виявлення й використання цінових факторів підвищення конкурентоспроможності продукції;
- виявлення недоліків товарів-аналогів, які випускають конкуренти;
- нові пріоритетні сфери використання продукції;
- забезпечення пріоритетності продукції.

Отже, забезпечення високого рівня конкурентоспроможності означає, що всі ресурси, якими користується підприємство, більш продуктивніші і приносять більший прибуток, ніж його ринкові конкуренти. Цей фактор надає підприємству зайняти стабільне та постійне місце на ринку товарів та послуг і забезпечує постійний попит споживачів на його продукцію.

Виведення на ринок нових видів продукції, широке використання рекламних заходів, зниження ціни на продукцію або послуги, реалізація товару через більшу кількість торгових представників та впровадження інновацій – є основними шляхами підвищення конкурентоспроможності підприємства. Керівництво підприємства повинно простежувати зміни, що відбуваються в умовах господарювання, і вводити різноманітні перетворення в політиці ведення виробництва та реалізації товарів.

Покращити умови і збільшити ефективність діяльності підприємств можна шляхом наступних дій: посилення контролю за грошовими потоками, налагодження постійної системи збору, обробки і використання інформації, розроблення ефективної стратегії, налагодження партнерських відносин, удосконалення нормативної бази.

Джерела та література

1. Васильків Т. Г., Лупак Р. Л. Конкурентоспроможність підприємства. Львів: ЛКА, 2016. 484 с.
2. Завьялов П. С. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицях: учеб. пособие. Москва: ИНФРА-М, 2002. 496 с.
3. Кузьмін О. Є., Горбаль Н. І. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства: Львів: Компакт-ЛВ, 2005. 304 с.
4. Семенчук І. М., Мала К. Ю. Шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємств харчової промисловості. *Агросвіт*. 2019. № 4. С. 56–61. DOI: 10.32702/2306-6792.2019.4.56

Сергєєва А. – студентка

Науковий керівник: к. пед. н., доц.

Л. Бобко

Львівський національний університет
імені Івана Франка, м. Львів, Україна

Проблеми впровадження інноваційних технологій у розвиток вітчизняних підприємства

У сучасних умовах інноваційний розвиток постає єдиною передумовою забезпечення економічної незалежності України та дає змогу подолати вагомий розрив із передовими конкурентоспроможними державами [1].