

– реалізувати продукцію в більших обсягах за рахунок залучених покупців;

– зробити торгову марку фірми більш популярною серед покупців оскільки певна кількість покупців сильно прив'язується до диференційних ознак.

Перевагою стратегії диференціації є забезпечення підприємству безпеки в конкурентній боротьбі до тих пір, поки споживачі зберігають стійку лояльність до його продукції. Так, потужні постачальники рідко представляють для такого підприємства загрозу, так як вони більш налаштовані на ціну, ніж на собівартість. Підприємство також не має проблем і з покупцями, мають високий дохід. Диференціація і широка лояльність покупців створюють бар'єри іншим фірмам, яким ще потрібно розробити свої конкурентоспроможні стратегії. Нарешті, замінюють продукти можуть створити загрозу тільки при здатності конкурентів виробляти продукти, що задовольняють в такому ж ступені споживачів.

Таким чином, стратегія диференціації має ряд переваг перед іншими стратегіями, що дозволяють, по-перше, допомогти підприємству вижити в умовах конкуренції на ринку основного виду діяльності, перекинувши частину активів на інші підприємства, а по-друге, допомогти вигідно вкласти надлишкові ресурси в власне підприємство.

В.Г. Краля, ст. викл. (*ХНТУСГ ім. П. Василенка, Харків*)

А. Бальдер, студ. (*ХНТУСГ ім. П. Василенка, Харків*)

ЕФЕКТИВНІСТЬ УПРАВЛІНСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ЇЇ ЗВ'ЯЗОК ІЗ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Будь-які зміни в організації, що проводяться апаратом управління, повинні відповідати її конкретним цілям, досягнення яких передбачає ефективну роботу підприємства. Найбільш розповсюдженими цілями підприємницької діяльності вважаються розмір прибутку, стійкий ріст прибутку, визнана споживачами висока якість продукції, конкурентоспроможність та інші, що характеризують результативність та ефективність.

Основними поняттями ефективності управління є ефективність праці працівників апарату управління, ефективність процесу управління, ефективність механізму управління (структурно-функціонального, фінансового, виробничого та ін.). Існує перелік причин, що можуть зав'язати при оцінці управлінської діяльності, тим

не менш теорією та практикою управління розроблені методологічні підходи та методичні прийоми для її проведення.

Аналіз показує що проблема ефективності підприємництва та управління можна роздивлятися як на макро-, так і на макрорівні, тобто в масштабі як всієї господарської системи, так і окремої підприємницької структури. Макроекономічний та мікроекономічний аспекти ефективності діяльності підприємств тісно пов'язані та взаємообумовлені, але в той же час мають і самостійне значення.

Ефективність діяльності підприємства на мікрорівні можна оцінювати як по росту прибутку, так і по підвищенню конкурентоспроможності підприємства, яка є основою для отримання доходів та прибутку, оскільки падіння рівня конкурентоспроможності значить втрату ринку, а значить і скорочення діяльності, що може призвести до закриття підприємства.

У зв'язку з цим для того щоб більш повно висвітлити сутність ефективності підприємницької діяльності, необхідно дати визначення конкурентоспроможності. Аналізуючи існуючі визначення терміна конкурентоспроможності, можна зробити наступні висновки:

- конкурентоспроможність – властивість практично будь-яких економічних об'єктів;

- за деяких умов конкурентоспроможність можна роздивлятися як тотожність таких економічних категорій як якість або ефективність;

- у випадку активних економічних об'єктів – організацій що представлені на ринку – конкурентоспроможність по суті це ефективність, але на більш високому рівні.

Для того щоб більш повно оцінити взаємозв'язок конкурентоспроможності та ефективності діяльності та управління, необхідно дати оцінку їх критеріїв та факторів. По-перше, на підвищення конкурентоспроможності підприємства впливає правильна сегментація ринку та правильний вибір своєї «ніші». По-друге, на рівень конкурентоспроможності важливий вплив дає науково-технічний прогрес та ступінь новизни технології виробництва.

Підприємства надають великого значення аналізу своїх сильних та слабких сторін для оцінки реальних можливостей в конкурентній боротьбі, а також розробці заходів та заходів, за рахунок яких підприємство змогло б підвищити конкурентоспроможність та забезпечити собі успіх.

Оцінка конкурентоспроможності підприємства на конкретному ринку ґрунтується на прискіпливому аналізі технологічних, виробничих, фінансових можливостей підприємства, вона покликана визначити потенційні можливості підприємства та заходи які підприємство повинно провести для забезпечення конкурентних позицій на ринку.

Така оцінка повинна містити наступні показники: потребу в капіталовкладеннях як в цілому так і по окремих видах продукції; асортимент конкурентоспроможної продукції, її об'єми та вартість; потреба в засобах на формування попиту та стимулювання пропозиції та інші. Результати дослідження беруть за основу при розробці стратегії підприємства, її технічної, асортиментної та збутової політики.

О.М. Крюкова, канд. екон. наук, доц. (*ХТЕК КНТЕУ, Харків*)

В.М. Ключко, канд. екон. наук, доц. (*ХТЕК КНТЕУ, Харків*)

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ НАЦІОНАЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ

У розвинених країнах світу відбувається перехід до постіндустріальної економіки, де головними виробничими ресурсами стають знання та інформація. На думку академіка С.Ю. Глазєва, в другому десятилітті ХХІ століття сформується відтворювальна система нового, шостого, технологічного укладу. Ключові напрями його розвитку: біотехнологія, заснована на досягненнях молекулярної біології і генної інженерії, нанотехнологія, системи штучного інтелекту, глобальні інформаційні мережі та інтегровані високошвидкісні транспортні системи.

Своєчасний розвиток цих ключових напрямів нового технологічного укладу, який буде домінувати в цьому сторіччі, закладає порівняльні конкурентні переваги країни. Секрет будь-якого «економічного дива» полягає у вірному виборі пріоритетів розвитку.

На сьогодні, державне фінансування інноваційної діяльності в Україні пов'язане з розвитком III і IV технологічних укладів. Звідси формується модель економіки, яка за своїми базовими характеристиками не потребує інновацій і не має стимулів для інвестицій в людський капітал.

Нині Україна відзначається низьким рівнем конкурентоспроможності, перебуваючи на першій її стадії – факторній. Про це свідчать місце України за індексом глобальної конкурентоспроможності економіки, так, за даними цього форуму в 2016/2017 році Україна посіла 85 місце серед 138 країн світу, погіршивши свій індекс з попереднім 2015/2016 роком на 6 пунктів, а з 2014/2015 роком – на 9 пунктів. При цьому основними негативними чинниками для ведення бізнесу в Україні визначено, крім корупції,