

БЕЛОУСОВ
Ярослав Ігорович
Zexa@ukr.net

СЕРЕБРЯК
Ксенія Ігорівна
serebriakki@ukr.net

БЕЛОУСОВА
Любов Іванівна
belousova_2014@ukr.net

к.е.н., доцент, Східноукраїнський
національний університет імені
Володимира Даля (м. Сєвєродонецьк)

д.е.н., професор, Східноукраїнський
національний університет імені
Володимира Даля (м. Сєвєродонецьк)

к.е.н., доцент, Східноукраїнський
національний університет імені
Володимира Даля (м. Сєвєродонецьк)

УДК 339.137

СТРАТЕГІЧНІ ОРІЄНТИРИ РОЗВИТКУ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОГО ПІДПРИЄМСТВА ТА ЇХ ВПЛИВ НА КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ

STRATEGIC GUIDELINES FOR THE DEVELOPMENT OF A COMPETITIVE ENTERPRISE AND THEIR INFLUENCE ON COMPETITIVE ADVANTAGES

DOI: [https://doi.org/10.37634/efp.2021.4\(3\).1](https://doi.org/10.37634/efp.2021.4(3).1)

BIELOUSOV Yaroslav – PhD in Economics, Associate Professor, Volodymyr Dahl East Ukrainian National University

SIERIEBRIAK Kseniia – Doctor of Economics, Professor, Volodymyr Dahl East Ukrainian National University

BIELOUSOVA Liubov – PhD in Economics, Associate Professor, Volodymyr Dahl East Ukrainian National University

Мета роботи - дослідження стратегічних орієнтирів розвитку підприємств та їх впливу на формування конкурентних переваг. Під час дослідження застосовані методи логічного узагальнення інформації, наукових праць вчених, вивчення джерел інформації. Проведене дослідження підтвердило, що орієнтири стратегії розвитку підприємства, які скеровані на конкурентоспроможність, сприяють можливості виходу на нові ринки, створенню нових груп споживачів та розширенню існуючих груп, що надає змогу зростати доходу підприємств.

* * *

Modern enterprises are forced to develop and implement strategies that ensure the fulfilment of new tasks based on innovation due to continuous changes in development.

To gain a competitive advantage, which requires finding ways to enhance the competitiveness and adequately respond to external challenges, companies have to search for new strategic guidelines and determine their influence on competitive advantages.

The topicality of this paper is in the need to study the formation of the competitiveness of enterprises, determine the features of their development, research strategic guidelines for enterprise development, and their influence on the formation of competitive advantages.

The study applied the methods of logical generalization of information, comparison and formalization, analysis of research papers, the study of information, clarification of the studied information, systematization, forecasting, system and logistic approach of observation.

The paper researches strategic guidelines for enterprise development and their influence on the formation of competitive advantages. The paper considers enhancing the competitiveness of enterprises through its ability to form and use the aggregated potential in the long-term prospect. This provides benefits to the enterprise and the implementation of its priority tasks, achievement of ultimate goals, and is determined by several methodological aspects, factors for improving competitive positions driven by changes, the implementation of which helps to increase the chances of winning competition in the market. The study has confirmed that guidelines of the company's development strategy aimed at the competitiveness promote opportunities to enter new markets, create new consumer groups and expand the existing ones allowing the company to grow even without powerful additional technological or productive innovations. The paper proves that the implementation of innovation policy helps the company to gain its competitive advantages, improve its image and, consequently, stimulate consumer interest.

Ключові слова: стратегічні орієнтири, підприємство, стратегічне планування, розвиток, переваги, конкурентоспроможність, вплив

Keywords: strategic guidelines, enterprise, strategic planning, development, competitive advantages, competitiveness, influence

ВСТУП

Конкурентоспроможність підприємств безпосередньо залежить від пізнання чинників навколишнього середовища, а саме рівня конкуренції у галузі, рівня оснащення та технологічних змін у конкурентів, ринку інновацій та ринкового навантаження, можливості розширення ринку збуту, нових принципів використання ринкових механізмів для сприяння інноваційної діяльності, механізмів взаємодії підприємства

з навколишнім зовнішнім середовищем, рівня загроз, системи керування ринком певного продукту, яка спонукає до проведення моніторингу, аналізу, планування, організації всіх ресурсів для задоволення потреб споживачів, вміння правильно використовувати ту чи іншу ринкову ситуацію, яка виникла в середовищі. Особливе місце займає чинник часу, оскільки він пов'язаний зі збутом інноваційного продукту, його рентабельністю. На стадії прогнозування підприємство повинно зважати на слабкі вектори

свої діяльності, які схильні до втрати міцності та яким притаманні зміни, що можуть виявитися у процесі виробництва. Це слабкий ресурсний потенціал, недостатність фінансових коштів, порушення логістичних мереж, недосконалість інженерно-транспортної інфраструктури та коли технології спираються на застарілі підходи тощо. Прогнозні розрахунки повинні враховувати сучасні вимоги споживачів, переваги конкурентів на ринку, передбачати можливі політичні зміни у регіоні або державі.

В умовах безперервних змін у процесах розвитку середовища, керівники багатьох сучасних підприємств змушені розглядати розроблення і впровадження нових інноваційних стратегій, що скеровані на конкурентоспроможність, як гостру необхідність.

З метою отримання переваг у конкурентній боротьбі, яка зумовлює пошук шляхів підвищення конкурентоспроможності та відповідну реакцію викликам зовнішнього середовища, підприємства вимушені шукати нові орієнтири стратегій та вивчати їх вплив на конкурентні переваги.

Серед вітчизняних і закордонних вчених, які через свої наукові праці зробили вагомий внесок у розвиток теорії конкурентоспроможності, методології її оцінювання, сталого розвитку підприємств виділяються М. Чумаченко, О. Амоша, А. Мазаракі, І. Заблудська, Р. Галгаш, І. Семененко, М. Максимова, Р. Фатхутдинов, І. Должанський, Ю. Іванов, І. Герчикова, О. Драган, В. Гончаров, Т. Загорна, Н. Тарнавська, А. Вакуленко, Й. Шумпетер, А. Сміт, Д. Рікардо, Ф. Найт та ін.

Наукові праці відомих вчених містять дослідницький і науковий матеріал, однак, окремі аспекти та питання відносно конкурентоспроможності підприємств, конкурентної боротьби, пошуку орієнтирів стратегії розвитку сучасних підприємств потребують подальшого вивчення й дослідження.

Актуальність теми обумовлена необхідністю вивчення процесу формування конкурентоспроможності підприємств, визначення особливостей їх розвитку, дослідження стратегічних орієнтирів розвитку підприємств та впливу на формування конкурентних переваг.

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

У процесі дослідження застосовані методи логічного узагальнення інформації, порівняння та формалізації, аналізу та вивчення наукових праць вчених, групування джерел інформації, уточнення дослідженої інформації, систематизації індикаторів та прогнозування, системний та логістичний підхід спостереження.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Основними індикаторами, які характеризують високий ступінь конкурентоспроможності підприємства є наявність розвинутого виробничого, технологічного та фінансового потенціалів, власних потужностей, інших ресурсів для вирішення стратегічних завдань, здійснення ефективних процесів купівлі і продажу, стійкість до змін на ринку, здатність якісно та у встановлені терміни виконувати державне замовлення та інші зобов'язання, що робить підприємство привабливим для інвесторів.

Конкурентоспроможне підприємство являє собою раціональну виробничу структуровану систему з роз-

виненим ресурсним потенціалом. Воно здатне розробити орієнтири, вплив яких безпосередньо формує конкурентні переваги у вигляді зміцнення капіталу підприємства та розвитку збутової діяльності, зростання майбутніх прибутків, створення та зміцнення ринкових позицій, додаткової сталості відносно несприятливих або неочікуваних впливів зовнішнього середовища і протидії конкурентів.

Саме конкурентна боротьба виступає механізмом ринкового регулювання та швидкого реагування на виклики ринку. Самостійність господарювання, ініціативний, творчий, морально відповідальний підхід до справи викликає необхідність рішення цілої низки проблем, пов'язаних з інноваційним пошуком ринкових можливостей, управлінням фінансами, використанням ресурсів та залученням інвестицій [1, с. 185–186].

Конкурентна боротьба визначає вплив інноваційних технологій, задіяних у виробництві на продуктивний результат, формуючи загальні процеси стратегічного управління розвитком підприємства. Вони реалізуються через координаційні дії та управлінські рішення для прискорення впровадження інновацій, які орієнтовані на конкурентоспроможність та виступають засновником створення нового продукту з покращеними якість, визначають ступінь диференціації продукції.

З метою створення та реалізації нового конкурентного продукту підприємствам необхідні додаткові інвестиції. Конкуренція набуває особливо гострої форми у тих ринкових сегментах продажу, які здатні гарантувати таку реалізацію. Завданням кожного підприємства, яке потребує капіталовкладень, інвестиційних коштів, є завоювання міцних позицій на ринку не тільки у внутрішньому середовищі, а й у зовнішньому, готовність до змін, які в них відбуваються. Обмеженість власних фінансових ресурсів підприємств, складності у залученні коштів інвесторів та необхідність повернення банкам високих відсотків за кредитами, уповільнює процес створення інноваційного продукту.

В умовах розвитку ринкової економіки процес підвищення конкурентоспроможності підприємств реалізується в його здатності сформувати і використати у довгостроковій перспективі сукупний потенціал, який визначається взаємодією інноваційної і виробничої складових. Така взаємодія забезпечує переваги підприємству та прискорює реалізацію його пріоритетних завдань, дає змогу не лише вдосконалювати виробничий процес і продукт, а й прогнозувати перспективи розвитку підприємства, досягати кінцевих цілей, сприяти визначенню методологічних аспектів, виявленню факторів покращення конкурентних позицій, що управляються змінами, шляхом впровадження ефективних інструментів адаптації до зовнішнього середовища. У процесі здійснення прогнозування, підприємство, яке забезпечує свою конкурентоспроможність, для проведення аналізу та своєчасного діагностування стану всіх систем і підсистем, їх інтегрованості із загальною системою управління, керується певними індивідуальними й колективними експертними оцінками, які є підставою для визначення ефективності, стабільності та рівноваги конкурентних переваг.

Сучасний ринок конкурентного продукту характе-

ризується взаємодією попиту і пропозиції, вимагає від підприємств прогресивних, структурних і трансформаційних змін. В умовах змін, звичайні методи управління підприємством, стратегії, які не враховують прагнення підприємства до конкурентоспроможності та інноваційного розвитку, не передбачають дій, скерованих на зміцнення ресурсного потенціалу підприємства, перестають давати очікувані результати. У підприємства можуть з'явитися непередбачувані ризики та загроза втрати його сталості, рівень якої буде зростати пропорційно розширенню використання нових технологій в організаційній та управлінській діяльності. Шляхом вирішення цих проблем може стати застосування існуючого на підприємстві механізму гарантування безпеки. Функції механізму проявляються у визначенні безпеки та негативних явищ, нейтралізації загроз і кризових станів, а також у своєчасних заходах із прогнозування та запобігання їм.

Механізм гарантування безпеки має містити елементи: оцінка стратегії розвитку, оцінка процесів, які зумовлюють вибір напрямку розвитку, визначення додаткових тактичних пріоритетів, аналіз факторів, розроблення плану заходів щодо вдосконалення механізму гарантування безпеки [2, с. 15].

Іншими напрямками вдосконалення розвитку підприємства та досягнення рівня конкурентоспроможності, можуть стати: впровадження у виробництво нових принципів, наприклад, постійної модернізації, застосування сучасних удосконалених процесів, методів і ефективних конкурентних підходів, які ґрунтуються на низьких витратах виробництва, за умови, коли на ринку переважає цінова конкуренція, а продукція стандартизована. Оптимізація на всіх ланках і в системах виробничого процесу, приймання дієвих управлінських рішень та впровадження ефективних заходів, скерованих на формування переваг відносно конкурентоспроможності, коли її зміни обумовлені як зовнішніми, так і внутрішніми факторами впливу, значна частина яких може розглядатися в якості керованих параметрів на зовнішніх ринках, максимально якісно впливають на розвиток підприємства, підвищуючи рівень його конкурентоспроможності.

Реалізація нового продукту високотехнологічного рівня, виготовленого підприємством, у стратегії розвитку якого передбачені орієнтири на конкурентні переваги, такі як технологічні, виробничі, комунікаційні тощо, дає змогу не тільки завоювати переваги на ринку, розширити його сегменти, а й впливати на конкурентів конкретного ринку, послаблюючи їхні позиції, дає можливість отримати надприбуток, інтенсивність нарощування якого знаходиться залежно від рівня окупності витрат. Конкурентні переваги не можуть бути вічними, вони створюються й утримуються у часі тільки за постійного вдосконалення всіх сфер діяльності й залежать від джерел їх одержання, динамічності інноваційних процесів, своєчасної зміни конкурентних переваг на нові, перспективні. Для визначення конкурентних переваг важливо орієнтуватися на запити споживачів і пересвідчитися у тому, що ці конкурентні переваги реальні, унікальні, відчутні для споживачів і сприймаються ними як такі [3, с. 448-450].

Використання конкурентних переваг із завданням не тільки окупності вкладених витрат, а й отримання

надприбутків, наприклад, через заплановане зниження витрат, потребують постійного моніторингу й контролю, оцінювання раніше впроваджених стратегій та результатів впроваджених стратегічних рішень за багатьма напрямками. Векторами контролю можуть стати результати, час, кількість, методи, потенціали, фінанси, обсяги, ресурси, рішення, ідентифікація проблем, небезпека, ризики, ринки, конкуренти, системи, кадри тощо.

Конкурентні переваги підприємства пов'язані з невизначеністю ринкової поведінки конкурентів, їх чисельністю на ринку, розмірами підприємства та обсягами збуту, асортиментом та новизною виробленого продукту, особливостями методів впроваджених технологій його збуту, методами адаптації до нестабільного зовнішнього середовища, з неузгодженістю у функціонуванні систем самого підприємства та безконтрольністю їх функціонування, неспроможністю до інших зовнішніх викликів та рівнем загроз у внутрішньому середовищі, зі змінами у сфері політики. Конкурентні переваги зумовлюють виникнення протиріч із зовнішнім середовищем, зі змінами у відносинах із конкурентами та їхніми партнерами у ринкових взаємозв'язках.

У процесі здійснення підприємством виробничої та господарської діяльності, складові переваг набувають організаційних та структурних змін, нових якостей, змінюються в часі, діють тільки в певний період та за певних умов, потребуючи постійного моніторингу індикаторів і показників набутих властивостей. З урахуванням цих факторів переваги можуть втрачати свою сталість, а, отже, і зацікавленість до них.

Зміцнювати свої конкурентні переваги, покращувати свій імідж, а отже, підвищити зацікавленість споживача, підприємству допомагає реалізація інноваційної політики. На думку Я.І. Белоусова, успіх розвитку вітчизняного бізнесу в даний час полягає у вдосконаленні управління інноваціями за принципами: створення атмосфери стимулюючої пошук і освоєння нововведень; націленість інноваційного процесу на потреби споживача; визначення пріоритетних напрямів інноваційних робіт, виходячи з цілей і завдань, скорочення числа рівнів в управлінні з метою прискорення процесу «дослідження – виробництво – збут» [7, с.141].

Стратегія розвитку великих наукоємних підприємств, повинна орієнтуватися на сучасні інноваційні технології, носити цільовий характер. Підприємства, які мають розвинений науковий потенціал та здатні слугувати базою для технічних і технологічних інновацій, створити умови для якісних змін у майбутньому, запроваджують інноваційні процеси у виробництво, нарощують інноваційний, технологічний потенціал, на які й спираються в досягненні поставлених цілей, наприклад, таких як завоювання кращих та вигідніших позицій на ринку або вихід на освоєний ринок із новим продуктом або технологіями, досягнення високих, наукових і науково-технічних результатів.

Технологія, як ключова сфера управлінської уваги, сприяє зміцненню таких позицій, як забезпечення технологічного лідерства, можливість бути лідером ринку та отримувати переваги від впровадження нових досконалих продуктів, отримання додаткових переваг,

завдяки унікальності технології або створеній із її використанням продукції, випередження конкурентів [4, с. 138–140].

Попит споживачів, зміна суспільних потреб, які лежать в основі ефективності збутової діяльності, впливають на прагнення підприємства виготовляти новий інноваційний продукт. Стратегічне орієнтування розвитку підприємства на новий продукт передбачає створення якісного продукту, який втілює конкурентні переваги та являє собою сукупність споживчих властивостей, нової якості та забезпечує здатність підприємства конкурувати з аналогами на конкурентному ринку в певний проміжок часу й забезпечує максимальне повне задоволення споживачів, що веде до стабільних зв'язків із ними. У найбільш загальному випадку вони реалізуються у диференціації продукції під час обслуговування якого-небудь ринку або його сегменту.

Орієнтири стратегії розвитку підприємства, які скеровані на конкурентоспроможність, надають можливість виходу на нові географічні ринки, створення нових груп споживачів та розширення існуючих груп, що сприяє зростанню доходу підприємства навіть без серйозних додаткових технологічних або продуктивних інновацій. Підприємство може використовувати ефект масштабу виробництва, зменшуючи операційні витрати, що веде до зростання прибутку та використовувати ефект мультиплікації ринку, застосовуючи для іншого географічного ринку або групи клієнтів уже апробовані, та такі, що підтвердили свою результативність, методи, прийоми та способи роботи [4, с. 138–140].

Стратегія розвитку підприємства, у планах якого є досягнення конкурентоспроможного стану, формується на основі системного підходу, який зі свого боку спирається на принцип цілісності, відповідно до якого, зміни мають сприяти покращенню діяльності у всіх підсистемах підприємства та на принцип декомпозиції, що дозволяє зменшити рівень складності прогнозованої стратегії. Застосування комплексного оцінювання рівня конкурентоспроможності, кількісні показники якого згруповані відповідно до поставлених стратегією цілей, здійснюється на підставі розрахунку з використанням систематизованої документальної та кодифікованої інформації. Значення отриманих показників не можуть характеризувати ефективність стратегії розвитку підприємства, але рівень ефективного управління в означеній стратегії, за визначеними напрямками відносно конкурентоспроможності, може охарактеризувати їхню динаміку – збільшення є позитивним, а зменшення негативним.

Показники комплексного оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємства об'єднуються за такими напрямками, як стійкість фінансового становища підприємства, ефективність процесів купівлі, продажу товарів і послуг, оцінка ринкового положення. Саме наявність ресурсів, їх органічна й технічна побудова визначає можливість розвитку.

Розроблення і впровадження конкурентної стратегії дає підприємству міцну конкурентну перевагу та сприяє можливості розрахунку характеристик майбутнього продукту, його властивостей, які сприятимуть залученню нових споживачів на ринку.

З метою успішної реалізації таких завдань необхідно розробити системний регулятор взаємодії держави з промисловим сектором економіки, який включав би механізм утворення відповідного економіко-правового середовища й державної підтримки підприємств через розміщення державних замовлень, що сприятиме підвищенню конкурентоспроможності та забезпеченню розвитку стимулюючого середовища.

М.О. Панченко, Г.О. Трубаєва зазначають, що незмінним пріоритетом у постановці цілей підприємства, стратегічно орієнтованого на стійку конкурентоспроможність, є досягнення й підтримання певного допустимого рівня доходу, нижче якого він не повинен знижуватися. Така мета актуалізує завдання ресурсозбереження підприємства, яке має інтерес отримання максимально високої прибутковості від своєї діяльності. Грунтуючись на припущенні невизначеності ринкового середовища, варто підкреслити, що система стратегічних орієнтирів підприємства не залишається незмінною: з часом, зі зміною поводження взаємодіючих суб'єктів зовнішнього середовища і, нарешті, із загальними змінами, що відбуваються у навколишньому середовищі, можуть змінюватися формулювання інтересів та їх пріоритетність [5, с. 37–39].

Стратегічні орієнтири розвитку підприємств на технології та виробничі пріоритети передбачають розроблення й застосування методів оцінювання рівня конкурентоспроможності, системи показників її вимірювання та результати моніторингових досліджень. Вони повинні враховувати показники технічного стану, методи формування алгоритмів підвищення рівня конкурентоспроможності, що враховують оцінювання потужності інноваційного потенціалу та потенціалу формування технологічних ресурсів, форми організації виробничої і фінансової діяльності, цінні орієнтири на продукт та коефіцієнт його новизни.

Підприємства з невідповідним ресурсним потенціалом, вимушені ініціювати впровадження інших стратегій, скерованих на забезпечення виживання у короткостроковій перспективі, а за умови зміцнення виробничого та економічного потенціалу, здійснювати впровадження інноваційних технологій, що дасть змогу подальшого розвитку в довгостроковій перспективі.

Технологічні та виробничі переваги, домінування підприємства над іншими в галузі, змушує не тільки зберігати конкурентний потенціал, але й постійно нарощувати потужності, вчасно здійснювати оцінювання стратегії розвитку, моніторинг її складових підсистем, корегувати результативність і відповідність та вносити зміни в стратегічне управління, забезпечуючи адекватність обраних рішень. Стратегічні орієнтири можуть тимчасово втрачати сучасність, набувати змін або нових властивостей, які можуть привести до втрати рівноваги, стійкості структури в певному періоді або сприятимуть отриманню значного досвіду в проектуванні та виготовленні високотехнологічного обладнання, досвіду з забезпечення розширення експортних можливостей підприємства, з формування попиту на продукцію, сприятимуть надходженню інвестицій для зміцнення наукового потенціалу, розвитку техніки, проведенню модернізації та технічного переоснащення.

На думку О.А. Гури, успіху можуть досягти не ті

підприємства, які здатні визначити вірну стратегію, а ті, які вчасно адаптують її відповідно до змін та з урахуванням існуючих на підприємстві та навколо нього ризиків. Конкурентна стратегія – це план управління окремою сферою діяльності, що ґрунтується на діях і підходах, спрямованих на забезпечення успішної діяльності в одній специфічній сфері бізнесу. Конкурентна стратегія визначає шляхи завоювання сильних довгострокових конкурентних позицій. Цю стратегію називають стратегією конкурентоспроможності [6, с. 177–178].

Виробничі переваги підприємства знаходяться залежно від наявності кадрового та інтелектуального потенціалу, який зумовлює високий професіоналізм і відповідну освіту працівників, постійне підвищення їхньої кваліфікації, знань та майстерності.

Комунікаційні переваги це засіб зв'язку, який забезпечує обмін сигналами та інформацією про стратегію розвитку підприємства, його цілі й завдання, вони реалізуються через спілкування, дозволяють довести інформацію про зміни у стратегічному управлінні до всіх структур і підрозділів підприємства. Комунікаційний зв'язок дозволяє визначити кадровий потенціал і його можливості, який потребує інформації для його переробки та створення комунікаційної, інформаційної системи. Вибір правильних комунікаційних систем, засобів, каналів і рівнів обміну інформацією визначається такими критеріями, як зміст інформації, її об'єктивність, вірогідність та її об'єкт; підбір доцільних комунікаційних засобів; виділення каналів передачі і сприйняття інформації та способів обміну інформацією. Комунікація здійснюється завдяки послідовному залученню всіх структур і підрозділів підприємства в процес розробки стратегій його розвитку, орієнтирів і системи показників, які оцінюють її досягнення. Менеджери залучаються у процес розроблення стратегій і внутрішніх бізнес-процесів, визначаючи ключові орієнтири, формуючи потенціал кадрів і вимоги до використовуваних технологій, тим самим формують інформаційний потенціал [7, с. 59–61].

Інформація, зокрема, фактографічна має значний вплив на нову інноваційну стратегію розвитку підприємства. Фактографічна інформація заснована на об'єктивних, несуперечливих показниках, які зазначаються в облікових документах, документах із моніторингових досліджень, проведених експертних оціночних звітах та слугують підставою для прогнозних розрахунків. Важливим є можливість вільного доступу до достовірної, точної інформації, що може прискорювати технологічні зміни. Цілеспрямована інформація розповсюджується та швидко впроваджується, впливаючи на якісні трансформації. Експертна інформація має локальний характер і надходить від експертів у вигляді систематизованих індикаторів, узагальнених показників, коефіцієнтів вагомості, нормативних параметрів, інтегрованих складників та характеристик тощо. Якщо інформація буде неупередженою, систематизованою, носити вірогідний характер та призначена головно для прискорення реалізації нової стратегії розвитку, то шляхи її реалізації будуть вимагати постійного коригування, за рахунок змін на всіх ланках виробництва й навколишнього середовища.

Інформаційні переваги підприємства, які є скла-

довою комунікаційних переваг, мають неабияке значення в досягненні конкурентних цілей. Інформаційні ресурси забезпечують можливості для накопичення та використання інформації, регулюють відповідність стратегії підприємства.

За умови ефективного використання інформаційних систем та сучасних інформаційних технологій на підприємстві, їх доцільності, визначається ступінь зростання конкурентоспроможності, тобто широке розповсюдження та швидке впровадження якісних змін, пов'язаних із постійним вдосконаленням технологічної складової; більш якісне та розширене обслуговування споживача; вільний доступ до вірогідної та оперативної інформації, що дає змогу посилити найслабкіші підсистеми та унеможливити перехід до кризового стану; вчасне виявлення ризиків, які знижують стабільний стан стратегічних переваг; визначення механізму управління зовнішньоекономічною діяльністю, фактори ефективності управління прискоренням комунікаційної взаємодії між працівниками; зростання прибутковості підприємства.

Умовами для досягнення високого рівня конкурентоспроможності підприємств є забезпечення функціонування відповідного середовища та засобів, які реалізуються через формування потужного інноваційного та науково-технічного потенціалу, впровадження новітніх технологій, розвинений механізм їх формування, забезпечення процесу виробництва високопрофесійними, освіченими кадрами, які зумовлюють розвиток та задоволення потреб споживачів.

ВИСНОВКИ

В Україні високою залишається кількість підприємств із низьким рівнем конкурентоспроможності, а отже, гостро постає необхідність:

- пошуку відповідних стратегічних орієнтирів розвитку підприємства, діяльність якого скерована на досягнення конкурентоспроможності;
- розроблення і впровадження ефективних механізмів зниження собівартості продукту;
- оцінювання економічного розвитку підприємства, формування умов та системи показників вимірювання рівня конкурентоспроможності;
- визначення методів оцінювання рівня конкурентоспроможності, встановлення індикаторів підвищення її рівня, створення умов для залучення інвестиційних ресурсів на розвиток інноваційної діяльності, через впровадження інструментарію регулювання діяльності підприємств;
- стимулювання інноваційної діяльності, розбудови науково-технічного потенціалу, здійснення інших прогресивних структурних змін, що дозволить призвести підприємство до рівня конкурентоспроможного тощо.

Високий рівень конкурентоспроможності підприємства повинен досягатися у результаті конкурентних переваг, механізм формування яких виступає основним важелем конкурентоспроможності.

Впровадження інновацій, високий ступінь диференціації продукції, високий рівень продуктивності праці та активізація стосовно викликів ринку, залучення інвестиційних ресурсів забезпечує підприємству конкурентоспроможність.

Підприємство, яке за новою ефективною стратегією планує досягти конкурентоспроможності та виробляти високотехнологічну продукцію, повинне спиратися у своїй діяльності на нові інноваційні технології, вдосконалене виробництво, комунікаційні зв'язки та професійність кадрів, їх майстерність, вміння вести інноваційний пошук, виявляти ініціативність і розуміння необхідності стратегічних змін. Використання регуляторних ринкових інструментів, скерованих на підвищення якісних змін в економічній діяльності та розвитку середовища, дозволить підприємству визначити шляхи та активувати свою діяльність у напрямі до конкурентоспроможності.

Список використаних джерел

1. Кучеренко Ю.О., Федотова Т.А. Корпоративная социальная ответственность предприятий как фактор инновационного развития экономики Украины. *Стратегії сталого розвитку: на шляху до сильнішої громади*: матеріали науково-практичної конференції. Сєверодонецьк: СНУ ім. В. Даля, 2016. С. 185–186.
2. Серебряк К.І., Белоусова Л.І., Белоусов Я.І. Дослідження сучасних тенденцій щодо побудови, функціонування та властивостей системи економічної безпеки підприємства. *Danish Scientific Journal (DSJ)*. № 42. Vol. 3. 2020. С. 10–16.
3. Сладкевич В.П., Чернявський А.Д. Сучасний менеджмент організацій. К.: МАУП, 2007. 488 с.
4. Белоусова К.І. Стратегічне позиціонування промислового підприємства: монографія. СНУ ім. Даля, 2012. 204 с.
5. Панченко М.О., Трубаєва Г.О. Стратегічні підходи до управління доходами підприємства. *Економіка Фінанси*

Право. Київ, 2020. № 5/1. С. 37–39.

6. Гура О.Л., Бобівський В.А. Стратегія розвитку підприємств в Україні. *Економіка й держава*. 2020. № 5. С. 177–178.
7. Белоусов Я.І. Стратегічне партнерство машинобудівних підприємств: монографія. СНУ ім. В. Даля, 2011. 204 с.

References

1. Kucherenko Yu.O., Fedotova T.A. Corporate Social Responsibility of Enterprises as a Factor of Innovative Development of the Economy of Ukraine. *Strategies for Sustainable Development: on the Way to a Stronger Community*: proceedings of the Scientific and Practical Conference. Severodonetsk: Volodymyr Dahl EUNU, 2016. pp. 185–186. (in Ukrainian).
2. Sieriebriak K.I., Bielousova L.I., Bielousov Ya.I. Research of Modern Tendencies Concerning Building, Functioning and Properties of the System of Economic Security of an Enterprise. *Denmark. Danish Scientific Journal (DSJ)*. 2020. No. 42. Vol. 3. pp. 10–16. (in Ukrainian).
3. Sladkevych V.P., Chemiavskiy A.D. Modern Management of Organizations. Kyiv: MAUP, 2007. 488 p. (in Ukrainian).
4. Bielousova K.I. Strategic Positioning of an Industrial Enterprise: monograph. V. Dahl EUNU, 2012. 204 p. (in Ukrainian).
5. Panchenko M.O., Trubaieva H.O. Strategic Approaches to Enterprise Revenue Management. *Economics. Finances. Law*. Kyiv, 2020. № 5/1. pp. 37–39. (in Ukrainian)
6. Hura O.L., Bobivskiy V.A. Enterprise Development Strategy in Ukraine. *Economy and State*. 2020. No. 5. pp. 177–178. (in Ukrainian).
7. Bielousov Ya.I. Strategic Partnership of Machine-Building Enterprises: monograph. V. Dahl EUNU, 2011. 204 p. (in Ukrainian).