

# ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ СТРАТЕГІЙ З МЕТОЮ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА НА НАЦІОНАЛЬНОМУ І МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ

*Поясник Г.В., к.т.н., доцент,  
Блага В.В., к.е.н., доцент*

*Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Розглянута тема дослідження у теперішній час є мало вивченою, тому що розкриття поняття конкурентоспроможності досить важко піддається детальному та загальному аналізу, але кожне підприємство розробляє свою стратегію, концепцію та обирає технологічні процеси.

Грунтуючись на результатах проведеного дослідження, можемо стверджувати, що в умовах досить жорсткої конкуренції на зовнішньому та внутрішньому ринку, кожне підприємство повинно зайняти своє місце.

Серед найважливіших чинників підвищення працездатності компанії варто згадати такі:

- правильне використання інноваційних технологій і проведення грамотної політики в сфері використання наукових розробок дозволить гідно конкурувати на ринку;
- використання кваліфікованих трудових ресурсів, які можуть конкурувати на сучасному міжнародному ринку праці;
- використання гнучкої і еластичної системи контролю якості продукції, що реалізується на ринку, метою якої є постійне вдосконалення продукції та реалізація її, як на національному, так і міжнародному рівні.

Згідно з критерієм переходу до ринкової інфраструктурі підприємство набуває фінансову незалежність у веденні своєї господарської діяльності. Фірма на свій страх і ризик визначає, яку продукцію виготовляти, встановлює цінову політику на неї.

Конкурентоспроможність підприємства характеризує здатність до досягнення поставлених цілей шляхом виробництва і випуску продукції, яка за якістю перевершує товари і послуги конкурентів.

На даний момент структура роботи підприємства різноманітна, тому що використовуються різні технології, підходи і стратегії. Компанія повинна створювати інноваційні стратегії для того, щоб мати високу конкурентоспроможність на ринку.

База конкуренції – це створити і випустити краще, ніж у інших. Конкурентна боротьба є одним з найефективніших важелів розвитку ринкової економіки. Конкуренція допомагає бути унікальним, виражатися як особистості в сфері ринкової економіки за допомогою випуску унікальних і якісних товарів або послуг.

Конкурентоспроможність ґрунтується на якісній продукції, швидкості рішень, в тому числі на кращих технологіях і особливостях послуг або продукції. Головна складова конкурентоспроможності – підвищення

продуктивності роботи компанії, як на вітчизняному, так і на іноземному ринку. У свою чергу продуктивність досягається шляхом вдосконалення його структур (технічних, технологічних і інформаційних).

Серед внутрішніх факторів, що мають вирішальне значення виділяють:

- способи управління виробництвом і налагоджена система;
- технології, що використовуються під час виробництва та їх рівень;
- чи працює система довгострокового планування;
- яка маркетингова концепція працює в компанії;
- наскільки професійні і кваліфіковані співробітники;
- широкий чи асортимент продукції і чи розширюється він;
- чи є пропонований товар ексклюзивним;
- застосовуються чи інноваційні підходи на виробництві;
- чи є доступ до сировини високої якості.

Серед умов, які сприятимуть підвищенню конкурентоспроможності на ринку, варто виділити наступні:

Обов'язково варто впровадити інноваційні технології та останні розробки на ринку (дозволить конкурувати не тільки на внутрішньому, а й на зовнішньому ринку).

Чи присутні на виробництві кваліфіковані співробітники, які зможуть конкурувати навіть на міжнародному ринку праці.

Яка концепція управління якістю використовується в компанії? Серед безлічі компаній, що пропонують аналогічний товар, покупець вибере той, який визнаний більш якісним.

Варто постійно вдосконалювати продукцію, що реалізується на національному ринку і розширювати діяльність на міжнародному ринку.

В ході дослідження були обґрунтовані умови, які сприятимуть підвищенню конкурентоспроможності підприємства на ринку. Виділено внутрішні чинники, які мають вирішальне значення для підвищення конкурентоспроможності підприємства. Зроблено висновок про те, що слід здійснювати продумане, проаналізоване і професійне управління з обов'язковим урахуванням особливостей перехідного періоду, розробкою правильної політики для підвищення конкурентоспроможності підприємства на національному та міжнародному ринку.

В роботі визначені відмінні характеристики національного і міжнародного ринку, обґрунтовано необхідність регулярного підвищення якості продукції, використання останніх розробок і технологій у виробництві, якісного використання трудових та інших ресурсів підприємства, поліпшення умов роботи на підприємстві. Сформовано основні аспекти, здатні зміцнити позиції підприємства на ринку, які, на відміну від існуючих, включають розробку правильної стратегії підприємства; раціональне повноцінне використання трудових і матеріальних ресурсів; використання інноваційних технологій для розкриття потенціалу підприємства; правильний аналіз складових ринку; підвищення рівня результативності менеджменту на підприємстві; випуск якісних конкурентоспроможних товарів.