БЕЛОУС К.В.

*к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджмент та маркетинг
Одеський національний морський університет, Одеса, Україна
Мечникова, 34, Одеса, Україна, 65029
E-mail: karerinabelous@gmail.com
ORCID: 0000-0001-7080-7932*

МАЙОРОВА І.О.

*старший викладач кафедри менеджменту і маркетингу
Одеський національний морський університет, Одеса, Україна
Мечникова, 34, Одеса, Україна, 65029
E-mail: mayorovairina7@gmail.com
ORCID: 0000-0002-9286-2665*

РОЗРОБКА НАПРЯМІВ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПОРТУ

Актуальність. В умовах глобалізації світової економіки конкуренція між країнами, підприємствами та їх об'єднаннями стає все більш жорсткою. У зв'язку з тим питання конкурентоздатності набуває особливої актуальності. Економіка країни функціонує в умовах необмеженої конкуренції, тому національні підприємства постійно повинні пристосовуватись до цих умов. Сучасні порти є вузловими підприємствами будь-якої економіки. В умовах жорсткої міжнародної конкуренції підвищення їх конкурентоспроможності є стратегічною задачею. Конкурентоспроможність підприємства - це його потенціал, можливості, а також гнучкість в пристосуванні до ринкових відносин.

Мета та завдання. Головною метою статті є дослідження теоретичних положень конкурентоспроможності та розробка методичних рекомендацій щодо підвищення ефективності управління конкурентоспроможністю на підприємствах, зокрема портової галузі.

Результати. У даній статті розглянуто поняття «конкурентоспроможність», як здатність здійснювати свою діяльність в умовах ринкових відносин і отримувати при цьому прибуток, достатню для науково-технічного вдосконалення виробництва, стимулювання працівників і підтримки продукції на високому рівні якості. Представлено різні види, функції, класифікації, рівні безпеки і методи оцінки конкурентоспроможності підприємства. Були розглянуті фактори впливу не тільки на конкуренцію підприємств в цілому, а й на портову галузь за рівнями: на макrorівні і на мікрорівні.

Висновки. В статті виявлено засоби підвищення конкурентоспроможності підприємства: підвищення якості продукції, зниження цін на послуги і товари, впровадження інновацій та нових технологій, пошук нових можливостей. Особлива увага приділяється питанням підвищення конкурентоспроможності підприємств портової галузі та пошуку напрямків її підвищення. Одним з найефективніших шляхів досягнення високого рівня конкурентоспроможності портів є використання сучасних засобів маркетингу.

Ключові слова: конкуренція, конкурентоспроможність, конкурентна перевага, цінова конкуренція, нецінова конкуренція, фактори конкурентоспроможності, підприємство, порт, конкурент, оцінка конкурентоспроможності.

BELOUS KATERYNA

*CEcon, docent, docent of the Department of Management and Marketing
Odesa National Maritime University
Mechnikova, 34, Odessa, Ukraine, 65029
E-mail: karerinabelous@gmail.com
ORCID: 0000-0001-7080-7932*

MAYOROVA IRYNA

*Senior lecturer, lecturer of the Department of Management and Marketing
Odesa National Maritime University
Mechnikova, 34, Odessa, Ukraine, 65029
E-mail: mayorovairina7@gmail.com
ORCID: 0000-0002-9286-26*

DEVELOPMENT OF DIRECTIONS FOR IMPROVING THE PORT'S COMPETITIVENESS

Topically. In the context of the globalization of the global economy, competition between countries, enterprises and their associations is becoming increasingly fierce. In this regard, the issue of competitiveness becomes particularly relevant. The country's economy operates in conditions of unlimited competition, so national enterprises must constantly adapt to these conditions. Modern ports are the hubs of any economy. In the face of fierce international competition, improving their competitiveness is a strategic task. The competitiveness of an enterprise is its potential, capabilities, and flexibility in adapting to market relations.

Aim and tasks. The main purpose of the article is to study the theoretical provisions of competitiveness and develop methodological recommendations for improving the efficiency of competitiveness management at enterprises, in particular the port industry.

Research results. This article considers the concept of "competitiveness", as the ability to carry out their activities in the conditions of market relations and at the same time receive a profit sufficient for scientific and technical improvement of production, stimulating employees and maintaining products at a high level of quality. Various types, functions, classifications, security levels and methods for assessing the competitiveness of an enterprise are presented. Factors influencing not only the competition of enterprises in general, but also the port industry at the macro and micro levels were considered.

Conclusion. The article identifies ways to increase the competitiveness of the enterprise: improving the quality of products, reducing prices for services and goods, introducing innovations and new technologies, searching for new opportunities. Special attention is paid to improving the competitiveness of Port industry enterprises and finding ways to improve it. One of the most effective tools for improving competitiveness of ports is the use of modern marketing tools.

Keywords: competition, competitiveness, competitive advantage, price competition, non-price competition, factors of competitiveness, enterprise, port, competitor, competitiveness assessment.

Постановка проблеми та її зв'язок із важливими науковими та практичними завданнями.

Тема конкурентоспроможності порту сьогодні часто обговорюється серед керівників, політиків та науковців. Глобалізація та зміни у світовій економіці протягом останніх років поставили перед підприємствами, галузями та країнами нові виклики. Популярність концепції конкурентоспроможності наочно демонструється тим фактом, що існує зростаючий інтерес до питання порівняння конкурентоспроможності на рівні країни, а також політики, за допомогою якої уряди можуть підвищити національну конкурентоспроможність промисловості. Хоча визначення конкурентоспроможності є простим, таке поняття часто використовується в різних і дещо неоднозначних значеннях. Пов'язуючи поняття інтернаціоналізації, продуктивності та конкурентоспроможності на фірмовому рівні, будуються концептуальні рамки для аналізу різних аспектів конкурентоспроможності, а також підходів досліджень у цій галузі. Проблеми шляхів підвищення конкурентоспроможності продукції та послуг порту знайшли своє відображення у численних публікаціях вітчизняних та зарубіжних дослідників. Актуальність теми дослідження полягає у необхідності пошуку оптимальної політики управління витратами, яка повинна сприяти розвитку порту в цілому, а також підвищенню його конкурентоспроможності як одного з найважливіших аспектів, які визначають рівень ефективності функціонування та економічного розвитку підприємства.

Аналіз останніх публікацій по проблемі. Конкурентоспроможність є однією із центральних категорій сучасної економічної науки, яка має визначальний вплив на успішність функціонування суб'єктів конкурентних відносин, а також ефективність та стабільність розвитку ринкового механізму в цілому. Таким чином, конкурентоспроможність будь-якого підприємства можна визначити як спроможність компанії краще забезпечувати пропозицію товарів чи послуг, порівняно із конкурентами, за рахунок надання товарам чи послугам диференційованих властивостей за умови дотримання стандартів якості. Теоретичні та методичні основи визначення сутності, характерних принципів та ознак конкурентоспроможності підприємств стали предметом дослідження багатьох зарубіжних і вітчизняних науковців таких як І. Ансофф, М. Портер, А. Сміт, Й. Шумпетер, Бондаренко С.А., Лиганенко І., Каламан О., Ільченко С.В., Глушко Г.М., Осипов В.М., Некрасова Л.А., Паламарчук Н.С. та інших вчених. **Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Навіть враховуючи фундаментальний внесок вищеперерахованих вчених, існують окремі вагомні аспекти принципів та ознак конкурентоспроможності підприємств, котрі потребують подальших досліджень задля поглибленого вивчення та аналізу їх сутності.

Формулювання цілей дослідження (постановка завдання). Головною метою є дослідження теоретичних положень конкурентоспроможності та розробка методичних рекомендацій щодо пошуку шляхів підвищення ефективності функціонування підприємств, зокрема підприємств портової галузі.

Виклад основних результатів та їх обґрунтування. Конкуренція - це активний процес взаємодії, взаємозв'язку і боротьби виробництва і постачальників, що має місце в ході реалізації на цільовому ринку продукції, ресурсів, а також економічне суперництво між відособленими товаровиробниками або постачальниками товарів (послуг) за найбільш вигідні умови збуту [1]. Предметом конкуренції є товар (послуга), а об'єктом – споживач (покупець, замовник). На конкуренцію зазвичай покладають виконання таких функцій: встановлення та виявлення ринкової вартості товару (послуги); вирівнювання індивідуальних вартостей і розподіл прибутку в залежності від ефективності використання витрачених ресурсів; регулювання потоку капіталу між ринками, галузями виробництва в залежності від досягнутого ними рівня ефективності його використання [2]. У науковій та навчальній літературі можна зустріти класифікацію конкуренції за різними ознаками: сумлінна - несумлінна (ознака дотримання етичних норм у бізнесі); цінова – не цінова (ознака ринкового суперництва); тимчасова - постійна (тимчасової ознака); цілеспрямована - хаотична (ознака величчї цілеполагання); вільна - регульована (ознака, що враховує характер розвитку). Найбільш поширеними видами конкуренції є цінова і нецінова конкуренції. Цінова конкуренція передбачає суперництво між підприємствами за коштами зниження цін на продукцію, що випускається (в тому числі за рахунок зниження витрат) без зміни її споживчих властивостей. Нецінова конкуренція, є найбільш розвиненою і домінуючою в даний час, здійснюється за рахунок підвищення якості товару (послуги), рівня сервісного обслуговування покупців, а також розширення асортименту товарів, що випускаються [3]. Залежно від масштабу розвитку конкуренція може бути: індивідуальною (один учасник ринку прагне забезпечити собі найкращі умови купівлі-продажу товарів і послуг); регіональною (ведеться серед товаровиробників певної території); внутрішньогалузевою (в одній з галузей ринку йде боротьба за отримання максимальної норми і маси прибутку); міжгалузевою (суперництво представників різних галузей ринку за залучення на свою сторону покупців з метою отримання в більшій за обсягом прибутку); національною (змагання вітчизняних товаровиробників всередині даної країни); глобальною (боротьба підприємств і держав різних країн на світовому ринку) [4].

На основі дослідження робіт економістів-нуковців було виділено наступні підходи до визначення економічної категорії «конкуренція», які представлено в таблиці 1.

Таблиця 1

Підходи до визначення категорії «конкуренція»

Автор	Визначення
А. Сміт, Д. Рікардо, Дж. Мілль	Конкуренція – це суперництво між виробниками матеріальних благ на ринку, які функціонують з метою досягнення кращих результатів, або більш оптимального розподілу наявних ресурсів.
А. Курно, Дж. Робінсон	Конкуренція – це критерій, за яким визначається тип галузевого ринку.
П. Зав'ялов, Б. Райзберг, Л. Антонюк	Під ринковою конкуренцією вважають боротьбу підприємств за обмежений обсяг платоспроможного попиту споживачів, що ведеться підприємствами на доступних їм сегментах ринку.
Т. Мен, А. Монкретьєн, Е. Міссельден	Конкуренція – це елемент ринкового механізму, що дає можливість врівноважити попит та пропозицію товарів та послуг на ринку.

Джерело: розроблена автором на основі [7,13].

Конкуренція неподільно пов'язана з конкурентними перевагами, які в свою чергу формують конкурентоспроможність. Під конкурентоспроможністю розуміється сукупність його якісних і вартісних характеристик, яка забезпечує задоволення конкретної потреби споживача і вигідно для цього ж споживача, відрізняється від аналогічних товарів конкурентів. Конкурентоспроможність - здатність здійснювати свою діяльність в умовах ринкових відносин і отримувати при цьому прибуток, достатню для науково-технічного вдосконалення виробництва, стимулювання працівників і підтримки продукції на високому якісному рівні.

Конкурентоспроможність порту визначається на основі прогнозів розвитку потреб споживачів і якісного вдосконалення послуг порту в порівнянні з необхідними витратами і прогнозованим

отриманням прибутку [6]. В ході вивчення та оцінки конкурентоспроможності порту, необхідним є не тільки розуміння сутності даного терміну, але й обов'язковим є вивчення факторів, які впливають або ж якимось чином можуть вплинути на нього. Для отримання найкращих результатів в процесі своєї діяльності порт повинен визначити власні конкурентні позиції на ринку, а також виявити вплив зовнішніх внутрішніх факторів [4].

Оцінка конкурентоспроможності підприємства здійснюється з урахуванням політичних, економічних та соціальних факторів впливу, які не можуть залежати від діяльності підприємства, оскільки значний вплив на них має навколишнє середовище, яке включає в себе: загальнополітичну ситуацію в країні; зовнішні політичні та економічні зв'язки; роль держави в існуванні підприємств; експортно-імпортні відносини країни; наявність конкурентів в конкретній галузі; ефективність реалізації програм у пріоритетних сферах економіки; загальний рівень технології в країні; розвиток індустрії ділових послуг; наявність трудового законодавства; рівень антимонопольного законодавства; рівень кваліфікації робочої сили; інфляційні процеси та інші фактори впливу. На виникнення внутрішніх факторів, безумовно, значний вплив має діяльність самого підприємства. До них можна включити: використання новітніх технік та технологій; системи і методи управління фірмою; стратегічне управління; система загального менеджменту; рівень корпоративної культури; рівень впровадження нововведень; системи планування та економічного стимулювання; екологічні, соціальні, психологічні та інші фактори. Також, слід зазначити, що між зовнішніми та внутрішніми факторами існує тісний взаємозв'язок, як правило, поява зовнішніх факторів обумовлює появу внутрішніх факторів. Японський вчений Т. Коно виділяє наступні п'ять рівнів факторів конкурентоспроможності підприємства, котрі вказані на рисунку 1.

Рисунок 1 – Фактори конкурентоспроможності підприємства

Джерело: розроблена автором на основі [7].

Що стосується порту, то перший рівень може бути представлений результатами діяльності порту, порівняно з попереднім роком. Найбільш ваговим показником є прибуток. Чим більший прибуток, тим вища конкурентоспроможність. На другому рівні факторів конкурентоспроможності важливим є потенціал вищого керівництва, адже саме він забезпечує злагоджену роботу порту. Третій рівень ієрархії визначається вибором стратегії конкурентної боротьби, яка перш за все спрямована на поліпшення або збереження позицій порту. На четвертому рівні конкурентоспроможність порту повинна бути забезпечена здатністю до розвитку потенціалу інноваційних та організаційних потужностей організації. Основною метою та кінцевим результатом менеджменту є частка на ринку, яку займає підприємство [7].

В цілому, фактори конкурентоспроможності порту – це явища або процеси як виробничо-господарської діяльності порту, так і соціально-економічного життя суспільства, котрі викликають зміни абсолютних та відносних витрат на надання послуг порту, а в результаті – зміну рівня його конкурентоспроможності. Визначення рівня конкурентоспроможності порту на ринку доцільно здійснювати за допомогою комплексного аналізу кількісних показників, порівнюючи їх в динаміці з показниками конкурентів, з рівними умовами впливу зовнішнього середовища. Система оцінки конкурентоспроможності підприємств має на увазі її поділ на основні бізнес-процеси.

Найбільш відомі на сьогоднішній день моделі і методи оцінки конкурентоспроможності підприємств в цілому можна розділити на 2 групи: розрахункові (метод рейтингової оцінки, оцінка на основі розрахунку частки ринку, метод оцінки на основі теорії ефективної конкуренції, метод оцінки на основі споживчої вартості) і теоретичні (матриця БКГ, SWOT аналіз, PEST аналіз, матриця конкуренції по М. Портеру, метод «Багатокутник конкурентоспроможності підприємства») [8].

Існують три рівні забезпечення конкурентоспроможності порту: стратегічний, тактичний і оперативний [9]. На стратегічному рівні забезпечення конкурентоспроможності передбачає підвищення інвестиційної привабливості порту. На тактичному рівні конкурентоспроможність характеризує стан самого порту. На оперативному рівні підвищення конкурентоспроможності - це підвищення конкурентоспроможності послуг порту.

Також, важливим у визначенні конкурентоспроможності портових компаній є врахування чинників різних рівнів: 1. До факторів мегорівня можна віднести світові тенденції розвитку портової діяльності, рівень науково-технологічного розвитку, інноваційні розробки. Більшість країн забезпечують підвищення конкурентоспроможності своїх послуг шляхом впровадження інновацій, розробки високотехнологічного обладнання, виробництво якого неможливо без використання науково-технічного потенціалу. В процесі своєї експортно-імпоротної діяльності морські порти вступають в пряму конкурентну боротьбу із зарубіжними портами на ринку транзитних послуг. Найбільший інтерес проявляється через фактори макрорівня. 2. В загальному плані під факторами макрорівня слід розуміти прояви зовнішніх впливів на масштаби ділової активності суб'єктів портового господарства. Геополітичне становище порту і гідрометеорологічні кліматичні умови представляють йому незаперечну конкурентну перевагу. Однак у світовій практиці існує чимало прикладів, коли порти, які не мають стратегічного розташування, завойовували значну частку ринку шляхом більш раціонального використання свого ринкового потенціалу, ніж конкуренти. Слід також відмітити, що існують порти з сприятливими гідрометеорологічними кліматичними умовами, які через надзвичайно консервативної стратегії розвитку так і не отримали успішного розвитку [10]. На успішність функціонування портів безпосередньо впливають і політична стабільність в державі, яка визначає стратегічні пріоритети взаємодії з різними країнами, і зовнішньоекономічна політика, яка визначає стратегічні напрямки співпраці із закордонними партнерами, і соціально-економічна політика держави, що включає систему державного регулювання портової діяльності і формує загальний імідж портових підприємств в світі. 3. До факторів мезорівня можна віднести розвиток конкурентного середовища в галузі портового господарства відбувається за участю місцевих органів влади і застосуванням різних методів державного впливу. Вкрай важливо, щоб механізм державного регулювання діяльності портів носив не тільки обмежувальний характер (застосування митного, валютного, податкового, тарифного регулювання), але і стимулюючий (застосування пільгового податкового, інвестиційного та ін. регулювання). У цьому сенсі особливо важливу роль відіграє розвиток партнерських відносин з місцевими органами влади. Морські торговельні порти є основним містоутворюючим чинником практично для всіх приморських міст. Соціально-економічна сфера морських портів і прибережних міст нерозривно пов'язані між собою: розвиток міста справляє визначальний вплив на розвиток і функціонування порту, і навпаки. В останні часи роль місцевих органів у розвитку порту значно зросла. Співпраця з місцевими органами влади відкриває для порту широкі можливості по залученню інвестиційного капіталу, участі в екологічних програмах. Крім того, в системі співробітництва велику роль також відіграє галузева і міжгалузева взаємодія (наприклад, судноремонтних, суднобудівних, агентських компаній). А формування транспортно-логістичних центрів, що мають стратегічне значення для розвитку регіонального ринку портових послуг і відрізняються як налагодженими транспортно-комунікаційними зв'язками, так і перспективами їх подальшого розвитку, є однією з можливостей підвищення конкурентоспроможності портових послуг [11]. 4. Фактори мікрорівня визначають базовий рівень конкурентоспроможності портових послуг і відносяться до групи тих елементів, які порт може регулювати і безпосередній але впливати на їх зміни.

Сьогодні, на перший план при виборі порту з боку вантажовласників і мультимодальних операторів виходять нецінові фактори. Вартості портових послуг протиставляються їх якості і надійності, бо практично важливий маршрут руху вантажопотоку, сукупні транспортні витрати і доставка товарів в режимі «точно в строк». Таким чином, порт вибирають на основі сукупної вартості всього транспортного циклу, в котрий він включений. На остаточний результат портового обслуговування впливає те, якими виробничими потужностями володіє порт. Висока якість використовуваного виробничого обладнання, машин і механізмів (крани, навантажувачі, трактори та ін.), складського господарства, наявність та якість спеціалізованих перевантажувальних терміналів, залізничних під'їздів до порту безпосередньо підвищує конкурентоспроможність портових послуг. Важливим є також стан вантажу до моменту перевантаження: ретельна упаковка, правильно вибрані розміри і конструкція тари, достатня маркування. Тому якість виконання перевантажувального

процесу залежить від рівня технологічного розвитку підприємства і є результатом заходів, здійснених для забезпечення точності і надійності виконання виробничих операцій.

До параметрів, що визначають якість процесу, відносяться: рівень технологій вантажно-розвантажувальних робіт; технічна оснащеність порту; рівень організації виробництва; рівень координації та взаємодії з суміжними видами транспорту. На жаль, більшість портів по своїй технологічній оснащеності не відповідають новим вимогам, які пред'являються до сучасних портів. Основну роль в підвищенні конкурентоспроможності порту тепер відіграє стратегія розвитку портової інфраструктури, орієнтованої на диверсифікацію, тобто на розширення номенклатури послуг, що надаються портом. Для того щоб продукція порту вважалася високоякісною, порт повинен надавати весь спектр можливих послуг. Окрім таких основних, як вантажно-розвантажувальні роботи, зберігання вантажів, до послуг порту відносяться промислові послуги судам і вантажам (ремонт суден, суднового обладнання, упаковка, маркування вантажів), адміністративні, а також додаткові комерційні (банківські, страхові послуги), організаційні послуги. Крім того, особливістю надання сучасних портових послуг виступає можливість надання в реальному часі інформації про операції з вантажем - наявність системи електронного обміну даними, доступний для вантажовласників і судовласників, рівень комп'ютеризації документообігу, тобто від спроможності порту надавати інтегровані інформаційні послуги безпосередньо залежить його конкурентоспроможність. Проблема відсутності сучасних засобів зв'язку на наземному і залізничному транспорті призводить до відмови від вітчизняних портових послуг. Також в даний час зростає роль людського фактора. Вимоги до персоналу порту виникають у споживачів портової продукції, починаючи з моменту укладення договору на обслуговування і закінчуючи отриманням вантажу для вантажовласників. Підбір кадрів, їх професійна підготовка і компетентність, підвищення кваліфікації багато в чому зумовлюють кінцеві результати портового обслуговування. Користувачів портових послуг хвилює не тільки їх якість і ціна, але і стабільність в портах. В результаті загострення протиріч між застарілою формою організації сплати праці та новою, частіше неофіційною, практикою вилучення додаткової вигоди за рахунок користувачів портових послуг, негласні «звичаї» призводять до посилення соціальної напруженості і формування негативної репутації порту.

В основі конкурентоспроможності полягає поняття конкурентна перевага - це ті характеристики, властивості товару або марки, які створюють для фірми певну перевагу над своїми прямими конкурентами. Ці характеристики (атрибути) можуть бути самими різними і відноситися як до самого товару, (базової послуги), так і до додаткових послуг, які супроводжують базову до форм виробництва збуту або продажу, специфічним для фірми або товару. Конкурентна перевага називається «зовнішньою», якщо вона заснована на відмінних якостях товару, які утворюють цінність для покупця за рахунок або скорочення витрат, або підвищення ефективності. Зовнішня конкурентна перевага, збільшує ринкову силу фірми в тому сенсі, що вона може змусити ринок прийняти ціну продажу вище, ніж у пріоритетного конкурента, який не забезпечує відповідної якості. Стратегія, що впливає з зовнішньої конкурентної переваги, це стратегія диференціації, яка спирається на маркетингове ноу-хау фірми, її перевагу у виявленні і задоволенні очікувань покупців незадоволених існуючими товарами [5]. Конкурентна перевага є «внутрішньою», якщо вона базується на перевазі фірми щодо витрат виробництва, управління фірмою або товаром, яке створює «цінність для виробника», що дозволяє домогтися собівартості меншою, ніж у конкурента.

Конкурентну перевагу отримують порти, менеджмент яких орієнтований на сучасний маркетинг. Маркетинг тут не просто реклама діяльності порту або спосіб залучення в порт клієнтури, а комплексний процес пристосування порту до змін у зовнішньому середовищі з метою максимального отримання вигоди зі своїх ринкових переваг з урахуванням реально сформованої в державі економічної та соціально-політичної ситуації. Отже, багато в успішному виживанні того чи іншого порту залежить від його здатності адаптуватися до умов зовнішнього середовища. Для цього йому необхідно постійно відстежувати розвиток ринку, його кон'юнктуру. Ефективний портовий маркетинг становить основу механізму адаптації порту до змін, які постійно відбуваються в зовнішньому середовищі [12]. Адже в даний час роль порту не обмежується перевалкою вантажів або традиційним обслуговуванням судів, конкурентоспроможність порту залежить від надання інших пов'язаних послуг, включаючи індустріальні, торгівельні, інформаційні, фінансові і дозвілля. Таким чином, сучасний порт повинен служити не тільки одним з елементів судноплавної системи, а й бути здатним трансформуватися в ключову ланку транспортно-логістичної системи, що об'єднує виробничу, торгівельну, транспортну, логістичну та інформаційно-комунікаційну складову. В останні роки важливе значення в забезпеченні міжнародної конкурентоспроможності послуг придбав

екологічний фактор. Поєднання більш жорстких екологічних стандартів і більш гострої конкуренції на світовому ринку змушує підприємства використовувати принципи попередження забруднення в комплексі з екологічним самоконтролем. Сучасні порти зможуть утримувати лідируючі позиції в конкурентній боротьбі лише в разі підвищення екологічності наданих портових послуг (зменшення шкідливих викидів в атмосферу при перевантаженні, екологічна упаковка) [10].

Висновки та перспективи подальших досліджень. Конкурентоспроможність підприємства, зокрема порту, досягається завдяки якісним відмінностям, що застосовує підприємство у ринковій боротьбі з конкурентами за ринкову частку. На цей процес пошуку та застосування конкурентних переваг впливає ціла низка факторів. Поряд з ціновими факторами велика роль відводиться неціновим, таким як швидкість перевалки вантажів, їх збереження, неушкодженість, надійність, екологічність тощо. Отже одним із ефективних напрямків підвищення конкурентоспроможності порту є використання сучасних засобів маркетингу.

ЛІТЕРАТУРА

1. Конашук В. Л. Вплив якості продукції на конкурентоспроможність [Електронний ресурс] / В. Л. Конашук, Д. Г. Робота. – Режим доступу: http://www.zgia.zp.ua/gazeta/evzdia_8_115.pdf
2. Левшина О.Н., Сучасні методи забезпечення конкурентоспроможності підприємств: - Видавництво Юриспруденція, 2011р., с. 171.
3. Конкурентні стратегії України [Електронний ресурс] /- Режим доступу: https://pidruchniki.com/1298010849589/marketing/konkurentni_strategiy
4. Заруба Ю.О. Конкурентоспроможність підприємства / Ю.О. Заруба // Фінанси України (укр.). - 2001. - № 2. - с.119-125.
5. Миронов М.Г. Ваша конкурентоспроможність. – М.: Альфа-пресс, 2004. – 160 с.
6. Галич І. М. Оцінка в системі управління конкурентоспроможністю продукції підприємства / І. М. Галич, І. В. Копитова // Формування стратегії розвитку аграрного сектора регіону: матеріали 7-ої міжфакультет. наук. - практ. конф. молодих вчених (20 трав. 2011 р.): у 2-х т. / ЖНАЕУ. – Житомир : ЖНАЕУ, 2011. – Т. 1. – с. 3; 191–194.
7. Леоненко П.Н. Історія економічних вчень: підручник / П.Н. Леоненко, П.І. Юхименко. – [2-ге вид., перероб. і доп.]. – К.: Знання, 2008. – с.188
8. Горшков Р.К. Аналіз існуючих методів оцінки конкурентоспроможності підприємства / Р.К. Горшков // РИЗИК: Ресурси, інформація, постачання, конкуренція. - 2014. - № 2. - с. 114-117.
9. Воронов Д. С. Співвідношення конкурентоспроможності підприємства і конкурентоспроможності його продукції / Д.С. Воронов // Сучасна конкуренція. - 2015. - №1. - с. 39-53.
10. Портовий маркетинг і завдання створення портів третього покоління // Доповідь Секретаріату ЮНКТАД. - Женева, 1992. - (препр. / ЮНКТАД.TD / В / С / 4 / АС / 7/14). – с. 78.
11. Семенов Ю.К. Порти як системоутворюючі вузли логістичних платформ / Ю. Семенов, К. Філіна // Порти України. - 2010. - №1 (93). - с.16-17.
12. Меркт Е. В. Фактори підвищення конкурентоспроможності порту / Є. В. Меркт // Розвиток методів управління і господарювання на транспорті. - Одеса: ОДМУ. - 2001. - Вип. 8. - с. 74-85
13. Історія економічних учень: підручник / [за ред. В.Д. Базилевича. – 3-тє вид. випр. і доп.] – К.: Знання, 2006. – с. 582.
14. Koval, V., Duginets, G., Plekhanova, O., Antonov, A., & Petrova, M. (2019). On the supranational and national level of global value chain management. *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 6(4), 1922-1937. doi:10.9770/jesi.2019.6.4(27) Retrieved from [https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-85067263186&origin=resultslist&sort=plf-f&src=s&st1=Koval&st2=V&nlo=1&nlr=20&nls=afprfnm-t&sid=fe9d37d75f21f28be7e122bf3b3c116f&sot=anl&sdt=cl&cluster=scopubyr%2c"2019"%2ct&sl=34&s=AU-ID%28"Koval%2c+Viktor"+57209296120%29&relpos=3&citeCnt=4&searchTerm=](https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-85067263186&origin=resultslist&sort=plf-f&src=s&st1=Koval&st2=V&nlo=1&nlr=20&nls=afprfnm-t&sid=fe9d37d75f21f28be7e122bf3b3c116f&sot=anl&sdt=cl&cluster=scopubyr%2c)
15. Осипов В.М., Паламарчук Н.С. Напрямки підвищення конкурентоспроможності підприємств в умовах зміни ринку / В.М. Осипов, Н.С. Паламарчук // Економічні інновації. – 2017. – Вип. №63. – С. 205-215. Режим доступу: <http://ei-journal.com/index.php/journal/article/view/211>
16. Осипов В.М., Некрасова Л.А. Оцінка конкурентоспроможності виноробного підприємства як інструмент управління його розвитком. Економіка і прогнозування. 2019. №1. С. 109-127. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/econprog_2019_1_8
17. Bondarenko, S., Liganenko, I., Kalaman, O., & Niekasova, L. (2018). Comparison of methods for determining the competitiveness of enterprises to determine market strategy. *International Journal of Civil Engineering and Technology*, 9(13), 890-898. Retrieved from <https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-85059762018&origin=resultslist&sort=plf-f&src=s&st1=Bondarenko&st2=S.A.&nlo=1&nlr=20&nls=count->

f&sid=ed21435cf1246ad1cea3326edc3c10f7&sot=anl&sdt=aut&sl=53&s=AU-

ID%28"Bondarenko%2c+Svitlana+Anatoliivna"+57204913613%29&relpos=7&citeCnt=17&searchTerm=

18. Ільченко С.В., Глушко Г.М. Визначення конкурентоспроможності з урахуванням особливостей портової діяльності. Економічні інновації. 2017. № 63. С. 73-82. Режим доступу: <http://ei-journal.com/index.php/journal/article/view/166> DOI [https://doi.org/10.31520/ei.2017.19.1\(63\).73-81](https://doi.org/10.31520/ei.2017.19.1(63).73-81)

REFERENCES

1. Konashchuk, V. L. Influence of product quality on competitiveness [Electronic resource] / VL Konashchuk, DG Work. - Retrieved from: http://www.zgia.zp.ua/gazeta/evzdia_8_115.pdf [in Russian].
2. Levshina, O. N. Modern methods of ensuring the competitiveness of entrepreneurship: - Publishing House Jurisprudence, 2011, p. 171 [in Russian].
3. Competitive strategies of Ukraine [Electronic resource] / - Retrieved from: https://pidruchniki.com/1298010849589/marketing/konkurentni_strategiy [in Russian].
4. Zaruba, Yu. O. Competitiveness of the enterprise / Yu.O. Zaruba // Finance of Ukraine (Ukr.). - 2001. - № 2. - p.119-125 [in Russian].
5. Mironov, M. G. Your competitiveness. . - Moscow: Alfa-press, 2004. - 160 p. [in Russian].
6. Halych, I. M. Evaluation in the management system of competitiveness of enterprise products / I.M Halych, I.V Kopytova // Formuvannya strategii rozvytku agrarnoho sektora rehionu: materialy 7-oi mizhfakultet. Science. - practice. conf. young scientists (May 20, 2011): in 2 volumes / ZhNAEU. - Zhytomyr: ZhNAEU, 2011. - Vol. 1. - p. 3; 191-194 [in Russian].
7. Leonenko, P. N. History of economic doctrines: a textbook / P.N. Leonenko, P.I. Yuhimenko. - [2nd ed., Reworked. and ext.]. - K.: Knowledge, 2008. - p.188 [in Russian].
8. Gorshkov, R. K. Analysis of existing methods for assessing the competitiveness of the enterprise / R.K. Gorshkov // RISK: Resources, information, supply, competition. - 2014. - № 2. - p. 114-117 [in Russian].
9. Voronov, D. S. The ratio of competitiveness of the enterprise and the competitiveness of its products / DS Voronov. Voronov // Modern competition. - 2015. - №1. - with. 39-53 [in Russian].
10. Port marketing and the task of creating third generation ports // Report of the UNCTAD Secretariat. - Geneva, 1992. - (prep. / UNCTAD.TD / B / C / 4 / AC / 7/14). - p. 78 [in Russian].
11. Semenov, Yu. K. Ports as system-forming nodes of logistics platforms / Yu. Semenov, K. Filina // Ports of Ukraine. - 2010. - №1 (93). - p.16-17 [in Russian].
12. Merkt, E. V. Factors of increasing the competitiveness of the port / EV Merkt // Development of methods of management and administration of transport. - Odessa: ODMU. - 2001. - Vip. 8. - p. 74-85 [in Russian].
13. History of economic students: a textbook / [ed. V.D. Bazilevich. - 3rd edition. corrected and add.] - K.: Knowledge, 2006. - p. 582 [in Russian].
14. Koval, V., Duginets, G., Plekhanova, O., Antonov, A., & Petrova, M. (2019). On the supranational and national level of global value chain management. *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 6(4), 1922-1937. doi:10.9770/jesi.2019.6.4(27) Retrieved from [https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-85067263186&origin=resultslist&sort=plf-f&src=s&st1=Koval&st2=V&nlo=1&nlr=20&nls=afprfnm-t&sid=fe9d37d75f21f28be7e122bf3b3c116f&sot=anl&sdt=cl&cluster=scopubyr%2c"2019"%2ct&sl=34&s=AU-ID%28"Koval%2c+Viktor"+57209296120%29&relpos=3&citeCnt=4&searchTerm=](https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-85067263186&origin=resultslist&sort=plf-f&src=s&st1=Koval&st2=V&nlo=1&nlr=20&nls=afprfnm-t&sid=fe9d37d75f21f28be7e122bf3b3c116f&sot=anl&sdt=cl&cluster=scopubyr%2c)
15. Osipov V. M., Palamarchuk N. S. Directions of increasing the competitiveness of enterprises in the conditions of market change / V. M. Osipov, N. S. Palamarchuk // economic innovations. - 2017. - Issue No. 63. - pp. 205-215. Access mode: <http://ei-journal.com/index.php/journal/article/view/211>
16. Osipov V. M., Nekrasova L. A. assessment of the competitiveness of a wine-growing enterprise as a tool for managing its development. *Economics and forecasting*. 2019. №1. pp. 109-127. Access mode: http://nbuv.gov.ua/UJRN/econprog_2019_1_8
17. Bondarenko, S., Liganenko, I., Kalaman, O., & Niekrasova, L. (2018). Comparison of methods for determining the competitiveness of enterprises to determine market strategy. *International Journal of Civil Engineering and Technology*, 9(13), 890-898. Retrieved from [https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-85059762018&origin=resultslist&sort=plf-f&src=s&st1=Bondarenko&st2=S.A.&nlo=1&nlr=20&nls=count-f&sid=ed21435cf1246ad1cea3326edc3c10f7&sot=anl&sdt=aut&sl=53&s=AU-ID%28"Bondarenko%2c+Svitlana+Anatoliivna"+57204913613%29&relpos=7&citeCnt=17&searchTerm=](https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-85059762018&origin=resultslist&sort=plf-f&src=s&st1=Bondarenko&st2=S.A.&nlo=1&nlr=20&nls=count-f&sid=ed21435cf1246ad1cea3326edc3c10f7&sot=anl&sdt=aut&sl=53&s=AU-ID%28)
18. Ilchenko S. V., Glushko G. M. determination of competitiveness taking into account the peculiarities of port activity. *Economic innovations*. 2017. № 63. pp. 73-82. Access mode: <http://ei-journal.com/index.php/journal/article/view/166> DOI [https://doi.org/10.31520/ei.2017.19.1\(63\).73-81](https://doi.org/10.31520/ei.2017.19.1(63).73-81)