

Маслій Л. В.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ОЦІНКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Конкуренція є важливим поняттям, яке відображає основу відносин на ринку. Готовність економічних суб'єктів до участі в конкурентній боротьбі залежить від їх розуміння природи самої конкуренції, її форм, методів, а також факторів, що впливають на рівень ефективності господарювання у цьому контексті [5; 6].

Конкуренція виявляється як основний вплив, з одного боку, у глобалізації ринкових та виробничих відносин, а з іншого – у прискоренні науково-технічного прогресу та підвищенні ефективності господарської діяльності. Конкуренція розглядається як неконтрольований фактор, що впливає на функціонування компаній. Ринковий механізм конкуренції має фундаментальне значення для підприємницької діяльності, визначаючи не тільки системний вплив умов конкуренції, але й концептуальне обґрунтування підприємницької етики [2, с. 172].

Для ефективної оцінки рівня конкурентоспроможності підприємств необхідно спочатку усвідомити та розуміти взаємозв'язки у системі «конкурентоспроможність – фактори». Обґрунтовано вибрати ключові фактори, які визначають цю економічну категорію, та провести пошук відповідної статистичної інформації [2].

Підвищення конкурентоспроможності представляє собою процес змін, який вимагає управління та стратегічного підходу. Для ефективного функціонування підприємства необхідно розробляти стратегію підвищення, враховуючи всі аспекти сприяння та протидії [2].

Перед проведенням оцінки важливо усвідомити, що конкурентоспроможність визначається не лише внутрішніми факторами, але й взаємодією з зовнішнім середовищем. Підприємство повинно розуміти природу конкуренції, форми її прояву, а також чинники, що впливають на ефективність його господарювання.

Одним із ключових етапів в оцінці конкурентоспроможності є аналіз внутрішніх факторів, таких як сильні та слабкі сторони підприємства. Визначення внутрішніх конкурентних переваг дозволяє розробляти стратегії, спрямовані на максимізацію вигоди в умовах конкуренції.

Майкл Портер вважав «конкурентні переваги» ключовими факторами успіху, які надають підприємству переваги над конкурентами в боротьбі за інвестиції, наприклад, за рахунок більшої прибутковості чи швидкості обороту капіталу. Він підкреслив, що конкурентна перевага залежить від наявності та ефективності використання ресурсів у організації, а комбінація ключових факторів успіху не є стабільною та універсальною для всіх галузей промисловості, але визначається специфічними вимогами кожної окремої галузі [4, с. 340]. Основні чинники, які впливають на конкурентоспроможність підприємства, можна умовно розподілити на внутрішні та зовнішні. До зовнішніх факторів відносяться політична ситуація у країні, законодавча база, економічні взаємозв'язки, наявність конкурентів, розташування виробничих об'єктів, наявність сировинних ресурсів, загальний рівень техніки та технологій, система управління промисловістю та концентрація виробництва. Внутрішніми факторами є система та методи управління компанією, рівень технологічних процесів виробництва, організація виробничих процесів, система довгострокового планування, спрямованість на маркетингову концепцію та інноваційний характер виробництва [1, с. 3].

Додатково, важливо аналізувати зовнішнє середовище, включаючи економічні, соціокультурні, політичні та технологічні чинники. Це дозволяє виявити можливості та загрози, що впливають на конкурентоспроможність підприємства.

Сучасне бізнес-середовище вимагає не лише реагування на зміни, але і активного пошуку нових шляхів підвищення конкурентоспроможності. Інновації, використання новітніх технологій та розвиток переваг у взаємодії з клієнтами можуть стати ключовими факторами успіху.

Ще однією важливою складовою оцінки конкурентоспроможності є управління талантами та кадровим потенціалом. Сучасний ринок праці динамічно змінюється, і здатність підприємства залучати, розвивати та утримувати висококваліфікованих співробітників є критичною. Сприяння навчанню та розвитку власного персоналу, створення комфортних умов праці, а також мотиваційних систем може значно підвищити рівень конкурентоспроможності.

Нарешті, важливо звертати увагу на маркетингову стратегію та сприяння іміджу підприємства. Розробка ефективної маркетингової комунікації, використання інноваційних підходів у просуванні продукції та підтримка позитивного іміджу можуть визначити правильне сприйняття підприємства на цільовому

ринку та сприяти підвищенню його конкурентоспроможності в довгостроковій перспективі [3, с. 352]. Важливо враховувати, що конкурентоспроможність не обмежується лише ефективністю виробничих процесів та якістю продукції. В сучасному світі споживачі все більше звертають увагу на сталість та соціальну відповідальність підприємств. Таким чином, розвиток корпоративної соціальної відповідальності та взаємодія зі спільнотою може стати значущим фактором підвищення конкурентоспроможності.

Список використаних джерел:

1. Борисюк І.О. Основні напрями підвищення конкурентоспроможності підприємства. Проблеми підвищення ефективності інфраструктури. 2019. № 33 URL: <http://jrn1.nau.edu.ua/index.php/PPEI/article/view/409>.
2. Павлова Т.В. Оцінка конкурентоспроможності підприємства переробної галузі і розробка рекомендацій щодо її підвищення: звіт про науково-дослідну роботу. Одеса, 2018. 172 с.
3. Павлова В.А. Конкурентоспроможність підприємства: управління, оцінка, стратегія: монографія. Дніпро: Дніпропетровський університет імені Альфреда Нобеля, 2016. 352 с.
4. Дмитрієв І.А., Кирчата І.М., Шершенюк О.М. Конкурентоспроможність підприємства: Навчальний посібник. Харків: ФОП Бровін О.В., 2020. 340 с.
5. Гринько Т.В., Гвініашвілі Т.З., Перерва Б.К. Особливості формування конкурентних переваг підприємства в кризових умовах. *Інвестиції: практика та досвід*. 2023. № 11. С. 22-30. <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2023.11.22>.
6. Гринько Т.В. Комплексний підхід оцінки конкурентоспроможності інноваційної продукції як конкурентної переваги. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2009. № 5, т. 3. С. 142-145.

Канд. екон. наук Олійник Т. І., Жартовський Є. Є.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

УПРАВЛІННЯ ОБОРОТНИМИ КОШТАМИ ВИРОБНИЧИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ В УКРАЇНІ

Оборотні кошти відіграють важливу роль в економічному житті будь якого виробничого підприємства. Вони представляють собою частину активів підприємства, яка в процесі виробничої діяльності постійно перебуває в обороті, змінюючи свою натуральну форму. Оборотні кошти використовуються для фінансування поточної діяльності підприємства, включаючи закупівлю сировини та матеріалів, оплату праці, виплату податків та інших витрат. Вони також