

Склад фінансових ресурсів, їх обсяги залежать від виду й розміру підприємства. Чим більший обсяг виробництва і вища ефективність роботи підприємства, тим більшим є обсяг власних фінансових ресурсів, і навпаки.

Наявність достатнього обсягу фінансових ресурсів та їх ефективне використання визначають задовільний фінансовий стан підприємства: платоспроможність, фінансову стійкість, ліквідність і рентабельність. З огляду на це, найважливішим завданням підприємств є пошук резервів збільшення власних фінансових ресурсів і найкращого їх використання з метою підвищення ефективності роботи підприємства.

Тематика: Економічні науки

АНАЛІЗ СУЧАСНИХ ПІДХОДІВ ДО АНАЛІЗУ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Степуріна С.О.

к.е.н., доцент, Харків, НТУ «ХП»

Ситникова А.Д.

студент, Харків, НТУ «ХП»

Кожній підприємницькій структурі протягом усього життєвого циклу, незалежно від територіального розташування, форми власності, обсягу виробництва, необхідно проводити системне дослідження впливу зовнішніх та внутрішніх факторів на вибір стратегій розвитку. Конкуренти – один з найвагоміших зовнішніх факторів. Конкуренти створюють умови для компаній, завдяки їм будь-яка підприємницька структура на стадії розвитку може стати конкурентоспроможною, тому, на даному етапі розвитку економіки, питання управління конкурентоспроможністю є актуальним

В умовах розвитку ринкових відносин важливим є поняття «конкурентоспроможність підприємств». Цей показник відображає зростання

та розвиток кожного підприємства з точки зору ринкової системи та розвитку виробництва. Однак конкурентоспроможність компанії, як наукової категорії, ще недостатньо вивчена. Однією з головних причин є постійна зміна умов існування як самого ринку, так і компаній, які функціонують на ньому.

На основі аналізу дефініцій «конкурентоспроможність підприємства» можна виділити ключові:

- здатність компанії конкурувати на ринку з виробниками та продавцями подібних товарів, забезпечуючи широкий спектр особливостей продукції, що відповідає потребам споживачів;

- здатність до економічного зростання та розвитку в результаті успішного виконання та реалізації конкурентної стратегії.

- спроможність ефективних виробничих операцій для задоволення суспільних потреб;

- індекс стійкості компанії, систематичне використання фінансового потенціалу, робочої сили, науково-технічної сили та інших;

- здатність компанії володіти багатьма перевагами товарів порівняно з іншими конкурентами.

Поняття конкурентоспроможності розглядається як систематичний набір елементів, що потребують оцінки. Тому суб'єктивні та об'єктивні підходи передбачають окремий розгляд конкурентоспроможності як певного стану внутрішнього середовища, що дозволяє будувати ефективні відносини із зовнішніми підрядниками, і, таким чином, конкурентоспроможність виникає внаслідок таких взаємозв'язків. З точки зору суб'єктивного підходу, конкурентоспроможність є результатом більш ефективного функціонування внутрішнього середовища компанії, що є результатом оптимального управління. У ринкових умовах підприємства мають майже рівний доступ до ресурсів, тобто ринок врівноважує можливості підприємств як споживачів ресурсів і факторів виробництва і має вирішальне значення для досягнення конкурентоспроможності [1].

У процесі розвитку ринкових відносин об'єктивною є потреба в управлінні конкурентоспроможністю, який є цілеспрямованим процесом, заснованим на принципах складності та регулярності, спрямований на забезпечення постійного оновлення та розвитку конкурентних переваг компанії з урахуванням впливу зовнішніх факторів та необхідності оптимізації прибутку. Управління конкурентоспроможністю слід розуміти як постійний, систематичний і цілеспрямований процес впливу на всіх ієрархічних рівнях управління, що забезпечують створення високоякісної та конкурентоспроможної продукції. Управління конкурентоспроможністю сприймається як корекційний процес, що полягає у створенні виробництва та споживання продукції з метою виведення конкурентоспроможної продукції на ринок та зменшення впливу суб'єктивних факторів [2].

Сучасна концепція управління конкурентоспроможністю перебуває на стадії формування, включає трансформацію форм управління та методів у напрямку ефективної реалізації конкурентних переваг, конкурентного потенціалу, конкурентних стратегій, що в свою чергу впливає на конкурентоспроможність підприємства, визначаючи його конкурентне становище на ринку.

Процес управління конкурентоспроможністю – це складний процес, який реалізується на підприємстві за допомогою системно-управлінської діяльності. Їх ефективне використання можливе лише за умови, коли системний підхід у поєднанні з об'єктивними та суб'єктивними поглядами особи, що приймає рішення дозволяє зрозуміти потребу та сутність управління конкурентоспроможністю.

Метою управління конкурентоспроможністю є ефективне використання конкурентних переваг та забезпечення виробництва продукції, що відповідає встановленим вимогам конкуренції на ринку, з мінімізацією витрат з урахуванням інтересів споживачів, а також вимог безпеки продукції та її екологічності.

Розробка та впровадження системи управління конкурентоспроможністю підприємства включає такі завдання:

- визначення трьох рівнів конкурентоспроможності: оперативного, тактичного та стратегічного;
- створення унікальної системи показників конкурентоспроможності для кожного рівня управління (система показників фінансово-економічного стану; показників, що характеризують інвестиційну привабливість компанії на стратегічному рівні);
- розробка методики обчислення та інтерпретації результатів оцінки конкурентоспроможності;
- визначення складу завдань управління конкурентоспроможністю компанії для кожного рівня;
- створення функціональної структури системи управління конкурентоспроможністю підприємства;
- розробка організаційних положень щодо функціонування системи управління конкурентоспроможністю;
- створення відповідної інформаційної бази для підтримки прийняття рішень щодо управління конкурентоспроможністю підприємства [1].

Розглянемо основні шляхи (ключові аспекти) підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств шляхом мобілізації ресурсів мікросередовища. Серед них:

- зміцнення ресурсної бази підприємств, створення довгострокового партнерства з підприємствами, що виробляють та постачають сировину;
- перехід від методів цінової конкуренції до нецінових методів, маркетингових досліджень та реклами;
- всебічне поліпшення якості продукції, використання передового вітчизняного та зарубіжного досвіду управління якістю продукції;
- підвищення ефективності роботи.

Таким чином, система управління конкурентоспроможністю підприємстває складною системою формування конкурентних переваг та

конкурентного потенціалу, конкурентних стратегій, що впливають на конкурентоспроможність підприємства, що визначає конкурентну позицію та конкурентний статус підприємства на ринку. Управління конкурентоспроможністю підприємств – це ключове завдання сучасного етапу розвитку ринкової економіки. Слід також зазначити, що підвищення конкурентоспроможності на мікрорівні, тобто на рівні конкретних підприємств, має доповнюватись ефективними методами державного регулювання.

Список літератури:

1 Єрмакова І.А. Основні стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства / І.А. Єрмакова // Молодий вчений. - 2017. - № 16.

2. Співак С. Управління конкурентоспроможністю підприємства в сучасних умовах [Електронний ресурс] / Сергій Співак // Соціально-економічні проблеми і держава. — 2014. — Вип. 1 (10). — С. 287-293. — Режим доступу до журн.: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2014/14ssmvsu.pdf>.

3. Філобокова Л. Ю. Управління конкурентоспроможністю. Методологічні та методичні аспекти // Економіка і управління: електронний науковий журнал, 2012. - № 1 (29)

Тематика: Економічні науки

ЕКОНОМІЧНА ВЛАДА ДЕРЖАВИ В УМОВАХ СУЧАСНОЇ КРИЗИ

Сторощук Б.Д.

Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича, к.е.н.,
доц. кафедри економічної теорії, менеджменту і адміністрування

Пандемія коронавірусу внесла значні корективи в роботу багатьох українських підприємств, які змушені дотримуватися правил всеукраїнського карантину. Крім цього, дані обмеження діятимуть в ситуації зумовленої масштабним скороченням попиту та зупинкою багатьох фірм внаслідок