

Хамза Зерігат А., д. е. н. Гринько Т. В.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ВИРОБНИЧОГО ПІДПРИЄМСТВА

Одним з основних елементів, на якому ґрунтується конкурентна боротьба, є конкурентоспроможність. Конкурентоспроможність – це комплексна характеристика здатності суб'єкта господарювання ефективно конкурувати на ринку за умови зростання конкурентного потенціалу [1]. Конкурентоспроможність виступає економічною категорією, яка зумовлює спроможність суб'єкта господарської діяльності впливати на ринкову ситуацію у власних інтересах та здатність виробляти продукцію, яка б задовольнила потреби споживача за умови невеликого рівня витрат [2].

Ключовими особливостями конкурентоспроможності підприємства як економічної категорії є:

- порівняльний характер (відносна оцінка);
- короткострокові та довгострокові складові;
- залежність від конкурентоспроможності товару;
- залежність від ефективності функціонування підприємства.

На думку закордонних експертів, сутність конкурентоспроможності підприємства виражається через багаторівневу ієрархію факторів [1]. Верхній рівень – це частка ринку, яка безумовно залежить від досягнутої конкурентоспроможності продукції. Другий рівень встановлює її потенційну конкурентоспроможність. Третій і четвертий – якість та ефективність управління, а п'ятий рівень характеризує економічні результати діяльності підприємства.

На думку вченого [2] до факторів зовнішнього середовища відносять:

- рівень державного регулювання та розвитку економіки країни (система оподаткування, кредитно-фінансова та банківська система, система зовнішньоекономічних зв'язків країни);
- система комунікацій;
- фактори, які визначають споживання продукції (ємність ринку, вимоги споживачів до якості продукції).

Фактори внутрішнього середовища підприємства характеризують наступні внутрішньовиробничі показники: технічний рівень виробництва; технологія; організація виробництва та управління; система формування та стимулювання попиту.

Фактори зовнішнього середовища поділяються на чинники прямого та опосередкованого впливу. До факторів прямого впливу відносяться державні, конкурентні, ринкові фактори. До факторів непрямого впливу належать стан економіки, соціальні, міжнародні та політичні фактори.

У внутрішньому середовищі рівень конкурентоспроможності підприємства визначається ключовими факторами – виробничий потенціал (організаційно-технічні, фінансово-економічні чинники та маркетинг) та інвестиційний потенціал (розмір власних джерел інвестування та можливість залучення додаткових фінансових ресурсів) [2]. Також варто зазначити, що рівень конкурентоспроможності залежить від взаємодії п'яти конкурентних сил, якими виступають: постачальники сировини, потенційні нові конкуренти, товари-субститути, покупці продукції та специфіка галузі [3].

П'ятифакторна модель конкурентних сил дає можливість виявити сильні та слабкі сторони підприємства, проаналізувати, в яких областях стратегічні зміни матимуть максимальний позитивний ефект та виявити області, в яких галузеві тенденції здійснюють найбільший вплив на потенціальні можливості компанії або загрози. Розуміння цих базових факторів дозволяє визначити можливі напрямки диференціації. Конкурентоспроможність підприємства є одним із основних критеріїв оцінки ефективності його діяльності. Це його здатність забезпечувати вищу ефективність виробництва у порівнянні з конкурентами в довгостроковій перспективі. Очевидно, що конкурентоспроможність є результатом діяльності усіх підрозділів підприємства в усіх напрямках виробництва та його обслуговування.

Таким чином, на основі вищенаведеного можна зробити висновок, що для досягнення бажаного рівня конкурентоспроможності необхідним є формування та реалізація конкурентної стратегії підприємства. Варто зазначити, що нові підходи до управління конкурентоспроможністю повинні ґрунтуватися на баченні майбутнього підприємства та узгоджуватися з його цілями. Запорукою успішного функціонування підприємства є формування стратегії його розвитку. Саме від того, наскільки правильною та доцільно обраною є стратегія, залежить високоефективна господарська діяльність та конкурентоспроможність підприємства.

Список використаних джерел:

1. Грецький Р. Л. Теоретичні підходи до визначення природи і сутності конкуренції / Р. Л. Грецький // Формування ринкових відносин в Україні. – 2007. – № 12. – С. 35–38.
2. Должанський І. З. Конкурентоспроможність підприємства: навч. посібник / І. З. Должанський, Т. О. Загорна. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 384 с.
3. Портер М. Е. Конкуренція: учеб. пособ. / пер. с англ. под ред. Я. В. Заблоцкого / М. Е. Портер. – М.: ИД «Вильямс», 2000. – 495 с.

4. Гринько Т. В. Управління формуванням конкурентних переваг підприємств готельного бізнесу / Т. В. Гринько, Д. О. Михайлова // Science and society: Collection of scientific articles. – Edizioni Magi, Roma, Italy, 2017. – P. 150–159.
5. Тимар И. В. Конкурентоспособность горнодобывающих предприятий железорудной промышленности Украины и пути ее повышения / И. В. Тимар // Материалы международной научно-практической конференции «Проблемы устойчивости социально-экономического развития в условиях глобализации». – 8–9 апреля 2015 года. – Душанбе, 2015. – С. 314–316.

Черненко І. О.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ ОБОРОТНИМ КАПІТАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА: ОЦІНКА ТА ОГЛЯД

Оборотний капітал (далі – ОК), управління та формування відповідної його системи є важливим елементом забезпечення ефективної діяльності будь-якого підприємства. Як відомо, вітчизняне законодавство надає кожному підприємству самостійно планувати та здійснювати діяльність, а тому підприємства можуть самостійно обирати ті чи інші методи управління, в тому числі й оборотним капіталом, а відтак і здійснювати контроль за найбільш раціональним і використанням оборотного капіталу.

Зараз у господарській практиці поширеними є різні методи, які застосовуються для управління ОК. Серед них – коефіцієнтний метод, який дозволяє розрахувати ряд показників, що характеризують стан ОК в цілому або його окремих складових, стан джерел його формування, якість та ефективність використання. Інформаційною основою цього методу є дані офіційної звітності підприємства, управлінські дані, поточна інформація. Так у складі цих показників виділяють: коефіцієнт обертання, тривалість одного обороту, коефіцієнт завантаження, рентабельність оборотних коштів, абсолютне вивільнення оборотного капіталу, відносне вивільнення оборотного капіталу тощо.

Також необхідно відзначити, що в теорії та практиці управління ОК підприємств окремої уваги заслуговує дослідження наявних методів нормування. Даний метод передбачає розробку норм і нормативів ОК підприємства, розрахунок яких проводиться за окремими видами матеріалів, сировини, напівфабрикатів, інших видів товарно-матеріальних цінностей та за окремими видами витрат за кожним з видів оборотних коштів підприємства. Такий перелік залежить від особливостей господарської діяльності підприємства, оскільки склад і структура оборотних активів такого підприємства залежить від типу виробництва, складу