

готельного підприємства. При цьому потрібно опрацювати такі аспекти як вибір споживчих сегментів; складання ціннісних пропозицій для гостей готелю; розробка каналів збуту готельних послуг; налагодження взаємин із гостями готелю; пошук резервів надходження доходів; наявність ресурсів для здійснення своєї діяльності; встановлення ділових відносин із контрагентами сфери готельного бізнесу; шляхи зниження витрат на надання готельних послуг.

Список використаних джерел:

1. Гвініашвілі Т.З. Стратегічний розвиток підприємств України на основі інноваційної діяльності. *Вісник Національного університету водного господарства та природокористування. Серія «Економіка»*. Рівне: НУВГП. 2013. Вип. 3(63). С. 51-57.
2. Гвініашвілі Т.З., Морока Д.М. Проблеми забезпечення конкурентоспроможності підприємства в сучасних умовах. *Причорноморські економічні студії*, 2020. Вип. 50/20. С. 127-131.
3. Гринько Т.В., Крупський О.П. Франчайзинг як інструмент формування організаційної культури туристичних підприємств. *Науковий економічний журнал «Актуальні проблеми економіки»*. 2015. №1 (163). С. 145-154.
4. Vorontsova, A.S., Vasylieva, T.A., Grynko, T.V., Korneyev, M.V., Krupskyi, O.P., Nebaba N.O. (2022) Covid-19 and tourism impact assessment: cluster analysis for Europe region. *Journal of Geology, Geography and Geoecology*, 31(4), 773-783.

Канд. екон. наук Гвініашвілі Т. З., Перерва Б. К.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

АНАЛІЗ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Сучасний стан розвитку світової економіки свідчить про роботу підприємств в умовах постійної конкуренції. Оцінка конкурентоспроможності підприємства є важливою умовою його конкурентного успіху. Коли на ринку працює багато однотипних компаній, важливо точно визначити рівень бізнес-конкуренції та конкурентних переваг. Успішне використання цих переваг є ключовими факторами формування стратегії конкурентного успіху компанії.

Актуальна і своєчасна оцінка, а також грамотне використання конкурентних переваг підприємства є головною ознакою успіху в умовах ринкового середовища. Для кожного підприємства головним завданням є збереження конкурентоспроможності. Грамотно спланована робота підприємства в умовах зміни ринкової кон'юнктури є непростим завданням. Результат її вирішення

безпосередньо залежить від компетентної та висококваліфікованої оцінки конкурентних переваг суб'єкта підприємництва.

Процес конкурентної оцінки підприємства описаний у різноманітних працях зарубіжних та вітчизняних економістів, серед них: Д. Фокс, Р. Грегорі, Х. Зайдель, Б. Шлюсарчик, М. Портер, Р. Теммен, Д. Росса, І. Должанський, Ф. Шерера та інші. Найбільш повно теоретичні засади оцінки конкурентоспроможності розглянуті М. Портером [1].

У найзагальнішому вигляді конкурентоспроможність має значення потенційної або реалізованої здатності економічного суб'єкта ефективно діяти в довгостроковій перспективі у відповідному зовнішньому середовищі.

Науковці та практики розробили кілька аналітичних методів і моделей, що можуть бути корисними для визначення конкуренції в бізнесі. Найбільш популярними методами аналізу конкурентоспроможності підприємства є: SWOT-аналіз, матриця БКГ, PIMS-аналіз, матриця McKinsey, матриця Arthur D. Little, метод LOTS, PEST-аналіз, модель "4P", модель зростання товару на ринку І. Ансоффа, багатокутник конкурентоспроможності та ін.

Для оцінки конкурентоспроможності підприємства, як правило, використовують наступний перелік критеріїв конкурентоспроможності [3]:

- виручка від реалізації продукції, товарів, робіт та послуг підприємства;
- ключові фінансові показники (коефіцієнти автономії, забезпеченості власними оборотними коштами, покриття інвестицій, поточної ліквідності, абсолютної ліквідності, рентабельність продажів, норма чистого прибутку, рентабельність активів);
- конкурентоспроможність товару, робіт, послуг (комплексний або інтегральний показник оцінюваного об'єкту);
- організаційно-технічні показники (плинність кадрів, ефективність виробничого циклу).

Не слід розглядати конкурентоспроможність підприємства у відриві від конкурентоспроможності галузі в цілому. Вивчення галузі та зондування конкурентів необхідні підприємству з метою [2]:

- вибору зацікавлених прихильників для колективної діяльності;
- складання бізнес-плану виходу підприємства на нові ринки;
- збільшення інвестиційної діяльності підприємства;

- аналізу переваг та недоліків в порівнянні з основними конкурентами;
- визначення, в яких структурних підрозділах є потенціал збільшення конкурентоспроможності;
- розробки результативної дорожньої карти щодо підвищення рівня конкурентоспроможності.

Велика кількість показників пояснюється безліччю характеристик і властивостей різних видів виробничо-господарської та комерційної роботи підприємства. Обрати один, універсальний показник, який зміг би достовірно судити про досягнення або занепад підприємства, не представляється можливим [6]. Необхідно сформулювати таку методику оцінки конкурентоспроможності підприємства, яку б можна було б використовувати при проведенні відстеження розвитку конкурентоспроможності підприємства за певний період часу, при зіставленні величини показника конкурентоспроможності з еталонними значеннями та встановленні наявного потенціалу підвищення за окремими факторами, а також для порівняння з підприємствами-конкурентами, що працюють в одній галузі.

Таким чином, у сучасних умовах розвитку економіки конкуренція як рушійна сила спонукає суб'єкти підприємництва постійно шукати та використовувати нові заходи щодо підвищення конкурентоспроможності, щоб не лише утримувати наявних клієнтів, а й залучати нових, у тому числі виходити на інші ринки, застосовувати новітні матеріали та сировину, розробляти нові форми організації бізнесу, впроваджувати останні досягнення науки та техніки, розширювати асортиментний портфель та ін.

Лише за умови комбінування різних методів оцінки конкурентоспроможності можна отримати більш предметне уявлення про конкурентні якості, потенціал та ринкові позиції підприємства, що базуються на взаємодоповнюючих характеристиках як безпосередньо самого підприємства, так і на основі його зіставлення з показниками інших, конкуруючих учасників ринку.

Список використаних джерел:

1. Адамик В., Вербицька Г. Оцінка конкурентоспроможності підприємства. *Вісник Тернопільського національного економічного університету*. 2012. № 1. С. 69-78. URL: <http://visnykj.wunu.edu.ua/index.php/visnykj/article/view/7/791>

2. Гвініашвілі Т.З., Морока Д.М. Проблеми забезпечення конкурентоспроможності підприємства в сучасних умовах. *Причорноморські економічні студії*, 2020. Вип. 50/20. С. 127-131. <https://doi.org/10.32843/bses.50-22>
3. Грецький Р. Теоретичні підходи до визначення природи та сутності конкуренції. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2015. № 2. С. 35-38.
4. Гринько Т.В., Гвініашвілі Т.З., Бостинчук Д.М. Стратегічні аспекти управління прибутковістю підприємства. *The scientific heritage*, 2023. № 105 (105). С. 28-31.
5. Гринько Т.В., Гвініашвілі Т.З., Спицька К.В. Formation of competitive strategy of the enterprise based on customer-oriented approach. *Бізнес-інформ*, 2021. № 11. С. 309-314. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2021-11-309-314>
6. Швед Т.В., Біла І.С. Оцінка конкурентоспроможності підприємства. *Економіка і суспільство*. 2017. № 8. С. 405-410. URL: <https://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/17243/Швед,%20Біла.pdf?sequence=1>
7. Гринько Т.В. Комплексний підхід оцінки конкурентоспроможності інноваційної продукції як конкурентної переваги. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2009. №5. Т. 3. С. 142-145.

Котловська Н. М.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

РОЛЬ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

За сучасних умов функціонування економічних суб'єктів людський капітал є одним з найважливіших ресурсів у сучасному бізнесі, оскільки він є головним джерелом інновацій, творчих ідей та розвитку підприємств. Зараз в умовах зростаючої конкуренції і високих технологій наявність висококваліфікованого персоналу є надзвичайно важливою для забезпечення конкурентоспроможності підприємства.

Конкурентоспроможність підприємства залежить від кількох факторів, одним з них є наявність високоякісного персоналу. Людський капітал є ключовим елементом успішної організації, який забезпечує ефективне використання інших ресурсів, таких як фінансові, технічні та інформаційні [2]. Високоякісний персонал є важливим у створенні інноваційних ідей, дослідженнях ринку, підвищенні якості продукції, покращенні ефективності виробничих процесів та більш ефективному взаємодії з клієнтами [3].

Одним з ключових аспектів управління людським капіталом є залучення та збереження талановитих працівників [6]. Компанії повинні зосередитися на