

Отже, ефективне міжнародне співробітництво та співпраця можуть бути ключовими для управління конкурентоспроможністю на глобальному ринку. Це може передбачати партнерство та співпрацю з іншими компаніями та країнами, обмін знаннями та досвідом, а також участь у міжнародних торгових угодах та організаціях.

Аналіз конкурентоспроможності в міжнародному контексті є складним і багатогранним, з рядом факторів, що сприяють здатності країни ефективно конкурувати. Управління конкурентоспроможністю в міжнародному контексті включає ряд стратегій, спрямованих на інновації, розвиток робочої сили, управління ланцюгом поставок, маркетинг і брендинг, а також міжнародне співробітництво. Ефективно впроваджуючи ці стратегії, компанії та країни можуть підвищити свою конкурентоспроможність і досягти успіху на світовому ринку.

Список використаних джерел:

1. Макконнелл К.Р., Брю С.Л. Аналітична економія: принципи, проблеми і політика: пер.з англ. Львів. Просвіта, 1997.
2. Cook, T.A. Managing Global Supply Chains: Compliance, Security, and Dealing with Terrorism. CRC Press, 2008. URL: <https://doi.org/10.1201/9781420064582>.
3. Kim, W.C., & Mauborgne, R. Blue ocean strategy: How to create uncontested market space and make the competition irrelevant. URL: <https://helenescott.com/wp-content/uploads/2014/01/BookReportBlueOceanStrategy.pdf>.

Шушара О. Д.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ФАКТОРИ ПЛАНУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Конкурентоспроможність підприємства є ключовим фактором, який визначає його успішність на ринку. Планування конкурентоспроможності підприємства включає в себе ряд факторів, що потребують уваги та ретельного вивчення. Пропоную розглянути основні фактори, які впливають на планування конкурентоспроможності підприємства

Один з головних факторів планування конкурентоспроможності підприємства – це аналіз ринку. Він допомагає визначити сильні та слабкі сторони

підприємства, з'ясувати потреби споживачів та з'ясувати потенційні можливості для підприємства на ринку. Аналіз ринку допомагає підприємству зрозуміти, які продукти та послуги найбільш популярні серед споживачів та визначити ті ринки, на яких підприємство може бути більш конкурентним.

Конкурентоспроможність підприємства залежить від його доступності до ресурсів, таких як сировина, енергія, кадри, фінанси тощо. Підприємства, що мають доступ до рівної інфраструктури та розвиненої мережі зв'язків, зазвичай займають впевнену позицію на ринку.

Іншим важливим фактором планування конкурентоспроможності є інновації. Підприємства, які впроваджують інноваційні технології та продукти, зазвичай є більш конкурентними на ринку, оскільки вони пропонують споживачам щось нове та унікальне. Інноваційна діяльність дозволяє підприємству підтримувати свою позицію на ринку та привертати нових споживачів.

Один зі способів підвищення конкурентоспроможності підприємства є уміння ефективно управляти витратами. Ефективне управління витратами дозволяє підприємству зменшити витрати і підвищити ефективність виробництва, що дозволить підприємству бути більш конкурентним на ринку.

Управління витратами починається з аналізу всіх витрат підприємства, що дозволяє з'ясувати, які витрати є найбільш важливими, та визначити ті, які можна зменшити без втрати якості продукції або послуг. Після аналізу витрат, необхідно розробити план дій, щоб зменшити витрати. Цей план може включати в себе заходи по зменшенню витрат на матеріали, зниження витрат на персонал, раціоналізацію виробничих процесів та оптимізацію логістики.

Крім того, ефективне управління витратами також передбачає постійний моніторинг витрат і оновлення плану дій для зменшення витрат. Також можуть використовуватися різні методи управління витратами, такі як метод ABC аналізу, метод Just-in-Time та метод Lean управління виробництвом.

Окремо слід зазначити про людський капітал як фактор планування конкурентоспроможності підприємства. Людський капітал є основою успішної діяльності підприємства, оскільки він визначає рівень професійної підготовки та компетентності працівників, їхню мотивацію та здатність пристосовуватись до змін.

Управління людським капіталом включає в себе розробку та впровадження стратегій залучення, навчання та розвитку персоналу, забезпечення сприятливої організаційної культури, а також підтримку та стимулювання працівників для досягнення спільних цілей підприємства. Ефективне управління людським капіталом забезпечує здатність підприємства пристосовуватись до змін, швидко реагувати на нові виклики та інноваційні можливості, тим самим забезпечуючи стабільний ріст та успіх підприємства на ринку.

Нарешті, не можна забувати про важливість маркетингу та стратегії продажу як факторів планування конкурентоспроможності підприємства. Маркетингові стратегії повинні бути спрямовані на залучення та утримання клієнтів, створення позитивного іміджу підприємства, а також на підвищення продажів та рентабельності. Ефективна стратегія продажу дозволяє підприємству збільшувати обсяги продажу та доходи, оптимізувати вартість виробництва та забезпечити стабільний рівень прибутку.

Отже, фактори планування конкурентоспроможності підприємства є взаємопов'язаними та включають в себе аналіз ринку, вивчення конкурентів, розробку стратегій маркетингу, інноваційну діяльність, управління людським капіталом та витратами на підприємстві. Ефективне планування цих факторів дозволяє підприємству зберігати свою конкурентоспроможність, залучати нових споживачів, розвиватися та отримувати стабільний прибуток. Важливо також враховувати зміни на ринку та відповідно адаптувати стратегії розвитку, щоб підприємство залишалось конкурентоспроможним у довгостроковій перспективі. Як можна помітити фактори формування конкурентоспроможності підприємства є дуже різноманітними. Розвиток компанії залежить від успішного вдосконалення кожної з цих частин. Ефективна стратегія формування конкурентоспроможності підприємства повинна бути спрямована на оптимальне використання будь-яких можливостей для підвищення якості продуктів, зниження пов'язаних з виробництвом витрат, маркетингових та інших показників успішності.

Список використаних джерел:

1. Глобальна конкурентоспроможність підприємств: проблеми та шляхи їх вирішення / Л.О. Кондратенко, А.Ю. Ходаківський Н.І. Железняк та ін. Київ: Центр учбової літератури, 2016.

2. Конкурентоспроможність підприємств в умовах глобалізації економіки / І.А. Шаповал, Ю.В. Журавель, Л.В. Дмитрієва та ін. Київ: КНЕУ, 2015.
3. Стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємств / В.М. Кузнецов, В.В. Бондаренко, Н.І. Кузьменко та ін. Київ: КНЕУ, 2017.
4. Формування конкурентоспроможності підприємств в умовах ринкової економіки / В.Г. Бабич, О. М. Завада, В. І. Слюсаренко та ін. Київ: Видавництво Львівської політехніки, 2015.
5. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теорія та практика / В. М. Гринчук, Л.С. Мартич, О.В. Білоусова та ін. Київ: Центр учбової літератури, 2018.
6. Інновації та конкурентоспроможність підприємств / І.М. Іваненко, В.А. Колесник, О.І. Луніна та ін. Київ: КНЕУ, 2015.

Щербаков Ю. М.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНЮВАННЯ КОНКУРЕНТОЗДАТНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТА ЙОГО КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ

Оцінювання конкурентоспроможності підприємства проводиться з використанням певного інструментарію, що включає в себе сукупність підходів та методів оцінки.

Дослідники-науковці, які довгий час займаються вивченням даної теми пропонують багато методик у оцінці конкурентоспроможності підприємства:

- матричні;
- структурно-функціональні;
- якості;
- теорії ефективної конкуренції та інші.

Такі провідні вчені, як В. Гончаров та О. Ларін існуючі методики оцінки згрупували наступним чином:

- матричні;
- за часткою ринку;
- засновані на «теорії фірми і галузі»;
- засновані на «теорії якості товару», зокрема на «теорії маркетингу» [1].

У сучасній науковій літературі представлена велика кількість методів оцінки з використанням різнобічних показників, критеріїв та механізмів впровадження результатів оцінки. Але визначити єдиний, універсальний метод