

INTERNATIONAL SCIENTIFIC INNOVATIONS IN HUMAN LIFE

Proceedings of XIII International Scientific and Practical Conference

Manchester, United Kingdom

6-8 July 2022

Manchester, United Kingdom

2022

UDC 001.1

The 13th International scientific and practical conference “International scientific innovations in human life” (July 6-8, 2022) Cognum Publishing House, Manchester, United Kingdom. 2022. 501 p.

ISBN 978-92-9472-195-2

The recommended citation for this publication is:

Ivanov I. Analysis of the phaunistic composition of Ukraine // International scientific innovations in human life. Proceedings of the 13th International scientific and practical conference. Cognum Publishing House. Manchester, United Kingdom. 2022. Pp. 21-27. URL: <https://sci-conf.com.ua/xiii-mezhdunarodnaya-nauchno-prakticheskaya-konferentsiya-international-scientific-innovations-in-human-life-6-8-iyulya-2022-goda-manchester-velikobritaniya-arhiv/>.

Editor

Komarytskyy M.L.

Ph.D. in Economics, Associate Professor

Collection of scientific articles published is the scientific and practical publication, which contains scientific articles of students, graduate students, Candidates and Doctors of Sciences, research workers and practitioners from Europe, Ukraine, Russia and from neighbouring countries and beyond. The articles contain the study, reflecting the processes and changes in the structure of modern science. The collection of scientific articles is for students, postgraduate students, doctoral candidates, teachers, researchers, practitioners and people interested in the trends of modern science development.

e-mail: manchester@sci-conf.com.ua

homepage: <https://sci-conf.com.ua>

©2022 Scientific Publishing Center “Sci-conf.com.ua” ®

©2022 Cognum Publishing House ®

©2022 Authors of the articles 4

TABLE OF CONTENTS

ECONOMIC SCIENCES

60. *Mironchuk Z. P., Cicka N. E., Andrushko R. P.* 412
VALUE ADDED TAX IN CONDITIONS OF WARTIME
61. *Білоус С. В.* 416
ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ В УКРАЇНІ
ДОВОЄННОГО ПЕРІОДУ
62. *Воронко Р. М., Кравець О. В.* 420
ОБЛІК ВИТРАТ У СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ЛОГІСТИЧНОЮ
ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА
63. *Карпінський Б. А., Карпінська О. Б., Пфістер Д. Г.* 426
SMART-УРБАНІСТИКА НА ЗАСАДАХ ДЕРЖАВОТВОРЧОГО
ПАТРІОТИЗМУ НАЦІЇ: УПРАВЛІНСЬКА КОНЦЕПЦІЯ
64. *Кохан С. А., Артюх О. В.* 436
ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ ЕЛЕКТРОННОГО ДОКУМЕНТУВАННЯ
У СИСТЕМІ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ
65. *Крайнюченко О. Ф., Сімкін Д. О.* 440
ФАКТОРИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ
ПІДПРИЄМСТВА
66. *Кулик О. М.* 445
АНАЛІЗ РОБОТИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ
ПІДПРИЄМСТВ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ В ПЕРІОД
ПАНДЕМІЇ COVID-19
67. *Куцик В. І., Майборода В. М.* 451
ОСОБЛИВОСТІ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ СФЕРИ ПОСЛУГ
68. *Михальчинець Г. Т.* 454
СУЧАСНИЙ МАТЕМАТИЧНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ
МОДЕЛЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФІНАНСОВОГО РИНКУ

ФАКТОРИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Крайнюченко Ольга Феодосіївна,

к.е.н, доцент

kraolfe@ukr.net

Сімкін Давід Олександрович

Аспірант

ydav1818@gmail.com

Навчальний університет харчових технологій

м. Київ, Україна

Анотація: Стаття присвячена дослідженню поняття конкурентоспроможності підприємства, виокремленню основних факторів, які впливають на її формування та рівень, а також класифікації цих факторів, відповідно до сучасних економічних теорій, праць вітчизняних та зарубіжних вчених. Одержані результати можуть бути використані у практичній діяльності задля формування і посилення конкурентних переваг при розробці заходів підвищення ефективності діяльності підприємств, а також при проведенні наукових досліджень.

Ключові слова: конкуренція, конкурентоспроможність, фактори конкурентоспроможності, ієрархія факторів, конкурентні переваги.

На сьогоднішній день вітчизняний ринок існує в умовах нестабільності економічної та політичної ситуації в світі, бурхливого розвитку інформаційних технологій, наявності загрози пандемії COVID-19, а також воєнного конфлікту. Все це спричинило необхідність дослідження основних факторів, які формують конкурентоспроможність підприємства, з метою забезпечення стабільності

ринкової системи, підвищення конкурентних переваг вітчизняних виробників та сприяння ефективному розвитку підприємств всіх форм власності.

Отже, конкурентоспроможність, з позиції маркетингу, визначається рівнем попиту на продукцію/послугу підприємства та часткою, яку воно займає на ринку: чим вона більше, тим, відповідно, вища його конкурентоздатність. В свою чергу, Чурсин А.А. [1, с. 92] пов'язує конкурентоспроможність із здатністю підтримувати високі темпи економічного зростання протягом середньо- та довгострокового періодів. М. Портер, натомість, вважав, що конкурентоздатність підприємства визначає його спроможність ефективно використовувати виробничі потужності [2, с. 162]. Саме Майкл Портер вперше визначив групу факторів, які формують конкурентоспроможність підприємства. Існує декілька підходів до їх визначення. Так, наприклад, згідно моделі п'ятьох сил, конкурентоспроможність підприємства формується під впливом:

1) покупців (якщо підприємство задовольняє їх потреби – воно є конкурентоспроможним);

2) постачальників (міра їх впливу на кінцеву ціну продукції, що випускає підприємство: чим вищий вплив постачальників, тим нижча конкурентоспроможність підприємства, адже воно втрачає можливість використовувати маркетингові засоби впливу на цільову аудиторію у вигляді знижок, спецпропозицій тощо);

3) діючих конкурентів (оцінка продукції та стратегії діючих конкурентів на ринку дозволяє визначитися з напрямком діяльності, забезпечити виготовлення конкурентоздатних товарів);

4) нових конкурентів (поява на ринку нових гравців може вплинути на рівень конкурентоспроможності діючого підприємства);

5) наявності товарів-замінників (чим більш унікальний продукт пропонує підприємство ринку, тим вища буде його конкурентоздатність; однак, необхідно пам'ятати, що не всі унікальні товари будуть мати попит через фактор невизначеності) [2, с. 170].

Згідно іншого підходу [3, с. 77], конкурентоспроможність підприємства формується під впливом основних та розвинутих факторів. До основних факторів, зокрема, належать:

- некваліфікована та напівкваліфікована робоча сила (у разі її використання рівень конкурентоспроможності підприємства буде низьким);

- кліматичні умови (кліматична зона, в якій підприємство здійснює свою діяльність, має значний вплив на його конкурентоспроможність: підприємство, що вирощує виноград у субарктичній зоні, ніколи не матиме конкурентних переваг перед підприємством, яке займається аналогічною діяльністю в субтропічній зоні);

- капітал (достатній розмір капіталу сприяє ефективному розвитку підприємства, його здатності залучити зовнішні ресурси та підтримку акціонерів);

- природні ресурси (здійснення діяльності в умовах обмеженості ресурсів має негативний вплив на рівень конкурентоспроможності, адже зростають витрати на пошук постачальників та транспортування сировини, що, відповідно, впливає на кінцеву ціну продукції);

- географічне положення (даний фактор пов'язаний з вибором країни, кількістю конкурентів навколо, місцезнаходженням; так, наприклад, при виборі гірської місцевості у підприємства зростають витрати на транспортування та зменшується рівень взаємодії з клієнтами).

В свою чергу, розвинуті фактори, які мають позитивний вплив на рівень конкурентоспроможності підприємства, включають висококваліфікований персонал, сучасну інфраструктуру обміну інформацією тощо.

П. Друкер додав такі фактори формування конкурентоспроможності господарюючого суб'єкта: положення на ринку, рівень інновацій (підприємство, яке використовує передові технології є більш конкурентоздатним, аніж підприємство, яке працює з застарілим обладнанням), продуктивність праці (наскільки ефективно працюють працівники на підприємстві), матеріальні та фінансові ресурси, прибутковість (кінцевий результат діяльності оцінюється акціонерами, потенціальними інвесторами та

кредиторами: позитивна оцінка матиме, відповідно, позитивний вплив на позицію підприємства на ринку, і навпаки), а також відповідальність перед суспільством [4, с. 98–99].

Розглянуті групи факторів формування конкурентоспроможності є класичними основоположними чинниками, які зазнали впорядкування та систематизації у численних працях зарубіжних та вітчизняних вчених. Результати проведених досліджень поглядів науковців з питань формування конкурентоспроможності підприємства дозволяють стверджувати, що в реальних ситуаціях в залежності від вагомості та пріоритетного впливу фактори формування конкурентоспроможності комбінуються і створюють унікальну для кожного конкретного підприємства за певного часового періоду систему його конкурентних переваг. Слід враховувати, що всі складові ринкових переваг підприємства ієрархічно пов'язані між собою на рівні країни, регіону, галузі, підприємства та продукції. Задля підтримання необхідного стану конкурентоспроможності повинні оцінюватись складники кожного рівня з врахуванням їхніх специфічних властивостей. Саме оптимальне виокремлення та поєднання найвагоміших факторів забезпечення стійких конкурентних переваг кожного ієрархічного рівня сприятиме формуванню високої конкурентоспроможності підприємства.

Отже, задля забезпечення належного рівня ринкових переваг суб'єктів підприємництва потрібно враховувати систему визначальних факторів формування конкурентоспроможності, яка має обов'язково включати в себе складники всіх ієрархічних ступенів. Застосування саме такою унікальною для кожного підприємства системи факторів сприятиме розробленню обґрунтованих рекомендацій та заходів щодо управління конкурентними перевагами та конкурентоспроможністю.

Список літератури

1. Чурсин А.А. Исследование предпосылок к созданию теории управления конкурентоспособности объектов. *Social and economic review*.

Scientific Journal, Faculty of Social and Economic relation. 2008. №1. Vol.6.
Словакия, г. Тренчин. *Trencianskej univerzity Alexandra Dubseka*. С. 90-95

2. Портер М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов / Пер. с англ. 4-е изд. Москва: Альпина Паблишер, 2011. 453 с.

3. Павлова В.А. Фактори, що формують конкурентоспроможність. *Європейський вибір України: проблеми теорії та практики реалізації*. Матеріали міжн. наук.-практ. конф. Донецьк: Вид-во ДУЕП. 2003. С. 76–78.

4. Друкер П. Эффективное управление предприятием. Москва: ИД «Вильямс», 2008. 224с.

5. Сисоева Е.А. Факторы конкурентоспособности предприятия: подходы и составляющие. *Экономические науки: Межвуз. Зб. наук. тр.* Саранськ: МДУ ім. Н.П Огарева, 2010. с. 283-287.

6. Швагірева В.С., Донець А., Неумоїна К. Маркетинговий метод підвищення конкурентоспроможності підприємства. *Науковий вісник ОНЕУ*. Одеса: ОНЕУ, 2014. Спецвипуск №3. С. 209-220.