

УДК 658

Міленко Є. В., Міцкевич М. А.

здобувачі вищої освіти на другому (магістерському) рівні спеціальності 072 «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок» Східноєвропейський університет імені Рауфа Аблязова м. Черкаси, Україна

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА, ЯК СТРАТЕГІЧНИЙ ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ

Сучасні реалії формують для вітчизняних підприємств нові, динамічні зміни, які вимагають швидкої адаптації. Відтак, питання конкурентоспроможності та, як результат, отримання прибутку, є актуальними та вимагають від керівництва прогресивних дій.

Забезпечення конкурентоспроможності формується під дією низки чинників, значна частка яких регулюється безпосередньо самим підприємством.

Важливою передумовою формування конкурентоспроможності підприємства є окреслення факторів, які мають прямий та опосередкований вплив на діяльність підприємства та забезпечують його конкурентні переваги. Разом із тим, дослідження факторів формування впливу на конкурентоспроможність підприємства сприяє визначенню сильних та слабких сторін діяльності, як самого підприємства, так і його конкурентів, та дозволяє розробити заходи щодо її підвищення.

Реалізація зазначених підходів потребує інвестиційного розвитку підприємств. Використання інноваційних продуктів та технологій, в умовах сьогодення, дозволяє підприємствам бути конкурентоспроможними, формувати відповідний капітал та нарощувати обсяги виробництва.

Перехід до інноваційного розвитку вимагає розв'язання, як мінімум, двох комплексних завдань:

- по-перше, створення умов для формування інноваційного потенціалу підприємства;
- по-друге, створення умов для його реалізації.

Відтак, умови формування інноваційного потенціалу формуються під впливом факторів внутрішнього середовища підприємства, а принципи його реалізації – зовнішнього.

Наразі виокремлюють низку складових забезпечення конкурентоспроможності підприємства: якість продукції/послуг; цінова політика; інновації та технології; маркетинг та брендинг; фінансова стійкість; менеджмент та організаційна структура.

Варто зазначити, що конкурентоспроможність безпосередньо впливає на здатність підприємства генерувати прибуток. Якщо компанія є конкурентоспроможною, вона має більше шансів на утримання та розширення ринкової частки, що, в свою чергу, сприяє зростанню доходів. Це дозволяє підприємству збільшувати валовий та операційний прибуток, знижувати витрати через економію на масштабах та підвищувати ефективність.

Водночас, високий прибуток дозволяє підприємству інвестувати в розвиток, впроваджувати інновації, покращувати якість продукції, що також позитивно впливає на конкурентоспроможність.

Відтак, конкурентоспроможність підприємства безпосередньо пов'язана з його здатністю ефективно задовольняти потреби клієнтів, використовувати свої ресурси та здобувати нові ринкові частки, що, в свою чергу, призводить до підвищення прибутку (рис.1).

Отже, конкурентоспроможність безпосередньо впливає на прибуток підприємства, оскільки дозволяє знижувати витрати, збільшувати доходи, підвищувати маржу та забезпечувати стійкість на ринку.

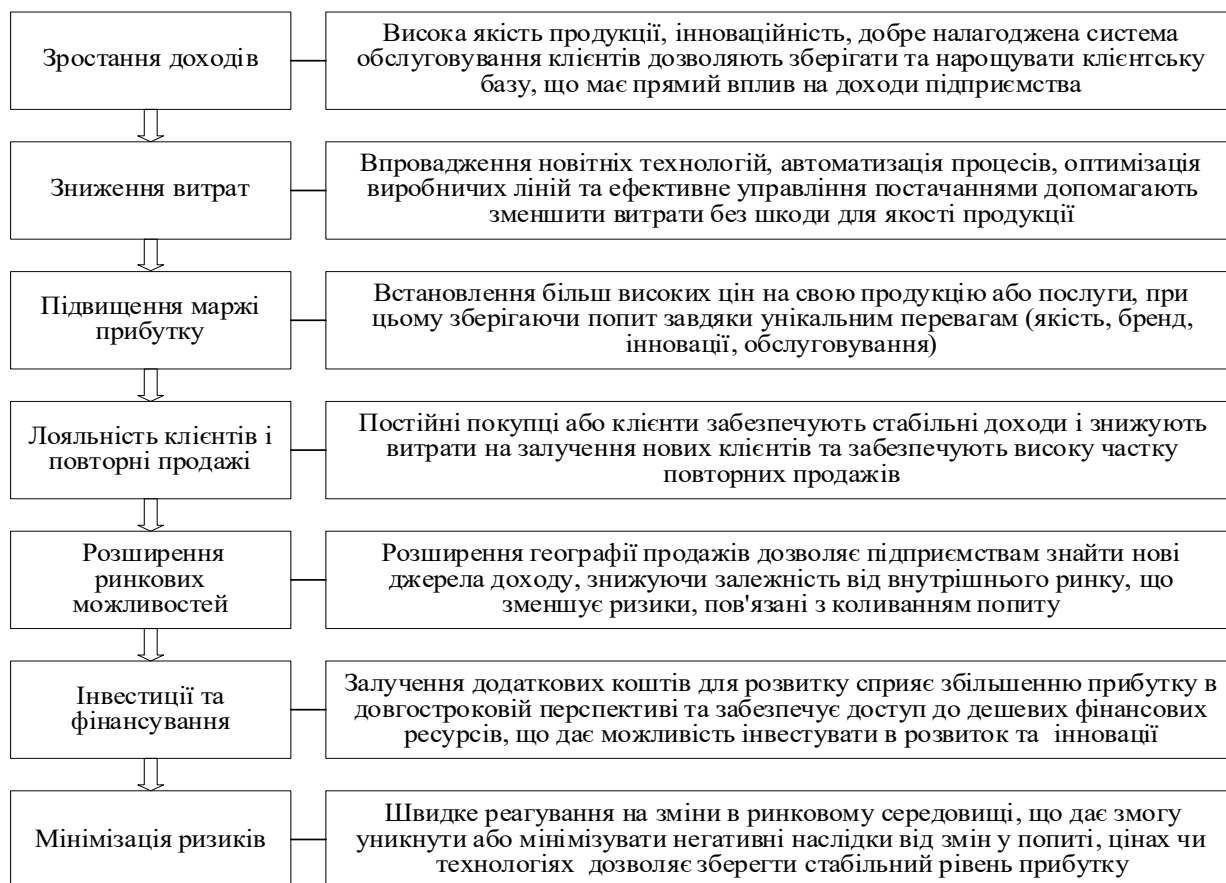


Рисунок 1 – Інструменти впливу конкурентоспроможності підприємства на формування прибутку

Успішні підприємства, які активно покращують свою конкурентоспроможність, можуть отримати високий прибуток завдяки стратегічним інвестиціям у розвиток, технології, маркетинг та обслуговування клієнтів. З метою підвищення ефективності діяльності підприємств у сучасних умовах розвитку економіки необхідні нові підходи до розробки й здійснення нових стратегічних рішень, спрямованих на довгострокове співробітництво з покупцями та конкурентами.

Конкурентоспроможність забезпечує не лише позиціонування підприємства на ринку, але й дозволяє оптимізувати прибутковість, забезпечити сталий розвиток та залучати інвестиції. Завдяки стратегічним крокам у підвищенні конкурентоспроможності, підприємства можуть:

- визначати оптимальний рівень ціни, який дозволяє забезпечити стабільний потік доходів при збереженні конкурентних переваг;
- уникати цінових війн з конкурентами за допомогою диференціації продукту або послуги;
- підвищувати лояльність клієнтів, що забезпечує стабільний попит на продукцію та послуги, а отже – стабільний прибуток.

Стабільна конкурентоспроможність забезпечує тривалу фінансову успішність підприємства, підвищує його стійкість до зовнішніх змін і робить його привабливим для інвесторів.

Література:

1. Дмитрієв І.А., Кирчата І.М., Шершенюк О.М. Конкурентоспроможність підприємства: навчальний посібник. Харків: ФОП Бровін О.В., 2020. 340 с.
2. Тульчинський Р.В., Тульчинська С.О., Ружицький А.В. Стратегії конкурентоспроможності підприємств в умовах макроекономічної нестабільності. *Інвестиції: практика та досвід*. 2021. Вип. 6. С. 5-9.