

Список використаних джерел:

1. Дергачова Г.М., Колешня Я.О. Цифрова трансформація бізнесу: сутність, ознаки, вимоги та технології. Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут». 2020. № 17. С. 280–290.
2. Державний аграрний реєстр : веб-портал. URL: <https://www.dar.gov.ua/> (дата звернення 17.04.2024).
3. Міністерство цифрової трансформації України : веб-портал. URL: <https://thedigital.gov.ua/> (дата звернення 17.04.2024).
4. Піщуліна О. Цифрова економіка: тренди, ризики та соціальні детермінанти: доповідь / Центр Разумкова. Київ, жовтень 2020.
5. Цифрові навички українців : веб-портал. URL: <https://forbes.ua/news/mayzhe-60-ukraintsiv-volodiyut-tsifrovimi-navichkami-za-ostanni-tri-roki-chislo-zroslo-na-126-03012024-18290> (дата звернення 17.04.2024).

УДК 33

*Нісфоян С.С., к.е.н., доцент;
Сідалковський О.М.,
здобувач другого (магістерського) рівня освіти
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький*

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Конкурентоспроможність підприємства є основним аспектом функціонування ринкового середовища, який характеризує здатність будь-якого підприємства адаптуватися до ринкових умов, щоб зайняти лідируючу позицію на ринку та утримувати її якомога довше.

Наразі на ринку існує багато компаній, що виробляють аналогічну продукцію, і деякі з них мають найбільш сприятливі умови господарювання, тобто конкурентні переваги перед іншими компаніями. Виділять чотири основні рівні конкурентоспроможності підприємства [2]:

1. Виробнича, незалежно від уподобань споживачів.
2. Виробництво компанією продукції, яка повністю відповідає стандартам, встановленим конкурентами.
3. Випуск продукції, яка не враховує стандарти конкурентів, але завдяки реалізації певної стратегії компанії наближається до лідерів у галузі.
4. Успіх у конкурентній боротьбі пов'язаний не з виробництвом, а з управлінням компанією, яка стає лідером на певному ринку.

Основні фактори, що впливають на конкурентоспроможність підприємств, прийнято поділяти на внутрішні та зовнішні.

Внутрішні фактори – це система і методи управління організацією, рівень технологічної складової виробничого процесу, організація виробничого процесу, організація системи короткострокового і довгострокового планування, маркетингова політика, інноваційна складова виробництва.

До зовнішніх факторів, що впливають на конкурентоспроможність, належать: політична ситуація в країні, вдосконалення законодавчої бази, економічні зв'язки компанії, наявність конкурентів і компаній, що виробляють взаємозамінну продукцію, розташування виробничих сил, наявність необхідної сировини, рівень розвитку технологій в країні, система управління в галузі та концентрація виробництва [3].

Підвищення конкурентоспроможності підприємства слід розглядати як послідовний, довгостроковий процес пошуку та реалізації управлінських рішень у всіх сферах його діяльності, що здійснюється систематично відповідно до обраної довгострокової стратегії розвитку з урахуванням змін у зовнішньому середовищі та стані власних коштів підприємства і внесенням відповідних коректив [1].

Заходи, що підвищують рівень конкурентоспроможності компанії, які мають організаційний характер [3]:

1. встановлення пріоритетів для продукції, що випускається, та забезпечення її доступності;
2. зміна якісних і технічних параметрів продукції, що випускається, з урахуванням побажань і специфічних вимог споживачів
3. визначення переваг продукції над товарами-замінниками;
4. виявлення недоліків аналогічної продукції, що випускається конкурентами;
5. пошук шляхів удосконалення вимірювань, що використовуються конкурентами;
6. виявлення та реалізація факторів на основі цінової політики, які впливають на підвищення конкурентоспроможності продукції, що випускається;
7. нові канали збуту продукції;
8. диференціація продукції, яка забезпечить відносно стійкі переваги споживачів до певних видів взаємозамінних товарів;
9. пряий вплив на споживача, шляхом штучного обмеження виходу нових товарів на ринок, реклама.

Підвищення конкурентоспроможності компанії та збільшення її частки на ринку можна досягти такими засобами, як вихід на ринок з новим видом продукції, зниження ціни на продукцію або послуги, реклама товарів, збільшення кількості торгових представників, впровадження інновацій.

Забезпечення високого рівня конкурентоспроможності означає, що всі ресурси, які використовує компанія, є більш продуктивними і приносять більше прибутку, ніж її конкуренти на ринку. Це означає, що компанія займає стабільну позицію на ринку товарів і послуг, а її продукція користується постійним попитом у споживачів.

Керівництво компанії повинно бути здатним встигати за змінами в комерційному середовищі і вносити різні зміни в свою політику виробництва і продажу товарів. Ці зміни можуть бути пов'язані з диверсифікацією виробництва, виходом на нові ринки, зміною товарної політики, створенням спільних виробництв, впровадженням нових технологій та модернізацією методів продажу продукції.

Список використаних джерел:

1. Лупак Р.Л., Васильців Т.Г. Конкурентоспроможність підприємства : навч. посіб. Львів, 2016. 484 с.
2. Конкурентоспроможність підприємства: навчальний посібник / Х. : ФОП Бровін О.В., 2020. – І.А. Дмитрієв, І.М. Кирчата, О.М. Шершенюк 340 с.
3. Управління конкурентоспроможністю підприємства : навч. посіб. / С.М. Клименко, Д.О. Барабась, Т.В. Омеляненко та ін. К. : КНЕУ, 2006. 527 с.

УДК 33

*Нісфоян С.С., к.е.н., доцент
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький*

ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ЛЮДСЬКИМИ РЕСУРСАМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Сучасні організації відчувають гостру потребу в ефективному управлінні людськими ресурсами. Сьогодні існує значний розрив між зростаючою об'єктивною потребою в забезпеченні функцій управління людськими ресурсами та станом служб, що відповідають за них. Реальність така, що приводів для оптимізму небагато. Недостатньо змінити нормативні документи, що регламентують діяльність кадрових служб – потрібно змінити саму парадигму управління персоналом.

Функції управління персоналом розпорошені між різними підрозділами, які так чи інакше залучені до вирішення кадрових проблем. Відсутність необхідної координації не дозволяє здійснювати ефективне управління персоналом. Як наслідок, кадрові служби, як правило, ще не в змозі взяти на себе роль провайдера всього комплексу заходів з управління персоналом, що забезпечують якість підбору і розстановки кадрів на всіх рівнях. Їхній практичний вплив на ефективність роботи компанії мінімальний, а престиж серед інших підрозділів поки що невисокий.

Все це відбувається в умовах протиріччя між проголошеними цілями кадрових служб та їхніми реальними функціями.

Слід також зазначити, що змінюються традиційні цінності, що призводить до серйозних потрясінь в особистих переконаннях. Стрес, тиск і невизначеність все більше присутні в більшості форм життя в організаціях. Це значно ускладнило систему мотивації та заохочення працівників, головним чином через найм на короткострокові контракти, висування різних попередніх умов (у тому числі випробувальних термінів), тісний зв'язок між матеріальним заохоченням та отриманим прибутком та інші фактори.

На підприємствах також відсутня єдина система роботи з персоналом, зокрема система наукового вивчення здібностей і нахилів, професійного просування та сприяння працевлаштуванню працівників. Ці та інші проблеми ставлять питання про те, як удосконалити систему управління персоналом.