

підприємств за концепції маркетингу відносин. *Економіка та суспільство*. 2022. № 35. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1127>.

3. Шульга Л.В., Терещенко І.О., Шарлай О.В. Сучасні маркетингові стратегії управління підприємством. *Ефективна економіка*. 2020. №9. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/9_2020/65.pdf.

УДК 338.001.36

*Якимчук С. С.,
здобувач вищої освіти,
науковий керівник: Лиса С.С.,
кандидат економічних наук, доцент,
Київський національний лінгвістичний університет*

ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ НЕСТАБІЛЬНОЇ СИТУАЦІЇ В КРАЇНІ

Очевидним є той факт, що зараз більшість суб'єктів господарювання функціонують на конкурентних ринках і їхня поведінка визначається конкурентним впливом. Підприємства займають певну ринкову нішу, в якій їм вдається завойовувати своє місце в змаганні з конкурентами завдяки посиленню своїх конкурентних позицій. Від рівня конкурентоспроможності залежить наскільки успішною може бути діяльність підприємства [1].

Конкурентоспроможність є ознакою ефективного підприємства, яка пов'язана з процесом конкуренції, у якому компанії конкурують одна з одною, та визначається як здатність підприємства функціонувати в конкурентному середовищі, в якому працюють інші суб'єкти. Це здатність розробляти, виробляти та продавати продукти та послуги на ринку, де подібні продукти та послуги пропонують інші суб'єкти господарювання. Таким чином, рисою ринку є багатовимірною конкуренція між суб'єктами, що розуміється як доступ до ресурсів з метою їх перетворення на продукти та послуги, які задовольняють широкі потреби споживачів. Хочу зазначити, що конкурентоспроможність забезпечує стабільний розвиток компаній.

Коли ми хочемо оцінити, спрогнозувати чи управляти конкурентоспроможністю підприємства, то обов'язково потрібно

враховувати сукупність усіх факторів, які впливають чи потенційно можуть вплинути на її формування.

Фактори, які впливають на конкурентоспроможність підприємства поділяються на внутрішні та зовнішні. До внутрішніх факторів належать: рівень організації процесу виробництва на підприємстві, інноваційні технології виробництва, методи та система управління підприємством, правильне прогнозування і планування, рівень задоволення потреб споживача, якість послуг та продукції підприємства. До зовнішніх факторів можна віднести: конкурентів підприємства, наявність сировинних ресурсів, політичну ситуацію в державі, законодавчу базу, кліматичні та природні умови.

Щодо політичної ситуації, то в Україні зараз це особливо помітно. Нестабільність економіки та війна є серйозними факторами впливу на підприємство загалом, а також на його конкурентоспроможність.

Згідно опитувань, проведених в червні 2022 року, щодо адаптація до шоку війни та наявність стратегій розвитку:

- 33,4% — вже адаптувалися та мають стратегію дій;
- 50,5% — у процесі обдумування та інтуїтивного управління;
- 11,1% — не бачать сенсу в розвитку бізнес-стратегій, бізнес-планів розвитку з урахуванням нових реалій [2].

Щодо представників малого бізнесу, саме зараз оптимальний час для збільшення продуктивності, шляхом заміни застарілих схем або додавання додаткових елементів, а також модернізації свого бізнесу, ринок змінився і потребує нових товарів та послуг, яких раніше не було. На сьогоднішній день, ми отримуємо колосальну підтримку від багатьох людей та організацій, а це може допомогти розвиватися українській економіці та підвищувати конкурентоспроможність країни в загалом, адже економічний фронт не менш важливий за військовий [3].

Ще одним важливим фактором впливу є платоспроможність населення. Цей фактор напряму впливає на те, яким буде попит на продукти і послуги, а в умовах нестабільної ситуації в країні це особливо помітно. На даний час, дефіцит електроенергії, руйнування підприємств та інфраструктури, порушення логістики, скорочення пропозиції товарів та послуг, зростання виробничих витрат, а також низька платоспроможність населення продовжують суттєво впливати на економічну активність підприємств та їхні очікування [4].

Важливо розуміти, що під час воєнного стану в країні ситуація є непрогнозованою. Найбільше заважає бізнесу у відновленні нестача фінансових ресурсів у країні, а саме – неплатоспроможність клієнтів (46,9%), недоступність кредитних коштів і власного капіталу тощо. Серед опитаних, 46,9% вказують на не прогнозованість розвитку подій, а 42,8% – на непередбачуваність дій держави, які можуть погіршити ситуацію для бізнесу [5].

Хочу ще додати, що висока конкурентоспроможність підприємств буде вигашною не лише для підприємців, а й для країни в цілому. Оскільки, конкурентоспроможність підприємства відіграє важливу роль для країни, тому що підвищення конкурентоспроможності продукції на зовнішньому ринку дозволяє збільшити експорт і збалансувати платіжний баланс.

Наразі, підприємствам важливо бути гнучкими, креативними, вміти підлаштовуватись під ситуацію, а ще бути здатними швидко все змінити, відмінити, придумувати нові плани або розроблювати нові стратегії.

Список використаних джерел:

- 1. Практичні аспекти підвищення конкурентоспроможності підприємства. – URL: <https://doi.org/10.31713/ve1201910>*
- 2. Стан та потреби бізнесу в умовах війни: результати опитування. – URL: <http://surl.li/ndvbw>*
- 3. Конкурентоспроможність в умовах воєнного стану. – URL: <http://surl.li/ndvam>*
- 4. Бізнес погіршив оцінку своїх перспектив, найбільший песимізм у торгівлі – опитування НБУ. – URL: <http://surl.li/svzll>*
- 5. Стан та перспективи МСБ в Україні. Результати дослідження. – URL: <http://surl.li/svzln>*