

УДК 339.137

Шацька З.Я., к.е.н., доцент
Потехіна М.П., магістрант
Київський національний університет
технологій та дизайну, м. Київ, Україна

УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ СМАРТ-ЕКОНОМІКИ

Смарт-економіка – це сучасний етап розвитку економіки, що характеризується бурхливим розвитком інформаційно-комунікаційних технологій, Інтернету речей, штучного інтелекту, Big Data та інших інновацій, яка висуває перед підприємствами нові виклики та можливості. Зазначені технології поступово впроваджуються на підприємствах при виготовленні продукції та впливають на його конкурентоспроможність. Конкурентоспроможність підприємства може бути визначена як його унікальна перевага відносно інших підприємств цієї ж галузі як в середині національної економіки, так за її межами [1]. В умовах смарт-економіки впровадження інформаційно-комунікаційних технологій стає додатковою конкурентною перевагою підприємства. Щоб залишитися конкурентоспроможним в умовах смарт-економіки вітчизняним підприємствам необхідно:

1. Впроваджувати цифрові технології. Такими технологіями є використання хмарних сервісів для зберігання та обробки даних; застосування штучного інтелекту для автоматизації бізнес-процесів; впровадження Big Data-аналітики для прийняття обґрунтованих управлінських рішень; створення онлайн-платформ та мобільних додатків для взаємодії з клієнтами.

2. Змінювати підходи до управління підприємством шляхом переходу до гнучкого та адаптивного управління, яке дозволяє швидко реагувати на зміни ринку; розвивати культуру інновацій та сприяти творчому мисленню працівників; підвищувати рівень орієнтації на потреби клієнтів.

3. Співпрацювати з іншими компаніями та партнерами на засадах ко-брендингу зі створення екосистем та альянсів для спільного розвитку нових

продуктів та послуг; використання краудсорсингу та відкритих інновацій для залучення нових ідей та рішень. Також чинниками, що сприяють підвищенню конкурентоспроможності підприємств в умовах смарт-економіки є:

- формування кваліфікованих кадрів шляхом інвестиції в освіту та розвиток навичок співробітників; залучення та утримання креативних фахівців;
- створення потужного відомого бренду, що може бути здійснено за рахунок створення чіткої та пізнаваної візуальної ідентичності; розвитку емоційного зв'язку з клієнтами; забезпечення високої якості продукції та послуг.
- посилення стійкості підприємства до ринкових змін шляхом адаптації до нових технологій та управління ризиками.

Врахуванню зазначених напрямів управління конкурентоспроможністю підприємств в умовах смарт-економіки сприятиме розробка програм підвищення конкурентоспроможності. Програма підвищення конкурентоспроможності підприємства – це організований комплекс робіт, спрямованих на вирішення завдання підвищення конкурентоспроможності підприємства, реалізація якого обмежена в часі, а також пов'язана з витратою спеціальних фінансових, матеріально-трудових ресурсів [2]. Підприємства, які успішно адаптуються до умов смарт-економіки, можуть отримати значні конкурентні переваги та досягти стійкого конкурентного успіху за умови здійснення ефективного управління цим процесом.

Література

1. Леськів Г. З., Франчук В. І., Левків Г. Я., Гобела В. В. Управління конкурентоспроможністю підприємства : навчальний посібник. Львів : Львівський державний університет внутрішніх справ, 2022. 220 с.
2. Шацька З.Я., Кошельник Ю.С. Шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємств в умовах глобалізації. *Держава та регіони*. №4(103). 2018. 225 с. с. 145-151.
3. Чернявська О.В., Юрко Т.С. (2012). Державна підтримка як фактор забезпечення конкурентоспроможності малих підприємств. *Методологія та практика менеджменту у ХХІ столітті: загальнодержавні галузеві та регіональні аспекти: матеріали VI Міжнар. наук.-практ. конф.*, Полтава: ПУЕТ, 26-27 квіт. 2012 р., С. 237-238.