

УДК 338.43

Гураль Ю.С., здобувач освіти,  
Касич А.О., науковий керівник, д.е.н., проф.  
Київський національний університет  
технологій та дизайну

## **КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА І ШЛЯХИ ЇЇ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ**

Конкурентоспроможність розглядається як важлива характеристика здатності підприємства до комплексного збільшення його власних конкурентних переваг з метою отримання переваги на ринку збуту та продажу товарів, які задовольняють потреби споживачів і забезпечують прибутковість комерційної діяльності. На сьогоднішній день концепція розробки ефективної конкурентної стратегії підприємства має достатньо високий рівень теоретичного осмислення. Однак виникає необхідність у конкретизації процедури формування ринкової діяльності конкретного підприємства при плануванні його подальшого розвитку та обґрунтуванні відповідної конкурентної стратегії, а особливо в умовах адаптації до воєнних умов. Метою є дослідження впливу війни на конкурентоспроможність підприємств.

Управління конкурентоспроможністю підприємства – це діяльність з формування управлінських рішень, які повинні запобігати негативному впливу зовнішніх чинників для досягнення лідерства відповідно до стратегічних цілей.

Система управління конкурентоспроможністю, на нашу думку, характеризується сукупністю взаємопов'язаних елементів, що діють в часі як єдине ціле, вирішуючи при цьому головну мету – забезпечення здатності досягти запланованих цілей розвитку підприємства шляхом задоволення потреб всіх зацікавлених суб'єктів господарської діяльності в сфері торгівлі [1].

Конкурентоспроможність, як мікроекономічна концепція, підкреслює динаміку, підприємництво та здатність до використання та впровадження сучасних технологій, адміністративну ефективність, якість виробництва та взаємовідносини з навколишнім середовищем. Конкурентоспроможність, розглянута як мікроекономічна та багатовимірна категорія, розуміється через взаємозв'язки між бізнесом, його потенціалом, здібностями, навичками та ринковою структурою та можливостями.

Якість виступає основним чинником конкурентоспроможності підприємства, тому конкурентоспроможність продукції або товару слід розглядати як здатність максимально задовольняти вимоги ринку та потреби споживачів у порівнянні з іншою аналогічною продукцією, яка представлена на ринку. Серед таких характеристик можуть бути якість продукції, ціна,

гарантійне та післягарантійне обслуговування, імідж виробника, реклама та інші [2].

Успішне розширення долі на ринку нерозривно пов'язане з розвитком внутрішнього потенціалу підприємства, що формується завдяки ефективному використанню можливостей зовнішнього середовища. Конкурентоспроможність підприємства визначається набором характеристик, які дозволяють не лише вижити в умовах жорсткої конкуренції, а й займати провідні позиції і зберігати лояльність клієнтів. Покращення внутрішнього середовища дозволяє ефективно використовувати можливості, які пропонує ринок, тоді як привернення уваги клієнтів допомагає забезпечити підприємству додаткові ресурси шляхом вибору їх продукції серед інших.

Виконання конкурентної стратегії, спрямованої на підвищення конкурентоспроможності, залежить від впливу зовнішніх та внутрішніх факторів середовища. Аналіз цих факторів дозволяє глибше розуміти проблеми та формувати перспективи подальшої реалізації стратегії. Зовнішні фактори включають правову систему, податкову політику, ринкове середовище, наявність ресурсів, економічний стан та науковий прогрес. Внутрішні фактори включають технології, якість управління, розвиток персоналу, систему мотивації, комунікації та організаційну культуру, фінансове забезпечення. Аналіз цих факторів допомагає підприємствам визначити шляхи підвищення ефективності та адаптації до потреб ринку [3, 5].

Агресивні дії російської федерації проти України в сфері повномасштабної збройної агресії суттєво негативно вплинули на забезпечення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств. Це призвело до припинення діяльності окремих підприємств, скорочення їх виробничих потужностей, втрати частки на традиційних ринках, порушення усталених логістичних зв'язків і ланцюгів поставок, а також переміщення виробничих потужностей [4].

Таким чином на основі проведених досліджень виявлено, що підвищення конкурентоспроможності підприємства можливе в першу чергу завдяки застосуванню новаторських підходів до розуміння та оцінки його конкурентоспроможності, розробці та впровадженню комплексної системи управління цією конкурентоспроможністю, а також обранню конкурентної стратегії, що відповідає сучасним вимогам і рівню мінливості економічного середовища, особливо щодо продуктів і технологій.

### Література

1. Шарко В.В., Гавенко М. С. Забезпечення конкурентоспроможності підприємства роздрібною торгівлю. Молодий вчений. 2017. № 4. С. 788-793. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv\\_2017\\_4\\_185](http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2017_4_185)
2. Кузьома В. В., Павлюк С. І. Якість продукції як вирішальний фактор забезпечення конкурентоспроможності підприємства. Бізнес Інформ.

2020. №12. С. 252–258. URL: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-12-252-258>

3. Білявський В.М., Шепута, М.М. Конкурентоспроможність підприємства як фактор підвищення його інвестиційної привабливості. *Інноваційна економіка*, 2017, 11-12(72), 129-134. URL: <https://dspace.nau.edu.ua/bitstream/NAU/32970/1/Білявський%20І%202017.pdf>

4. Бойко В. та Зарічний, М. Інструменти підвищення конкурентоспроможності підприємств в умовах воєнного стану. *Економіка та суспільство*, 2023. (54). URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-54-39>

5. Kasych A., Horak J., **Glukhova V.**, Bondarenko S. The Impact of Intellectual Capital on Innovation Activity of Companies. *Quality Access to Success*, Vol. 22, No. 182 - June 2021, pp. 3-9. [https://www.calitatea.ro/assets/arhiva/2021/QAS\\_Vol.22\\_No.182\\_Jun.2021.pdf](https://www.calitatea.ro/assets/arhiva/2021/QAS_Vol.22_No.182_Jun.2021.pdf)

УДК 338.658

Сітайло В.Т., здобувач освіти,  
Касич А.О., науковий керівник, д.е.н., проф.  
Київський національний університет  
технологій та дизайну

## ПЛАНУВАННЯ В СИСТЕМІ МЕНЕДЖМЕНТУ У СУЧАСНИХ УМОВАХ

В умовах загострення конкуренції організації перебувають під все більшим тиском, ніж будь-коли, щоб забезпечити зростання. Більш потужний вплив мають споживачі завдяки соціальним мережам і технологіям. Організації повинні приймати дедалі більше орієнтований на клієнта підхід, перебудовувати свої ланцюжки створення вартості та використовувати новітні технології, якщо вони хочуть залишатися конкурентоспроможними та реалізувати свої амбіції. Зважаючи на ускладнення завдань, які потрібно брати до уваги в процесі управління змінюються вимоги до функцій менеджменту як системи.

Питання реалізації функції планування в системі сучасного менеджменту досліджено науковцями в статтях [1-5]. Доцільність перегляду планування в рамках удосконалення системи менеджменту пов'язана з дією низки чинників, зокрема цифровізації. Так, в умовах цифрових трансформацій менеджери мають змогу використовувати сучасний інструментарій обробки даних, що дозволяє підвищити рівень інформаційного забезпечення управління в цілому та планування зокрема.

Метою даного дослідження є вивчення чинників, які впливають на зміну функції планування та її ускладнення відповідно до зміни умов.

Планування діяльності підприємства – це набір рішень, які стосуються розподілу обмежених ресурсів, узгодження їх зі стратегічними цілями,