

Міністерство освіти і науки України
Навчально-науковий інститут фінансів, економіки, управління та права
Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»
(Україна)
Варненський вільний університет Чорноризця Храбра (Болгарія)
Гентський університет (Бельгія)
Сучавський університет ім. Штефана чел Маре (Румунія)
Міжнародний науково-освітній та навчальний центр (Естонія)
Київський національний університет імені Тараса Шевченка (Україна)
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна (Україна)
Київський національний університет будівництва і архітектури (Україна)
Сумський державний університет (Україна)
Сумський національний аграрний університет (Україна)
Національний університет «Запорізька політехніка» (Україна)
Державна установа
«Інститут економіки та прогнозування НАН України» (Україна)
Державна установа
«Інститут демографії та проблем якості життя НАН України» (Україна)
Державна податкова інспекція у м. Полтава Головного управління Державної
податкової служби у Полтавській області (Україна)
Полтавське територіальне відділення Всеукраїнської професійної громадської
організації «Спілка аудиторів України» (Україна)
Торгово-промислова палата України (Україна)



ЗБІРНИК

II Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції «СТАЛИЙ РОЗВИТОК: ВИКЛИКИ ТА ЗАГРОЗИ В УМОВАХ СУЧАСНИХ РЕАЛІЙ»



With the support of the
Erasmus+ Programme
of the European Union

06 червня 2024 року

ПОЛТАВА

Список використаних джерел

1. Мудрак В. Управління збутовою діяльністю підприємства. 2020. URL: <http://ir.stu.cn.ua/123456789/20005>
2. Гамалій В. Ф. Сучасні проблеми збутової політики українських підприємств. URL: [http://www.kntu.kr.ua/doc/zb_22\(2\)_ekon/stat_20_1/02.pdf](http://www.kntu.kr.ua/doc/zb_22(2)_ekon/stat_20_1/02.pdf).
3. Русінова О.С., Коннов С.О. Організація та управління збутовою діяльністю підприємства. *Economics and Management*. 2022. № 3. С. 26–36. URL: <https://doi.org/10.36919/2312-7812.3.2022.26>

УДК 658.012.21:005.946.2

Биба В.В., к.т.н., доцент; Золотарьова А.О., студентка
Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»
(м. Полтава, Україна)
Dr. Javier Arnaut
Head of Department of Arctic Social Science & Economics
(University of Greenland / Ilisimatusarfik, Nuuk, Greenland)

УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ НЕСТАБІЛЬНОГО СЕРЕДОВИЩА

На сьогоднішній день, коли світ постійно змінюється, вдосконалюється, прогресує, зазнає фінансових криз, великої важливості для будь-якого підприємства набуває завдання - збереження конкурентної позиції на ринку. На сьогоднішній день одним з найсуттєвіших викликів середовища-є повномасштабне вторгнення росії в Україну, яке неабияк вплинуло на функціонування вітчизняних підприємств.

Одна частина підприємств опинилася на окупованих територіях і була змушена зупинити роботу через руйнування, захоплення активів чи неможливість працювати під окупацією. Інша частина підприємств перемістила виробництво - для уникнення загрози з боку росіян вони евакуювали персонал, потужності та бізнес-процеси на більш безпечні території України.

Ще одна група підприємств зазнала збитків та руйнувань, через що частково або повністю припинила діяльність через пошкодження інфраструктури, логістичні перешкоди тощо. І нарешті, деякі підприємства, завдяки сприятливому розташуванню або оперативній адаптації, змогли зберегти безперервність операцій і продовжили працювати.

Для компаній, що залишилися на своїх позиціях, вихід конкурентів з певних ринків чи регіонів став позитивним чинником. Підприємства, вимушені перемістити виробництво, втратили лідерські позиції в регіонах колишньої присутності.

Закриття потужних конкурентів дало можливість іншим гравцям посилити свої ринкові позиції та збільшити частки. Таким чином, хоч війна завдала потужного удару економіці, для деяких компаній вона створила певні конкурентні переваги через усунення або переміщення конкурентів.

Насамперед з'ясуємо, що ж означає «конкурентоспроможність підприємства». Конкурентоспроможність підприємства - здатність підприємства створювати, виробляти і продавати товари та послуги, цінові й нецінові якості яких привабливіші, ніж в аналогічній продукції конкурентів [1].

Конкурентоспроможність підприємства визначається наступними ключовими факторами:

Конкурентоспроможність продукції-послуг (якість, ціна, асортимент, новизна, сервіс).

Ефективність виробництва та постачання (продуктивність, витрати, гнучкість).

Науково-дослідний та інноваційний потенціал.

Кваліфікація персоналу та ефективність управління.

Фінансова стійкість та економічний потенціал.

Імідж, репутація та маркетингові можливості підприємства.

Фактори, що впливають на конкурентоспроможність підприємства є [2]:

зовнішні: політична ситуація в державі; економічні зв'язки; наявність конкурентних; розміщення виробничих сил; наявність сировинних ресурсів; рівень техніки та технологій; система управління виробництвом; концентрація виробництва; законодавча база.

внутрішні:

система та методи управління підприємством; рівень організації процесу виробництва на підприємстві; прогнозування та планування; орієнтація на маркетингову концепцію; інноваційні технології виробництва; ступінь задоволення потреб споживача; якість виробленої продукції з точки зору оптимальності якісних і технічних параметрів товару.

Управління ключовими факторами конкурентоспроможності підприємства в умовах нестабільного середовища вимагає гнучкого та адаптивного підходу. Підприємство має постійно моніторити потреби споживачів та швидко адаптувати свій продуктивний портфель відповідно до змін. Важливо оптимізувати ціноутворення з урахуванням коливань попиту та витрат, а також забезпечити безперервність поставок шляхом пошуку альтернативних каналів постачання. Акцент має бути зроблений на диференціацію та підвищення якості як ключову конкурентну перевагу.

На виробничому рівні необхідно оптимізувати процеси, скорочувати витрати та відходи. Диверсифікація виробництва дозволить знизити ризики залежності від певних ресурсів чи ринків. Автоматизація та цифровізація підвищать гнучкість та адаптивність, а ефективне управління ланцюгами поставок забезпечить безперебійне виробництво.

Фокус має бути зроблений на розробку інноваційних рішень, адаптованих до нових викликів ринку. Пошук нових підходів та бізнес-моделей для кращого задоволення мінливих потреб клієнтів є критично важливим. Залучення зовнішніх експертів, партнерів та використання відкритих інновацій дозволить підприємству прискорити інноваційний розвиток.

Фінансова стійкість має бути пріоритетом – ретельне управління грошовими потоками, оптимізація витрат, диверсифікація джерел доходу та пошук додаткових джерел фінансування (гранти, кредити, інвестори) є ключовими заходами.

У маркетинговій діяльності акцент має бути зроблений на переорієнтацію зусиль на онлайн-маркетинг та цифрові канали просування. Адаптація маркетингових стратегій до змінених потреб та запитів споживачів, посилення зв'язків з існуючими клієнтами та пошук нових ринкових ніш дозволить зберегти й примножити клієнтську базу.

Ключовими принципами в нестабільних умовах є гнучкість, швидка адаптація, диверсифікація ризиків та безперервна оптимізація ресурсів і процесів. Тісна співпраця із зовнішніми партнерами та органами влади також допоможе долати виклики та підтримувати конкурентоспроможність підприємства.

Список використаних джерел

1. Должанський І. З. Конкурентоспроможність підприємства: Навчальний посібник. Київ: Центр навчальної літератури, 2006. 384 с.
2. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення: [монографія / за заг. ред.. О.Г. Янкового]. Одеса: Атлант, 2013. 470 с.
3. Кадирус І. Г. Конкурентоспроможність підприємства, та фактори що на неї впливають. *Ефективна економіка*. 2014. №5.