

*Клочківська Т.В.,
здобувач вищої освіти,
науковий керівник : Боднар О.В.,
доктор економічних наук, професор,
професор кафедри менеджменту, маркетингу та підприємництва,
Національний університет «Києво-Могилянська академія»*

МЕХАНІЗМИ ТА ІНСТРУМЕНТИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ВИКЛИКІВ СЬОГОДЕННЯ

Світоустрій різко і стрімко змінився менш ніж за десятиліття. Прийшло чітке усвідомлення того, що напрацьовані роками сценарії, стереотипи та моделі в бізнесі і підприємстві віджили своє. Прописані шаблони часто стають недієвими в умовах цифрової трансформації, поступаються місцем штучному інтелекту, гнучким підходам та автоматизації. Світ перейшов від стабільності до стану постійної турбулентності, де головною валютою стала швидкість адаптації, а не обсяг накопичених активів.

До вже існуючих реалій додаються нові виклики, такі як воєнні дії. Що не лише привносить труднощів, а повністю переписує правила гри, особливо для українського бізнесу та підприємств.

Науковці Скок П. О. та Сотник Ю. П. акцентують, що в умовах воєнного стану ринкові умови та стратегії формування конкурентоспроможності підприємств зазнали суттєвих змін порівняно з передвоєнним періодом. Підкреслюють, що конкурентоспроможність є важливим компонентом ринкового впливу на економічну безпеку бізнесу. Та наводять аргументи на користь того, що дослідження явища конкурентоспроможності компаній визнається ключовим аспектом сучасної економічної науки [1].

Важливо відзначити, що велика увага в даний час приділяється питанням впливу війни на економіку та викликам, які виникають у веденні бізнесу в умовах воєнного стану. Тому пошук ефективних інструментів підвищення конкурентоспроможності підприємств займає істотне місце в наукових працях. А ефективність механізмів підвищення конкурентоспроможності визнається ключовим аспектом у сучасних економічних дослідженнях [13].

Науковцями, які досліджували систему управління конкурентоспроможністю підприємства в умовах невизначеності розглянуто фактори конкурентоздатності на різних рівнях функціонування підприємства та визначено найголовніші складові впливу на конкурентне середовище: людський капітал, інформаційна стратегія, розвиток та впровадження цифрових технологій, а також обов'язкове бачення перспектив у майбутньому [14].

Науковці, які вивчали процеси осмислення та побудови стратегій для підвищення конкурентоспроможності підприємств на більш ранніх етапах, теж надають особливу увагу питанням впливу війни на економіку та викликам, які виникають у бізнесі під час ведення дій в умовах воєнного стану. За їхніми дослідженнями - бізнес на територіях, зруйнованих війною, стикається з численними викликами, такими як пошкодження інфраструктури, порушення ланцюга поставок і необхідність переосмислення місця розташування, та зосереджуються на різних аспектах, зокрема таких як вплив збройних конфліктів на інвестиції, роль держави в підтримці бізнесу, інновації та диверсифікація як фактори збереження конкурентоспроможності [2-4].

Рівень конкурентних переваг компанії, досягнутий за певний проміжок часу, є показником ефективності роботи всіх структурних підрозділів організації, а також ступеня її адаптованості до внутрішніх і зовнішніх викликів. Стійка позиція на ринку можлива лише за умови переходу до стратегічного управління та формування обґрунтованої моделі конкуренції [15].

В класичному розумінні, конкурентоспроможність – це такий ринковий показник, який є динамічним і змінюється відповідно до різноманітних факторів. Виміри конкурентоспроможності можна представити трьома основними показниками: ефективність ринку, інноваційний потенціал і нематеріальні активи (рис. 1).

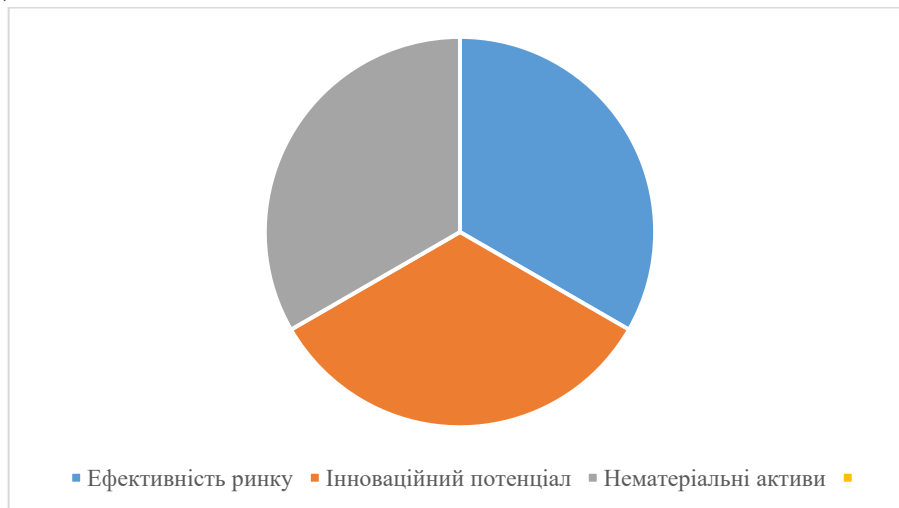


Рис.1. Виміри конкурентоспроможності

Джерело: складено на основі [5].

Методологія дослідження конкурентних позицій передбачає поєднання параметричного аналізу (цифрових метрик) та атрибутивного підходу (оцінки якісних властивостей). Кількісний підхід до оцінювання конкурентоспроможності дозволяє прогнозувати реальні можливості підприємства в майбутній діяльності. Методи оцінювання, які базуються на якісних підходах, формують основу для розробки конкурентних стратегій. Окрім

цього, існує ряд методів, які ґрунтуються на досвіді сучасних компаній і враховують не лише конкурентоспроможність продукції, а й потенціал організації загалом [1].

Авторами виділено основні можливі конкурентні стратегії, які підприємства можуть розглядати в умовах воєнного конфлікту: диверсифікація ринків і продуктів, гнучкість виробництва, підтримка господарської стійкості, технологічні інновації, збереження ключових талантів, зменшення витрат та оптимізація процесів, співпраця та альянси.

Серед стратегій конкурентної поведінки доцільно додатково виділити коопераційні, оскільки вітчизняні підприємства в умовах війни почали працювати із органами влади, конкурентами, громадами, військовими частинами, контрагентами для виготовлення надважливих товарів [6].

В умовах воєнного стану формування конкурентоздатності підприємства стає особливо важливим завданням, оскільки всі ринки, включно з ринками праці, ресурсів і капіталу, переживають процес трансформації.

Нині підприємства в Україні стикаються з рядом серйозних ризиків, які впливають на їх функціонування та конкурентоспроможність. До основних ризиків слід віднести такі [7–10].

Для формування системи управління конкурентоспроможністю підприємств в умовах ринкової економіки необхідні: ретельний аналіз існуючих точок зору; критичне осмислення існуючих у світі підходів до конкурентоспроможності [11, с. 47].

Складність конкретизації поняття «конкурентоспроможність підприємства» виходить з його особливостей, виділених у сучасній економічній літературі різними вченими. Науковиця П'ятницька Г. Т. зазначає, що конкурентоспроможність як економічне явище має низку характерних рис. Зокрема, вона не є постійною або вродженою властивістю підприємства, а формується залежно від умов середовища. Її можна визначити й оцінити лише за наявності інших учасників ринку, тобто конкурентів. Водночас це відносна категорія, адже рівень конкурентоспроможності змінюється залежно від того, з ким саме здійснюється порівняння. Також вона перебуває під впливом конкурентоспроможності галузі та країни загалом, а ще визначається рівнем наявних конкурентних переваг і способами їх досягнення [12, с. 45].

Рівень конкурентоспроможності підприємства можна оцінювати за трьома ключовими складовими: ефективністю діяльності на ринку, інноваційним потенціалом, наявністю нематеріальних активів. Скок П. О. та Сотник Ю. П. наголошують на важливості активної адаптації бізнесу в умовах воєнного часу. Зокрема, компаніям важливо швидко адаптуватися до змін у зовнішньому середовищі, освоювати нові ринки збуту, знаходити альтернативні джерела

постачання та інвестувати у впровадження інноваційних технологій. Саме такі дії відіграють ключову роль у збереженні та підвищенні їхньої конкурентоспроможності в умовах воєнного часу [1].

Отже, узагальнюючи викладене, у періоди нестабільності найбільш конкурентоздатними виявляються ті організації, які підтримують інвестиції в інноваційні технології, впроваджують інновації та проявляють найбільшу адаптивність. Сучасний світ вимагає не просто відмови від старого, а адаптації та синтезу досвіду з новими технологіями. Однак, треба відзначити, що певні класичні підходи зберігають актуальність, трансформуючись під нові реалії [16].

Список використаних джерел:

1. Скок П. О., Сотник Ю. П. *Формування конкурентоспроможної стратегії підприємства у воєнний час. Бізнес Інформ. 2023. №11. С. 347–352.*
2. Костриченко В. М. *Практичні аспекти підвищення конкурентоспроможності підприємства. Вісник Національного університету водного господарства та природокористування. Серія «Економічні науки». 2019. Вип. 1. С. 90–103. DOI: <https://doi.org/10.31713/ve1201910>*
3. Мельничук Л. С., Хізніченко О. О. *Шляхи підвищення конкурентоспроможності українських підприємств. Наукові праці [Чорноморського державного університету імені Петра Могили комплексу «Києво-Могилянська академія»]. Серія «Економіка». 2016. Вип. 263. Т. 275. С. 102–105. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npchdues_2016_275_263_18*
4. Гамова О. В. *Шляхи та напрями підвищення конкурентоспроможності підприємств машинобудування в контексті стратегічного розвитку. Вісник Хмельницького національного університету. Серія «Економічні науки». 2020. № 3. С. 11–15.*
5. Battaglia M., Testa F., Bianchi L. et al. *Corporate Social Responsibility and Competitiveness within SMEs of the Fashion Industry: Evidence from Italy and France. Sustainability. 2014. Vol. 6. Iss.. 2. P. 872–893.*
6. Сапотницька Н. Я., Козак В. Є. *Стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства та їх синергія в умовах війни. Трансформаційна економіка. 2023. № 2. С. 49–52.*
7. Бочко О. *Безпековий механізм підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства в умовах воєнного стану. Вісник Хмельницького національного університету. Серія «Економічні науки». 2023. № 3. С. 280–284.*
8. Химич І. Г., Тимошик Н. С., Подвірна Т. В. *Підприємницькі ризики як можливість забезпечення конкурентоспроможності // Теоретичні та практичні питання узгодження інтересів розвитку територіальної системи :*