

The analysis of the functioning of industrial enterprises shows that when building their competitive development strategy, the common goal of all economic entities is to form a strategic system that ensures the rational organisation of the aggregate activities of all industrial enterprises.

### References

1. Верба В.А., Новиков І.В. Методичні рекомендації з оцінки інноваційного потенціалу підприємства. *Проблеми науки*. 2019. № 3. С. 23.
2. Мартюшева Л.С., Калишенко В.О. Інноваційний потенціал підприємства як об'єкт економічного дослідження. *Фінанси України*. 2021. № 10. С. 61–65.
3. Darbelet M., Laugnie J.M. Economie d'enerprise. *Les Editions FOUGER. Paris*. 1993. P. 192.

*Августин Руслан Ростиславович,  
доктор економічних наук, професор,  
професор кафедри менеджменту, публічного управління та персоналу;  
Демків Ірина Олегівна,  
кандидат економічних наук, доцент,  
доцент кафедри менеджменту, публічного управління та персоналу;  
Тренет Назарій Михайлович,  
здобувач вищої освіти,  
освітньо-наукова програма «Менеджмент»;  
Західноукраїнський національний університет*

## СУЧАСНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ

Спершу COVID-19, а надалі повномасштабна війна істотно послабили ефективність функціонування вітчизняних підприємств, знизили їх фінансово-ресурсне спроможність, а, відтак, і здатність стабільно функціонувати та розвиватися. Однак, значно гіршим наслідком стало зниження рівня конкурентоспроможності підприємств більшості видів економічної діяльності. За такої ситуації підприємства не спроможні витримувати конкурентну боротьбу не тільки на зовнішніх, але й на внутрішньому ринку збуту продукції (товарів, робіт, послуг). Все це послаблює й конкурентоспроможність національного господарства України, призводить до погіршення якості його функціонування. Натомість, процеси глобалізації, інтеграції та лібералізації, а на їх тлі – євроінтеграції економіки України, є одними з найбільш актуальних у вітчизняній економічній думці та політичній практиці. Тому дедалі гостріше постає питання зміцнення конкурентоспроможності українських підприємств за сучасних реалій, зокрема в умовах цифрової трансформації економіки та суспільства.

Основним методом підвищення конкурентоспроможності, що використовується в цьому підході, є диференціація продукту, яка реалізується через позиціонування, насамперед через низку відповідних маркетингових комунікацій і стратегій просування. Диференціація передбачає виділення бренду з-поміж конкуруючих брендів у свідомості споживачів та асоціювання його з конкретними перевагами або вигодами. Диференціація може базуватися на об'єктивних або суб'єктивних характеристиках продукту.

Для проведення диференціації резервів підвищення конкурентоспроможності підприємство може використовуватися різні засади. Ефективна реалізація стратегій диференціації вимагає низки взаємопов'язаних дій, включаючи своєчасне дослідження ринку, відповідну сегментацію та позиціонування, проактивну інноваційну політику (переважно продуктові інновації) та розробку відповідної продуктової політики (продуктові та цінові стратегії, стратегії дистрибуції та просування).

Головним завданням стратегії забезпечення конкурентоспроможності підприємства є досягнення ситуації, коли можна отримувати лідерські позиції в обраному ринковому середовищі. Тому очевидним є той факт, що в процесі реалізації стратегії забезпечення конкурентоспроможності підприємства на неї будуть впливати як внутрішнє, так і зовнішнє середовище, що й зумовить необхідність пристосування стратегії до нових умов.

Успіх підприємства на внутрішньому і зовнішньому ринках в умовах конкуренції залежить від організованого на достатньому рівні механізму формування його конкурентоспроможності. Сукупність складових запропонованого механізму забезпечує здатність суб'єкта, господарюючого на ринку споживчих товарів, ефективно впливати на ринкову ситуацію, забезпечуючи товарами, яка задовольнятиме вимоги споживача. Відзначимо, що важливим напрямом удосконалення механізму формування стратегічного забезпечення конкурентоспроможності підприємства є моніторинг відносного конкурентного балансу зовнішнього середовища та внутрішніх можливостей суб'єкта сфери виробництва споживчих товарів.

Для забезпечення конкурентоспроможності підприємства важливим є визначення механізмів її підтримки на різних етапах їх економічного розвитку. Це пов'язано з низкою питань, що стосуються формування позиції підприємства в умовах стратегічної конвергенції на етапі прискорення інтеграційних процесів [1,с.20-30].

Рівень конкурентоспроможності розглядається як вектор та одиниця виміру зусиль щодо збалансування змін ринкової кон'юнктури під впливом зовнішнього середовища з позитивною дією внутрішньої організації підприємства, а також вибору ефективних інструментів формування та реалізації стратегій відповідно до нормативно-правового, інформаційного та методичного забезпечення [2,с.70-88].

Формування механізму забезпечення конкурентоспроможності підприємства здійснюється функціональними підрозділами підприємства, що

дозволяє поєднати між собою різні аспекти діяльності підприємства, що на загал формують його конкурентний потенціал. А це аспекти виробництва, ресурсного забезпечення, організації та управління бізнес-процесами, соціальної сфери і т. п. [3, с.1785-1798].

Виконуючи свою місію, кожна підсистема вирішує чітко визначений комплекс завдань, що забезпечують реалізацію стратегії, а отже, і ефективність досліджуваного механізму.

Формування системи факторів стратегічного забезпечення конкурентоспроможності підприємства, зокрема необхідно проводити шляхом виокремлення факторів тактичної конкурентоспроможності. При цьому, оцінка внутрішніх факторів, які впливають на конкурентоспроможність підприємства, має проводитися обов'язково у комплексі із оцінкою рівня дії зовнішнього середовища.

Формування організаційно-економічних умов, в широкому розумінні цього терміну, перетворюється на задачу узгодження системи менеджменту бізнесу з динамічними умовами цифровізації національної економіки та бізнес-процесів суб'єктів господарювання. Це підвищує мобільність бізнесу та його оперативність в частині ідентифікації шляхів, механізмів та інструментів підвищення конкурентоспроможності. Це завдання ускладнюється тим, що, якщо його не вирішувати з постійною цілеспрямованістю, успіхи, досягнуті на ринку, незабаром будуть зведені нанівець відповідними діями конкурентів.

### Список використаних джерел

1. Руцишин Н. М. Теоретико-методологічні засади та прикладні інструменти реалізації потенціалу банківської системи в забезпеченні структурного реформування економіки : монографія. Львів : СПОЛОМ, 2020. 404 с.
2. Lupak R., Mizyuk B., Zaychenko V., Kunytska-Iliash M., Vasylytsiv T. Migration processes and socio-economic development: interactions and regulatory policy. *Agricultural and Resource Economics*. 2022. Vol. 8. no. 1. pp. 70-88.
3. Lupak R., Kunytska-Iliash M., Berezivskyi Y., Nakonechna N., Ivanova L., Vasylytsiv T. Information and analytical support system of enterprise competitiveness management. *Accounting*. 2021. no. 7 (7). pp. 1785-1798.
4. Васильців Т. Г., Флейчук М. І., Лупак Р. Л. Пріоритети і засоби державної політики забезпечення економічної безпеки розвитку внутрішнього ринку в Україні. *Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Економічні науки*. 2017. Вип. 53. С. 10-19.