

## Управління конкурентоспроможністю підприємства

*Анюта Яворська*

*здобувачка спеціальності 073 «Менеджмент»,  
ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», м. Київ, Україна,  
e-mail: YavorskaAO@krok.edu.ua*

*Ганна Пазєєва*

*заступник завідувача кафедри управлінських технологій,  
ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», м. Київ, Україна,  
e-mail: Pazeevaa@krok.edu.ua,  
ORCID: 0000-0002-6557-6890*

У сучасному динамічному бізнес-середовищі, де конкуренція стає дедалі жорсткішою, управління конкурентоспроможністю підприємства набуває особливої актуальності. Це складний і багатогранний процес, що охоплює широкий спектр стратегічних і оперативних рішень, спрямованих на забезпечення стійких конкурентних переваг. Конкурентоспроможність підприємства визначає його здатність ефективно функціонувати на ринку, задовольняти потреби споживачів і досягати високих фінансових результатів. Вона є ключовим фактором успіху в умовах глобалізації, технологічного прогресу та постійних змін у споживчих перевагах.

**Об'єктом дослідження** є складна економічна система, що функціонує в умовах конкурентного ринку та процес формування та управління конкурентними перевагами підприємства.

**Предметом дослідження** є теоретико-методичні та прикладні аспекти процесу управління конкурентоспроможністю підприємства.

**Метою дослідження** є аналіз факторів які можуть вплинути на конкурентоспроможність підприємства та розробка рекомендацій щодо покращення конкурентоспроможності підприємства.

Сучасний економічний простір базується на підприємницькій діяльності, які є економічно активними. Вихід нових технологій та методів стає прямим підходом до формування конкуренції на ринку. Та крім цього, адаптація підприємств може змінюватись у діяльності, які відобразяться на стратегічному плануванні. Процеси у сфері економіки мають динамічний характер, що обумовлює необхідність для підприємств адаптуватися до швидкозмінних умов зовнішнього та внутрішнього середовища. В даному контексті виживає та зміцнює свої позиції той бізнес, який найшвидше пристосовується до нових викликів і змін у господарському середовищі [1]. Адаптація підприємств до умов на ринку завжди залежить від ефективності систем управління та керівники який здатний контролювати, формувати та здійснювати стратегічні цілі які стають як поточним так і перспективним потребам.

На даному етапі дослідження з'ясували причини через які підприємства є нестабільними на ринку є цілий ряд факторів, такі як: відсутність постійного аналізу, мети та намірів конкурентів; недостатня реакція на зміни в попиті;

певні недоліки в плануванні; швидка конкуренція в даній галузі; відсутність можливостей для боротьби з конкурентами через ціни; фінансова нестабільність; використання застарілих технологій; використання неефективних стратегій продажу та маркетингу. Щоб бути справді організацією, ця група повинна відповідати таким вимогам: наявність принаймні двох людей, які вважають себе частиною цієї групи; наявність хоча б однієї спільної мети; наявність членів групи, які свідомо працюють разом, щоб досягти значимої для всіх мети [2].

Найбільш доречним, на нашу думку, є визначення конкурентоспроможності як багатогранне поняття, яке відображає здатність суб'єкта (підприємства, товару, послуги, країни) ефективно функціонувати та досягати успіху в умовах конкурентного ринку, яке передбачає: вивчення ринкових тенденцій, конкурентів, споживчих потреб, законодавства та інших факторів, що впливають на діяльність підприємства; оцінка ресурсів, можливостей, сильних та слабких сторін підприємства; визначення рівня конкурентоспроможності підприємства, його продукції та послуг; впровадження розроблених стратегій у практичну діяльність підприємства [3].

Таким чином, для конкурентоспроможності повинна стояти чітка ціль або завдання для досягнення своєї мети. Її мета може бути різною в залежності від типу організації, її специфіки та стратегії. Зазвичай мета в себе включає досягнення фінансових результатів, розвиток інновацій, забезпечення якості продукції для задоволення потреб клієнтів тощо. Мета повинна бути чітко сформульована та спрямована на досягнення цілей компанії. Вона є важливим керівним принципом до напрямку діяльності організації і допомагає спрямувати зусилля колективу на досягнення конкретних результатів.

Отже, в процесі дослідження були з'ясовані причини через які погана конкурентоспроможність деяких підприємств та розуміння самого поняття. Нами були надані рекомендації щодо покращення конкурентоспроможності підприємства для успішного функціонування в умовах конкуренції на ринку.

**Ключові слова:** конкурентоспроможність, підприємство, ринок, управління.

### Список використаних джерел

1. Головчук Ю. О., Пчелянська Г. О. Особливості формування стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства на основі парадигми інноваційного розвитку. *Економіка та держава*, 2020, №3. С.66-70.
2. Поняття організації: URL: [http://megalib.com.ua/content/2508\\_41\\_Ponyattya\\_organizacii.html](http://megalib.com.ua/content/2508_41_Ponyattya_organizacii.html) (дата звернення: 25.03.2025).
3. Герасимова В. О., Резанов Е. О. Конкурентоспроможність підприємства: сутність та фактори впливу в сучасних умовах. *Економічний простір*, 2020. №154, 93-97.