

Глобалізація ринків товарів і послуг, фінансових ринків, промислове виробництво, а також технології та знання мають важливе значення вплив на місцеві ринки праці. Найважливіші наслідки глобалізаційних процесів щодо ринків праці можна сформулювати наступним чином. По-перше, робота над зростаючим непрямим впливом глобалізації через імпорт і нові технології, які використовуються транснаціональними корпораціями. По-друге, технічний прогрес у сфері інформації та комунікацій знижує попит на робочу силу, виключає людську працю з виробничих і сервісних процесів. По-третє, інформаційне суспільство створює нові професії шляхом знецінення та руйнування традиційних. Розвивається інформаційно-аудіовізуальний сектор який поглинає нових працівників, та потребує навички до яких необхідно адаптуватись.

Отже, нова цивілізація не виживе, якщо не забезпечити громадян роботою, свідомо братиме участь у його створенні. Міжнародне співтовариство стоїть сьогодні перед великим викликом. Нинішня ситуація із зайнятістю є провідною до величезної розтрати трудових ресурсів і незмірності людських страждань. Масове безробіття та бідність, що зберігаються сьогодні в багатьох країнах, становлять потенційну загрозу для подальшого розвитку цивілізації.

Література.

1. Акулов М.Г., Драбаніч А.В., Євась Т.В. та ін. Економіка праці і соціально трудові відносини: навч. посіб. К.: Центр учбової літератури, 2012. 328 с.

2. Економіка праці та соціально-трудова відносини: навч.-метод. посібник / [О.П. Дяків, В.М. Островерхов, Н.М. Слівінська, С.А. Прохоровська]; за ред. Є.П. Качана. Тернопіль: ТНЕУ, 2013. 255 с.

3. Економіка праці: навчальний посібник / за заг. ред. Г.В. Назарової. Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2019. 330 с.

ОСОБЛИВОСТІ СТРАТЕГІЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

***КАЛІНІН А.М., К.ПЕД.Н., ДОЦЕНТ,
ЦЕНТРАЛЬНО УКРАЇНСЬКИЙ ІНСТИТУТ ПРАТ
«ВНЗ «МІЖРЕГІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ»***

Посилення процесу глобалізації створило складне бізнес-середовище через посилення ринкової конкуренції та появу нових загроз. Тому сьогодні необхідно обґрунтовувати нові шляхи

підвищення конкурентоспроможності українських підприємств, виважено формувати довгострокові цілі та розробляти відповідні конкурентні стратегії. Питання управління конкурентоспроможністю українських підприємств в умовах Індустрії 4.0 є вкрай актуальним як з наукової, так і з практичної точки зору.

Управління конкурентоспроможністю підприємства є дуже складним цілеспрямованим процесом. Його метою є забезпечення постійного оновлення та розвитку конкурентних переваг компанії з урахуванням впливу зовнішніх умов та оптимізації прибутку. Іншими словами, управління конкурентоспроможністю означає управління конкурентними перевагами підприємства [1, с. 138]. Конкурентна перевага являє собою систему якості, яка перевершує конкурентів в економічній, технічній, кадровій та організаційній сферах.

Конкурентоспроможність компанії в загальній класифікації об'єктів менеджменту може бути віднесена до функції (а не виробництва чи структури), що вимагає розробки спеціальних механізмів управління. Необхідність управління конкурентоспроможністю компанії обумовлена переважно постійними і швидкими змінами у зовнішньому середовищі та появою непередбачуваних економічних та фінансових умов.

Концепція управління корпоративною конкурентоспроможністю базується на використанні основних принципів бізнес-науки. Відповідно до її основних принципів, базовими елементами системи управління є цілі, завдання, об'єкт та суб'єкт, методи та принципи, процеси та функції управління. Процесний підхід до управління конкурентоспроможністю компанії є процесом реалізації набору функцій управління, зокрема, порівняння, планування, організація, мотивація та контроль для формування конкурентних переваг та забезпечення життєздатності компанії як суб'єкта господарювання. Досліджуючи управління конкурентоспроможністю підприємств, необхідно дотримуватись принципів обґрунтованості, системності, об'єктивності (орієнтуючись на конкретні ринки та потреби клієнтів), адаптивності, інформативності, інноваційності тощо.

До складових процесу менеджменту конкурентоспроможності підприємства відносять: а) моніторинг конкурентного середовища та оцінку галузевої конкуренції; б) діагностику конкурентоспроможності компанії та її основних конкурентів; в) конкурентне позиціонування

компанії – вибір стратегічних підрозділів, які мають конкурентні переваги; г) розробку концепцій та стратегій управління конкурентоспроможністю компанії; д) впровадження корпоративної конкурентної стратегії [2, с. 254].

Щоб реалізувати стійку стратегію корпоративного розвитку, засновану на високому рівні конкурентних переваг у довгостроковій перспективі, керівництву підприємства необхідно активніше за конкурентів пристосовуватись до мінливих обставин та отримувати нові методи конкурентних переваг. Щоб бути кращими за конкурентів, підприємству необхідно постійно та комплексно досліджувати ситуацію в компанії, активно впроваджувати інноваційну та інвестиційну політику, швидко реагувати на зміни у макросередовищі, а також ефективно реалізовувати стратегію розвитку компанії за найменших витрат [3].

Так, метод класифікації стратегій формування конкурентних переваг М. Портера згодом неодноразово доповнювався та переглядався. Одна з цих змін передбачає п'ять основних конкурентних стратегічних завдань замість трьох, а саме: а) стратегія зниження собівартості; б) стратегія фокусування; в) стратегія розширення ринку; г) стратегія диференціації; д) стратегія розроблення нової продукції [1, с. 71]. Дані типи конкурентних стратегій не виключають, а доповнюють одна одну.

Виходячи із взаємозв'язку конкурентних стратегій, логічно розробити та впровадити систему конкурентної стратегії підприємства в наступному порядку: 1) визначити прийнятні стратегії формування конкурентних переваг; 2) розробити стратегію забезпечення конкурентоспроможності підприємства, яка визначає стратегічний план дій для всіх функціональних сфер корпоративної діяльності; 3) використовувати конкретні типи стратегій для конкуренції, беручи до уваги стратегії, визначені до формування конкурентної переваги, та стратегії забезпечення конкурентоспроможності підприємства залежно від кон'юнктури ринку; 4) впровадження системи конкурентної стратегії вимагає систематичної оцінки та аналізу результатів для визначення відхилень від цілей та швидкого реагування на несподівані зміни у макро- та мікросередовищі тощо.

Система конкурентної стратегії підприємства є основою для формування стратегічних планів, які можуть підвищити конкурентоспроможність українських підприємств. Загальний

централізований контроль за розробкою та впровадженням програми та управління її діяльністю повинні здійснюватися на всіх етапах, забезпечуючи таким чином ефективне управління конкурентоспроможністю. Тож, у системі стратегічного менеджменту доцільно використовувати розроблену ефективну систему управління конкуренцією та існуючі конкурентні переваги для забезпечення довгострокової конкурентоспроможності українських підприємств.

Література.

1. Портер М. Конкурентна перевага. Як досягати стабільно високих результатів; пер. з англ.: І. Ємельянова, І. Гнатковська. Київ: Наш формат, 2019. 622 с.

2. Портер М. Конкуренція. М.: Вільямс, 2001. 495 с.

3. Nikonenko U., Shtets T., Kalinin A., Dorosh I., Sokolik L. (2022). Assessing the policy of attracting investments in the main sectors of the economy in the context of introducing aspects of industry 4.0. *International Journal of Sustainable Development and Planning*, Vol. 17, No. 2, pp. 497-505. URL: <https://doi.org/10.18280/ijmdp.170214>

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОГО РОЗВИТКУ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ПЕРЕВАГ ТА РИЗИКІВ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ

***КРАСНОЖОН А.О., АСПИРАНТ,
УНІВЕРСИТЕТ ГРИГОРІЯ СКОВОРОДИ У ПЕРЕЯСЛАВІ***

Малі підприємства протягом тривалого періоду зберігають свою актуальність та забезпечують значний сегмент виробництва і споживання у багатьох галузях і видах діяльності. Особливо це стосується галузі сільського господарства і продовольчої сфери; готельно-ресторанного бізнесу і туризму; індустрії моди та переважної більшості видів діяльності у сфері послуг. Це пояснюється тим, що вони не потребують значних фінансових ресурсів та інвестицій для організації діяльності, здатні швидко пристосовуватись до вимог і динаміки ринку, користуються значною державною та суспільною підтримкою через свою соціальну значимість у справі забезпечення

* Науковий керівник – Ігнатенко М.М., д.е.н., професор