

Компанії можуть зберегти та покращити свою ділову репутацію у сфері надання послуг, розвиваючи якість своїх послуг та забезпечуючи ефективну комунікацію.

Можна зробити такий висновок, якщо підприємство буде надавати не якісні послуги, то це підприємство може втратити свою ділову репутацію та втратити прибуток підприємства. Тому що ділова репутація безпосередньо впливає на діяльність підприємства та відповідно на його прибуток.

Список використаних джерел:

1. Iakovenko, V., Pavlov, R., Pavlova, T., Levkovich, O. (2023). Transformational Opportunities for Business Entities in the Circular Economy. *Lecture Notes in Management and Industrial Engineering*. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-031-23463-7_6
2. Яковенко В.С., Ткаліч Д.К., Особливості механізму управління інноваційними процесами підприємства. *Бізнес Інформ*. 2022. №12. С. 93-98. <https://doi.org/10.32983/22-4459-2022-12-93-98>
3. Яковенко В.С., Кучеренко С.К. Методичні аспекти оцінювання туристичної інфраструктури України. *Бізнес Інформ*. 2022. №6. С. 151-157. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2022-6-151-157>
4. Яковенко В.С., Гаркуша В.Р. Тенденції розвитку ринку генерації сонячної енергетики України *Бізнес Інформ*. 2021. № 4, С. 114-119. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2021-4-114-119>.

Д-р екон. наук Семенча І. Є., Ільченко Г. С.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ

Побудова дієвої бізнес-моделі та забезпечення достатнього рівня конкурентоспроможності підприємств як на вітчизняному, так і на закордонних ринках завжди було актуальною темою, однак після початку повномасштабної війни у 2022 році бізнес України почав стикатися з більшою кількістю викликів, які потребують висвітлення та прийняття до уваги при затвердженні стратегії управління конкурентоспроможністю компаній.

Дослідженням управління конкурентоспроможністю підприємств під час війни займалися такі науковці, як Шевченко Л., Хацер М. та Булгакова К.,

однак, на нашу думку, у науковому середовищі наразі репрезентована невелика кількість варіантів побудови дієвої системи управління конкурентоспроможністю підприємств в умовах війни та викликаній нею невизначеності. Метою роботи є дослідження основних факторів, які впливають на управління конкурентоспроможністю підприємств України, та виділення можливих шляхів подолання їхнього негативного ефекту.

Під конкурентоспроможністю підприємства розуміємо сукупність наявних у нього виробничих, фінансових, інтелектуальних тощо ресурсів та потенціалу, які дозволяють йому протистояти внутрішнім та зовнішнім викликам і прямувати до виконання поставленої стратегічної мети.

У 2022 році до питань впровадження інноваційних продуктів та виробничих процесів, цифровізації тощо у процесі підвищення конкурентоспроможності, які знайомі усім управлінцям у світі, додалися нові, досвіду роботи з якими у міжнародній практиці не так багато, оскільки з подібною війною, як в Україні, у Європі не стикалися з часів Другої світової війни. Основними факторами, які впливали на рівень конкурентоспроможності підприємств у 2022 році та які пов'язані з «новою нормальністю» [1], є такі:

1) місцерозташування та безпека: підприємства, які знаходяться близько до зони бойових дій або виробничі потужності яких окуповано, не можуть працювати нарівні з тими, хто працює у відносній безпеці, а тому бізнеси, які релокувалися або з початку свого функціонування працювали у центральних та західних областях країни, мають більше конкурентних переваг;

2) забезпечення безперебійної роботи: тут мова йде про непередбачувані проблеми з ресурсами та логістикою, які можуть виникати у різний час, наприклад, коли навесні 2022 року був дефіцит палива, восени – електроенергії, паралельно спостерігається брак кваліфікованих кадрів. Даний фактор є одним з найбільш серйозних, оскільки якщо підприємство не зможе вчасно виробляти товари або послуги, то споживачі радше знайдуть йому заміну, ніж будуть чекати;

3) соціальна відповідальність: останнім часом спостерігається підвищення уваги споживачів до соціальної роботи бізнесу, як от: пожертвування грошей та товарів на потреби армії, волонтерство, припинення роботи з агресором тощо.

Як можна помітити, зменшити негативних ефект деяких з цих факторів складно, причому ще й невідомо, з чим доведеться стикатися далі. Наприклад, можна на основі вже відомих позитивних і негативних чинників впливу вивести конкретні пропозиції подальших дій для підприємств, як це зробили Хацер М. та Булгакова К. [2]. Звичайно, запропоновані цими науковцями шляхи трансформації управління конкурентоспроможністю, такі як вихід на зарубіжні ринки, коли для цього склалися сприятливі умови, перепрофілювання бізнесу, участь у програмах відновлення країни, захоплення ринкових ніш, які звільнилися внаслідок припинення чи заморожки діяльності конкурентів, тощо є досить цікавими та управлінці дійсно можуть успішно їх застосовувати. Однак, на нашу думку, більш раціональним шляхом для побудови дієвої моделі управління конкурентоспроможністю буде створення такої системи менеджменту, яка зможе швидко та впевнено адаптуватися до нових викликів ведення бізнесу, що, на наше переконання, ще неодмінно з'являться, оскільки дана війна не закінчиться за два-три тижні. Тобто для підтримання конкурентоспроможності підприємства найголовнішою умовою є не впровадження декількох окремих змін у діяльності підприємства, а наявність гнучкої системи менеджменту, яка зможе постійно реагувати на зміни та генерувати певні рішення відповідно до них. Шевченко Л. називає подібну систему «менеджментом воєнного часу» [1].

Окремі напрацювання створення адаптивної системи управління під час війни бізнес може перейняти у військових [3]:

- наявність сильного лідера, який буде послідовним у своїх діях та відповідальним перед підлеглими, що створить довіру до нього;
- розвиток і залученість персоналу, що дозволить у подальшому більш швидко знаходити шляхи вирішення проблем, що з'являються, та зробити процес роботи більш децентралізованим, що сприятиме розвитку гнучкості;
- наявність стратегії, яку всі розуміють та яка включає цінності бізнесу;
- наявність нових технологій та вміння працювати з ними, оскільки без інновацій опинитися на крок попереду конкурента майже неможливо.

Отже, було розглянуто основні фактори, які впливають на управління конкурентоспроможністю підприємств України в умовах війни. На основі проведеного дослідження прийшли до висновку, що з метою забезпечення

достатнього рівня конкурентоспроможності у постійній невизначеності можна застосовувати прийоми менеджменту, якими керуються військові, оскільки вони вже були перевірені на практиці.

Список використаних джерел:

1. Шевченко Л.С. Конкурентні переваги бізнесу: управлінсько-орієнтований погляд на проблему. *Економічна теорія та право*. 2022. №2 (49). С. 72-92.
2. Хацер М.В., Булгакова К.В. Шляхи трансформації управління конкурентоспроможністю на підприємствах України в умовах російської військової агресії. *Management and entrepreneurship: trends of development*. 2022. №3 (21). С. 45-52.
3. Яких уроків лідерства бізнес може навчитися в українській війні? UCU Center for Leadership: вебсайт. URL: <https://uculeadership.com.ua/knowledgebase/yakyh-urokiv-liderstva-biznes-mozhe-navchytysya-v-ukrayinskoji-vijny/> (дата звернення: 19.02.2023 р.).

Совгир К. С.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ЛОГІСТИКА КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Сьогодні торгівля є однією з головних систем, яка займає певне місце серед галузей економіки до надходження бюджету. Вона пов'язана із зовнішнім середовищем через вхідні і вихідні матеріальні та інформаційні потоки на основі логістики комерційної діяльності [1].

Причини, які стримують широке використання системи логістики є складний процес її організації, який починається з розроблення та формування і впровадження цих процесів на різних відділах чи ділянках підприємства. Можна сказати, що логістика має значний вплив на систему фінансово-економічного та правового забезпечення ринкових відносин.

Підприємство має подолати певні етапи для того, щоб доставити свою продукцію споживачам, які її купують – і це є основною сферою діяльності будь-якого підприємства і в цьому є діяльність комерційної логістики [2].

Комерційна логістика – це наука про планування, впровадження та контроль ефективних заходів для потоку товарів та інформації від місця виробництва до місця споживання з метою максимального задоволення вимог споживачів та збільшення прибутку для підприємства. Виходячи з мети