

4. Etzkowitz H. Anatomy of the entrepreneurial university. Soc. Sci. Inf. Sur Les Sci. Soc. 2013. № 52.
5. Vorley T., Nelles J. Conceptualising the academy: institutional development of and beyond the third mission. High. Educ. Manag. Policy. 2008. № 20 (3). P. 1–17.
6. Academic Ranking of World Universities. URL: <https://www.shanghairanking.com/rankings/arwu/2021>

УДК 339.137

*Черниш Т.О., к.е.н., доцент
Державний торговельно-економічний університет, м. Київ
Невмержицька С.М., к.т.н., доцент
Київський національний університет технологій та дизайну*

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ВІЙНИ

Головним завданням країни є розвиток загалом та її підприємств зокрема. Важливими напрямками є досягнення сталого розвитку, забезпечення ефективності виробництва, випуску й реалізації достатньої кількості продукції та підвищення її якості, з метою досягнення конкурентних переваг на внутрішньому та зовнішньому ринках [1]. Війна в Україні щодня завдає шкоди національній економіці та спричинює кризу в державі. Підприємства опинилися в складних умовах і не всі можуть вижити, багато з них зазнали руйнування. Щоб досягти успіху, кожне підприємство має ефективно використовувати свій капітал, фінанси та потенціал працівників, а також аналізувати зовнішнє середовище. Усе це змушує компанії бути більш гнучкими та швидко адаптувати свою конкурентну стратегію до ринкових умов.

Можна виділити такі ключові негативні фактори впливу на конкурентоспроможність підприємств в умовах війни: - зміна споживчого

попиту та зменшення його обсягів на внутрішніх ринках збуту; - зростання темпів інфляції; - різке скорочення доходів населення; - збільшення ризиків діяльності та неритмічність роботи через військові загрози; - проблеми з логістикою, а саме додаткові ускладнення щодо забезпечення постачання необхідних ресурсів; - проблеми із забезпеченням безпеки підприємств та працівників; - міграційні та еміграційні процеси в країні, що призводять до нестачі висококваліфікованих працівників; - ускладнення соціально-психологічного клімату в колективі тощо.

Отже, забезпечення конкурентних переваг в умовах війни є найважливішим завданням для підприємства й бізнесу країни в цілому. Розглянемо, які саме джерела конкурентних переваг для підприємства в таких умовах є актуальними.

У науковій літературі виділяють зовнішні та внутрішні джерела конкурентних переваг [2]. Внутрішні чинники, що призводять до конкурентних переваг – це аспекти внутрішньої діяльності підприємства (зокрема, продуктивність праці, ефективність управління, технологічні інновації тощо), які мають бути кращими за такі ж характеристики конкурентів. Зовнішні – це ті, які є похідними від здатності підприємства створювати більші цінності для споживачів своєї продукції, що призводить до повнішого задоволення їхніх потреб, зниження витрат або підвищення ефективності його діяльності. Зовнішні конкурентні переваги, з одного боку, спрямовують підприємство на розвиток і використання внутрішніх переваг, з іншого – забезпечують йому стабільну конкурентну позицію та спрямовані на задоволення певних потреб конкретної демографії споживачів [3].

Враховуючи вищезазначене, можна запропонувати такі шляхи формування та забезпечення конкурентних переваг підприємства в умовах війни [1, 4]:

- зміна / оптимізація асортименту продукції з урахуванням потреб воєнного часу. Необхідно розробляти продукцію із сучасним дизайном та

пакуванням, а також додатковими характеристиками, що відповідають вимогам споживачів, які перебувають у складних умовах;

- переведення на віддалену роботу всіх співробітників, які мають можливість працювати з дому. Це дозволить підвищити безпеку працівників, зберегти робочі місця та висококваліфікованих співробітників, скоротити матеріальні витрати (наприклад, на електроенергію тощо);

- пошук / активізація участі у програмах щодо відбудови країни (державних, міжнародних, приватних тощо), в тому числі грантових та соціальних програмах;

- активізація пошуку незайнятих та покинутих ніш на ринках збуту тощо.

На сьогодні, для отримання конкурентних переваг на ринку підприємство має бути гнучким та адаптивним в усіх сферах діяльності, швидко реагувати на зміни зовнішнього середовища. Отже, з огляду на ситуацію в країні, визначення джерел конкурентних переваг є надзвичайно важливим для ефективного управління підприємством. Для цього необхідно виявляти переваги, які відрізняють його від інших конкурентів, що пропонують аналогічну продукцію. Це допомагає підприємству краще пристосуватися на ринку порівняно з конкурентами. Однак, краща адаптація на ринку є лише передумовою досягнення конкурентної переваги.

Література

1. Лавриненко Е.Т., Невмержицька С.М. Управління конкурентними перевагами підприємства. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2018. № 6 (17). С. 223-230. URL: <http://www.easterneurope-ebm.in.ua/index.php/17-2018-ukr>

2. Портер Майкл Конкурентна перевага. Як досягати стабільно високих результатів. К. Наш формат, 2019. 624 с.

3. Ел Райс, Джек Траут Маркетингові війни. – Харків: Видавництво «Ранок», 2020. 240 с.

4. Khatser, M. and Bulhakova, K. (2022) “Ways to transform management of competitiveness at Ukrainian enterprises under conditions of the russian military aggression”, *Management and Entrepreneurship: Trends of Development*, 3(21), pp. 45-52. doi: <https://doi.org/10.26661/2522-1566/2022-3/21-05>.

УДК 378.14

*Цалко Т.Р., к.е.н., доцент
Вартанова О.В., д.е.н., професор
Київський національний університет технологій та дизайну*

ВИКОРИСТАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ЄВРОПЕЙСЬКОГО ДОСВІДУ ВІРТУАЛЬНИХ ОБМІНІВ В ОСВІТІ

Особливий розвиток в останні роки набула дистанційна або віртуальна академічна мобільність, яка передбачає проходження програм стажування за допомогою онлайн-курсів на інформаційних просторах мережі Інтернет [3]. Водночас активна міжнародна діяльність вищого навчального закладу є ідентифікатором його ефективності та конкурентоспроможності на світовому освітньому ринку. До необхідних критеріїв успішної міжнародної діяльності відносяться: кількість іноземних студентів, які навчаються як за основними освітніми програмами, так і в рамках академічної мобільності, реалізація договорів про співробітництво із зарубіжними вузами-партнерами, спільні наукові дослідження та публікації, програми подвійних дипломів та міжнародні наукові та культурні заходи, обмін студентами, адміністративним та професорсько-викладацьким складом та багато іншого.

В країнах ЄС запровадження певних елементів віртуальних обмінів і віртуальної мобільності як доповнення до «традиційної» мобільності почало використовуватися після запровадження відомої програми Європейської Комісії (ЄК) Еразмус (існує від 1987 року). Паралельно з пілотуванням віртуальних мобільностей відбувався аналіз існуючих практик, розробка