

Література

1. Thaler R. H., Sunstein C. R. *Nudge: The Final Edition*. Yale University Press, 2021 (актуальні редакції використовуються у behavioral policy studies 2023–2025).
2. OECD. *Going Digital: Shaping Policies, Improving Lives*. OECD Publishing, 2023.
3. World Bank. *World Development Report 2023: Migrants, Refugees, and Societies*. Washington, DC, 2023.
4. International Labour Organization. *Global Labour Mobility Report 2024*. Geneva, 2024.
5. World Economic Forum. *Future of Jobs Report 2023*. Geneva, 2023.
6. Hnatenko I., Rubezhanska V. Key aspects of a systems approach to assessment of the functioning of the national labor market. Національна безпека у фокусі викликів глобалізаційних процесів в економіці : матеріали VI Міжнародної наукової Інтернет-конференції, м. Київ – Pozega, 20–21 лютого 2020 р. Київ, 2020. С. 9–10.
7. Hnatenko I., Kuksa I., Orlova-Kurilova O., Rubezhanska V. Specific signs of a synergistic effect in an innovation cluster. Wielokierunkowosc Jako Gwarancja Postępu Naukowego : матеріали міжнародної науково-практичної конференції, Warszawa, 21 lutego 2020 r. Warszawa, 2020. P. 10–12.

УДК 658.5:339.137.2

Невмержицька С. М., к.т.н., доцент
Руських А. С., здобувачка вищої освіти
Київський національний університет
технологій та дизайну, м. Київ, Україна

УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ЧИННИК ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РИНКОВОЇ СТІЙКОСТІ

В умовах динамічних трансформацій ринкового середовища, посилення конкуренції, швидкої зміни споживчих переваг і зростання вимог до якості товарів саме ефективне управління конкурентоспроможністю продукції визначає здатність підприємства зберігати стійкі позиції на ринку, підтримувати попит,

оперативно реагувати на зовнішні виклики та забезпечувати безперервність свого розвитку. Конкурентоспроможність продукції дедалі більше постає не лише як характеристика її якості чи цінових параметрів, а як стратегічний чинник забезпечення ринкової стійкості підприємства, оскільки безпосередньо впливає на рівень його адаптивності, ефективність збутової діяльності, здатність утримувати споживачів і можливість довгострокового функціонування в умовах динамічного конкурентного середовища [2, 4].

У сучасній науковій літературі конкурентоспроможність продукції розглядається як комплексна характеристика, що формується під впливом якості, ціни, інноваційності, відповідності потребам споживачів і здатності підприємства адаптуватися до змін ринкового середовища. Зокрема, С.О. Тульчинська, С.В. Салоїд та М.Д. Кирилук наголошують, що підвищення конкурентоспроможності продукції в умовах ризиків і загроз потребує системного управлінського підходу та врахування зовнішніх чинників [2]. Водночас Е.В. Пахуча та В.О. Бабика акцентують увагу на тому, що оцінювання конкурентоспроможності є важливою передумовою забезпечення стійкості бізнесу, оскільки дає змогу своєчасно виявляти проблеми, обґрунтовувати управлінські рішення та визначати напрями подальшого розвитку [1]. Зарубіжні дослідження підтверджують, що стійкий розвиток підприємства безпосередньо пов'язаний із формуванням і підтриманням конкурентних переваг продукції, які базуються на унікальних ресурсах, інноваційних рішеннях та ефективних управлінських підходах (динамічні здібності, маркетингові та стратегічні інструменти), що в сукупності забезпечує довгострокову ринкову результативність і стійкість підприємства.

Управління конкурентоспроможністю продукції доцільно розглядати як безперервний процес формування та підтримання таких характеристик товару, які забезпечують його привабливість для споживача, відповідність ринковим вимогам і здатність підприємства зберігати стійкі позиції в конкурентному середовищі. Конкурентоспроможність продукції не зводиться лише до цінових переваг, оскільки в сучасних умовах її визначають також якісні параметри, інноваційність, адаптивність до змін попиту, репутаційні характеристики та ефективність управлінських рішень [2, 3]. Важливою передумовою підвищення конкурентоспроможності продукції є системне оцінювання її стану та чинників впливу. Таке оцінювання дає змогу своєчасно виявляти слабкі сторони продукції, визначати резерви її вдосконалення та формувати обґрунтовані управлінські рішення. Конкурентоспроможність доцільно розглядати не ізольовано, а у

взаємозв'язку з ринковою стійкістю, оскільки саме здатність продукції утримувати або посилювати ринкові позиції є практичним проявом ефективності управління [2].

Водночас результати дослідження дають підстави стверджувати, що в умовах нестабільного ринкового середовища особливого значення набуває поєднання традиційних та сучасних інструментів управління конкурентоспроможністю. До таких інструментів належать моніторинг споживчих потреб, удосконалення якісних характеристик продукції, оновлення асортименту, використання інноваційних рішень, а також аналітична підтримка управлінських рішень. У сучасних зарубіжних дослідженнях підкреслюється, що стійкий економічний розвиток підприємств прямо пов'язаний зі створенням конкурентних переваг продукції та використанням ефективного управлінського інструментарію.

Отже, результати дослідження підтверджують, що управління конкурентоспроможністю продукції є важливим складником забезпечення ринкової стійкості підприємства. Його результативність визначається здатністю підприємства своєчасно оцінювати ринкові зміни, адаптувати параметри продукції до очікувань споживачів і впроваджувати такі управлінські заходи, які формують довгострокові конкурентні переваги.

На рис.1 представлено ключові напрями управління конкурентоспроможністю продукції підприємства. Подана схема узагальнює логіку управління конкурентоспроможністю продукції як послідовного процесу, у межах якого первинне оцінювання її ринкових позицій переходить у виявлення чинників впливу, обґрунтування напрямів удосконалення та формування стійких конкурентних переваг. Такий підхід дає змогу розглядати конкурентоспроможність продукції не як статичну характеристику, а як результат цілеспрямованого управлінського впливу, зорієнтованого на зміцнення ринкової стійкості підприємства.

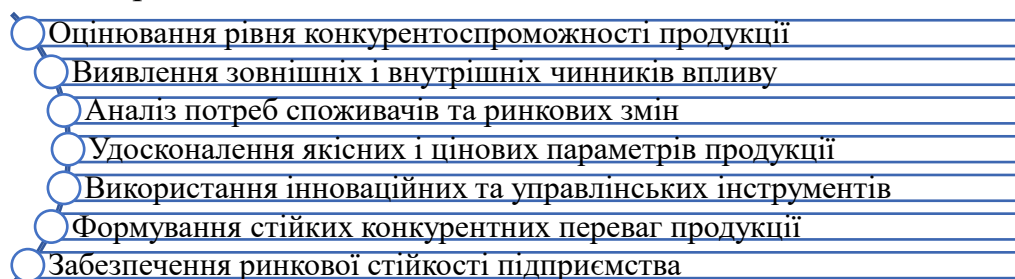


Рис.1. Ключові напрями управління конкурентоспроможністю продукції підприємства [2, 3, 5]

Отже, управління конкурентоспроможністю продукції в сучасних умовах потрібно розглядати як один із ключових напрямів забезпечення ринкової стійкості підприємства. Узагальнення наукових підходів показало, що ефективність такого управління визначається комплексним урахуванням якісних, цінових, інноваційних і ринкових параметрів продукції, а також здатністю підприємства своєчасно реагувати на зміни зовнішнього середовища. Саме системне поєднання оцінювання, аналізу чинників впливу та впровадження управлінських заходів створює підґрунтя для формування довгострокових конкурентних переваг і зміцнення ринкових позицій підприємства.

Література

1. Пахуча Е. В., Бабика В. О. Методичні засади оцінки конкурентоспроможності підприємства як критерію стійкості бізнесу. *Ефективна економіка*. 2024. № 1. URL: <https://repo.btu.kharkiv.ua/handle/123456789/54871>
2. Тульчинська С. О., Салоїд С. В., Кирилюк М. Д. Напрями підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства в умовах загроз та ризиків. *Ефективна економіка*. 2023. № 5. URL: <https://nauka.com.ua/index.php/ee/article/view/1564>
3. Цалко Т.Р., Невмержицька С.М., Жовновач Р.І. Управління інноваціями для переходу до циркулярної економіки: розробка стійких бізнес-моделей у контексті стратегічної економічної безпеки. *Наукові перспективи*. 2026. № 2 (68), 2674-2689. – DOI: [https://doi.org/10.52058/2708-7530-2026-2\(68\)-2674-2689](https://doi.org/10.52058/2708-7530-2026-2(68)-2674-2689)
4. Черниш Т.О., Невмержицька С. М. Забезпечення конкурентних переваг підприємства в умовах війни. *Імперативи економічного зростання в контексті реалізації глобальних цілей сталого розвитку* : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, м. Київ, 25 квітня 2023 року. – Київ : КНУТД, 2023. – С. 32-35.