

*Жовтоніжко П.М.,
здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти
(Науковий керівник: к.пед.н., доцент Коваленко Н.О.)
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький*

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПРОДУКЦІЇ В УМОВАХ ВІЙСЬКОВОГО СТАНУ ТА РИЗИКІВ

У сучасних умовах управління конкурентоспроможністю продукції набуває особливої актуальності. Цей процес передбачає цілеспрямований вплив на ключові фактори, що визначають конкурентоспроможність продукції, зокрема її якість, вартість, терміни поставки, імідж виробника, ефективність рекламної кампанії, а також витрати, пов'язані з подальшою експлуатацією товару. Основна мета управління полягає у нейтралізації недоліків продукції шляхом акцентування на її конкурентних перевагах, що дозволяє посилювати позиції підприємства на ринку.

Управління конкурентоспроможністю підприємства повинно ґрунтуватися на принципах підвищення ефективності та якості роботи, досягненні високих кінцевих результатів і виробництві продукції високої якості з мінімальними витратами.

У період воєнного стану конкурентоспроможність продукції зазнає значного впливу через специфічні обставини, характерні для умов війни чи збройного конфлікту. Одним із ключових чинників є безпека та надійність продукції, які стають критично важливими. Продукція повинна бути стійкою до зовнішніх впливів, таких як пошкодження, екстремальні температури або вибухи. Також зростає потреба у високій продуктивності та ефективності, оскільки обмежені ресурси й складні умови експлуатації вимагають максимальної результативності.

Швидкість виробництва і постачання стає вирішальним аспектом, оскільки адаптація виробничих ліній до нових вимог, безперебійна логістика та можливість забезпечення продукції навіть за умов порушення інфраструктури є критичними. Крім того, важливим є впровадження інновацій та адаптивність до нових умов, які дозволяють оперативно модернізувати продукцію або змінювати її характеристики відповідно до актуальних потреб.

Фінансові обмеження посилюють значення економічної ефективності продукції: її вартість має бути помірною, але водночас вона повинна забезпечувати високу довгострокову вигоду. У той же час екологічність і стійкість залишаються важливими у перспективі, адже врахування можливості утилізації продукції та впливу на довкілля стає складовою її конкурентоспроможності [1].

Доступність ресурсів та матеріалів набуває особливого значення, оскільки перебої у постачанні вимагають здатності швидко переорієнтуватися на альтернативні джерела або оптимізувати використання наявних ресурсів. Крім того, під час війни зростає лояльність до вітчизняного виробника, оскільки підтримка національної економіки та обороноздатності стає пріоритетом, що впливає на переваги національної продукції порівняно з імпортованою.

Спеціалізоване призначення продукції також стає визначальним фактором її конкурентоспроможності. Вироби повинні відповідати специфічним потребам оборонного сектору чи економіки в умовах конфлікту, включаючи технічні характеристики та здатність функціонувати в бойових умовах. Таким чином, формування конкурентних переваг у воєнний час потребує комплексного підходу з урахуванням специфіки умов, у яких функціонує продукція [2].

Отже, у сучасних умовах управління конкурентоспроможністю продукції відіграє ключову роль у забезпеченні стійких позицій підприємства на ринку. Основними елементами цього процесу є підвищення якості продукції, зниження витрат, оптимізація термінів поставки та формування позитивного іміджу виробника. Ефективне управління конкурентними перевагами передбачає комплексний підхід, що охоплює всі стадії життєвого циклу продукції та залучає різні підрозділи підприємства. Одним із стратегічних аспектів є взаємодія системи управління конкурентоспроможністю з загальною системою менеджменту підприємства, зокрема, з управлінням якістю відповідно до стандартів ISO. Це дозволяє підвищувати ефективність господарської діяльності та адаптувати продукцію до ринкових вимог.

У воєнний час управління конкурентоспроможністю набуває додаткових специфічних вимог, зокрема, щодо безпеки, надійності та швидкості постачання. Такі фактори, як інноваційність, адаптивність до нових умов і економічна ефективність, стають ключовими для збереження конкурентоспроможності. Водночас зростає важливість підтримки вітчизняних виробників і здатності швидко реагувати на зміни в доступності матеріалів та ресурсів.

Список використаних джерел:

1. Бойко, В., Зарічний, М. (2023). Інструменти підвищення конкурентоспроможності підприємств в умовах воєнного стану. *Економіка та суспільство*, (54). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-54-39>.
2. Гончарук І.В., Томашук І.В. Вплив інноваційних процесів на підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств. *Економіка, фінанси, менеджмент: актуальні питання науки і практики*. 2023. № 1 (63). С. 30 – 47. DOI: 10.37128/2411-4413-2023-1-3.

УДК 004.8:005

*Іваненко В.С.,
здобувач вищої освіти другого (магістерського) рівня
(Науковий керівник: к.е.н., доцент Кононенко Л.В.)
Херсонський державний аграрно-економічний університет*

ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ У МЕНЕДЖМЕНТІ: НОВІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ

Тема використання штучного інтелекту (ШІ) у менеджменті стає дедалі більш актуальною у сучасному світі бізнесу. Стрімкий розвиток технологій відкриває нові можливості для вдосконалення управлінських процесів, зокрема