



Маковоз Оксана

д. е. н., доцент
професор кафедри менеджменту та
оподаткування
Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»
Oksana.Makovoz@khpri.edu.ua



Крайня Діана

здобувач магістратури ННІЕММБ
Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»
diana.krainia@emmb.khpri.edu.ua

УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА В ПАРАМЕТРАХ VUCA

Ключові слова: управління, конкурентоспроможність, стратегія, підприємство, параметри.

Анотація. Охарактеризовано генезис поняття конкурентоспроможність підприємства.

Досліджено управління конкурентоспроможністю підприємства в параметрах VUCA.

Доведено що конкурентоспроможність в умовах VUCA-світу слід оцінювати через стратегічну гнучкість та потенціал управління знаннями на підприємстві.

Makovoz Oksana

Dr.sc.(Econ.), associate professor,
professor of department of management and taxation
National technical university «Kharkiv polytechnic institute»,

Krainya Diana

master's degree
National technical university «Kharkiv polytechnic institute»

A MANAGEMENT OF ENTERPRISE COMPETITIVENESS IS IN PARAMETERS OF VUCA

Keywords: management, competitiveness, strategy, enterprise, parameters.

The genesis of the concept of competitiveness of the enterprise is described. The enterprise competitiveness management in VUCA parameters is investigated. It has been proven that competitiveness in the VUCA-world should be assessed through strategic flexibility and knowledge management potential at the enterprise.

У сучасних умовах VUCA-світу потребують перегляду параметри управління конкурентоспроможністю підприємства. В контексті турбулентності в економіці проблема управління конкурентоспроможністю підприємства набирає особливу актуальність в зв'язку з мінливістю, невизначеністю та неоднозначністю бізнес-середовища. Виходячи з генезису поняття конкурентоспроможності, воно має декілька визначень, які можна систематизувати на два напрямки. Перший напрямок, конкуренцію розглядають як інструмент для підприємства, який дає можливість отримати інформацію про позицію на ринку шляхом аналізу параметрів діяльності інших підприємств. Другий аспект, конкурентоспроможність – це потенціал підприємства взаємодіяти з бізнес-партнерами, тобто аналіз можливостей організації та перспектив розвитку.

З урахуванням постійних змін в бізнес-середовищі підприємства повинні пристосовуватись до викликів часу та бути гнучкими в своїй діяльності або вони просто зникнуть. Адаптація підприємств до умов розвитку у VUCA-світі повинна спиратися на визначення сильних та слабких сторін підприємства, а також розробку стратегії підприємства на основі можливих сценаріїв розвитку ситуації. Невизначеність та динамізм процесів, які відбуваються у навколишньому середовищі, ускладнюють або унеможливають прогнозування розвитку підприємства на основі минулих тенденцій. Сьогодні основним завданням менеджменту та маркетингу є не довгострокове виживання підприємства та класичні методи розроблення його стратегії, а своєчасна трансформація, адаптація до нових умов функціонування. Окрім того, інвестори частіше зацікавлені у наявності перспективних ідей, що можуть бути втілені за короткий проміжок часу. Таким чином, в епоху швидкого розвитку цифрових технологій, гнучкого виробництва, можливостей зворотного зв'язку і швидкого реагування на зміни, стратегічне планування на довгострокову перспективу на основі минулих тенденцій стає не ефективним [1, С. 37-38].

М. Портер дійшов висновку, що, так зване, «колесо конкурентної стратегії», служить в якості засобу найбільш стислого відображення ключових аспектів конкурентної стратегії підприємства. Віссю колеса є цілі фірми, тобто загальне визначення її конкурентних намірів і конкретних економічних і неекономічних завдань. Спиці колеса – ключові напрями ділової політики фірми, за допомогою яких вона прагне реалізувати свої цілі. Переваги і слабкості компанії полягають в структурі її активів і компетенцій в порівнянні з конкурентами, у тому числі у фінансових ресурсах, технологічному стані, впізнанності брендів і так далі [2, с. 27-28].

Переважає більшість науковців та практиків вважають, що спритність бізнесу – це головна стратегія, яку підприємствам доцільно використовувати для готовності VUCA та досягнення успіху в середовищі VUCA. Щоб бути конкурентоспроможним потрібно стати

спритним, гнучким, чуйним, гнучким, хибким і швидко реагувати на виклики часу. Тобто менеджерам для управління конкурентоспроможністю в умовах VUCA-світу потрібно стати спритним з рішеннями, швидко реагувати на зміни ринків, стаючи динамічним і гнучким у прийнятті рішень. Дуже важливим параметром стає швидкість правильно відчувати, розрізняти і реагувати на зовнішні стимули, це полягає в відчутті різниці між виграшем і поразкою на сильно турбулентних ринках [3, с. 12].

Нетрадиційні чинники зазвичай ігноруються в їх впливі на результативність підприємства. Врахування параметрів VUCA розвиває та доповнює фундаментальну модель конкурентоспроможності, щоб оцінити роль управління на досягнення підприємства щодо оцінки стратегічної гнучкості, управління знаннями, корпоративного управління, пружності фірми, і прийняття інформації, комунікації, і технології на позиції підприємства. Результати дослідження свідчать, що прийняття інформації, комунікації, і технологія, і корпоративне управління значно впливають на розвиток підприємства [4, с. 470].

Таким чином, можна зробити висновок, що конкуренція в умовах VUCA-світу як основа стратегічного управління ринком є фундаментом формування та прояву розвитку на всіх рівнях. Управління конкурентоспроможністю підприємства в параметрах VUCA – це швидке реагування на виклики часу, вдосконалення якості продукції та стимулювання персоналу до постійного поліпшення. Для успішного управління конкурентоспроможністю підприємства в параметрах VUCA слід розробляти стратегію розвитку на основі забезпечення дослідницької поведінки персоналу. На наш погляд, саме управління знаннями персоналу підприємства, прагнення робітників до самовдосконалення, отримання ними soft skill, буде сприяти підвищенню ефективності діяльності сучасного підприємства та запорукою конкурентоспроможності підприємства в умовах VUCA-світу.

Список використаних джерел

1. Попова Н. В. Розвиток підприємств транспортно-логістичної системи в умовах VUCA-світу : *монографія*. Х. : Видавництво «В справі», 2016. 320 с.
2. Портер М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов / Майкл Портер ; Пер. с англ. 4-е изд. М.: Альпина Паблишер, 2011. 453 с.
3. Rimita K., Hoon S. N., Levasseur R. Leader readiness in a volatile, uncertain, complex, and ambiguous business environment. *Journal of Social Change*. 2020. Т. 12. №. 1. P. 10-18.
4. Parameswar N., Hasan Z., Dhir S. Role of management practices and their effects on firm performance: Emerging market context. *Strategic Change*. 2021. Т. 30. №. 5. С. 467-479.