

Відповідно до значення відношення детермінації можемо стверджувати, що в середньому по регіонах України 99.69% зміни валового регіонального продукту пояснюються зміною величин самого валового продукту, обсягами капітальних інвестицій, реалізованої промислової продукції та експорту, а також оборотом роздрібною торгівлі, з відповідним лаговим відставанням.

Список використаних джерел:

1. Вдовин М. Л., Дідик М. О. Оцінювання економічного ризику регіону за допомогою методів багатовимірної класифікації. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер.: Економічні науки*. 2017. 24 (2). 148-151.
2. Зомчак Л. М., Волошин І. Б. Симультаивна модель інноваційного розвитку регіону. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2016. Випуск 2. С. 854–858. URL: <http://global-national.in.ua/archive/9-2016/174.pdf>.
3. Вдовин М., Міщук Т. Рейтингування регіонів України за показниками добробуту населення. *Вісник Сумського національного аграрного університету*. 2022. (1 (91)). 3-9.
4. Зомчак Л. М., Коваль Л. О. Сталий розвиток регіонів України: просторово-панельний підхід. *Інфраструктура ринку*. 2022. Вип. 65. 211-215.
5. Зомчак Л. М., Умриш Г. Т. Моделювання залежності валового регіонального продукту від сільського господарства України на основі лонгїтюдних даних. *Економіка і суспільство*. 2018. №16. С. 972-977.
6. Державна служба статистики України: [Веб-сайт]. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 10.10.2022).

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА В РЕАЛІЯХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ

А. О. КАСИЧ, д-р екон. наук, проф.

Київський національний університет технологій та дизайну

kasich.alla@gmail.com

В. С. СЕМЕНЮК

Київський національний університет технологій та дизайну

svika1132@gmail.com

Проблема управління корпоративною конкурентоспроможністю стає актуальною проблемою для сучасних підприємств, оскільки глобальна криза загострила конкурентну боротьбу, пандемія суттєво вплинула і на бізнес-процеси, і на позиції на ринку. Окрім врахування цих проблем підприємства

в даний час активно впроваджують цифрові технології, які стають чи не основним інструментом боротьби за споживачів. Ігнорування процесів цифровізації призводить до втрати поточних та перспективних позицій підприємства на ринку. Саме тому, важливим завданням є дослідження процесів управління конкурентоспроможністю підприємства в умовах активного впровадження ними цифрових технологій.

Метою даного дослідження є узагальнення теоретичних основ управління конкурентоспроможністю підприємства, яке активно здійснює цифровізацію бізнес-процесів.

За класичним визначенням М. Портера, «Конкурентоспроможність — це позиція виробників на внутрішньому та зовнішньому ринках, що визначається низкою факторів і відображається низкою показників» [5, с 6].

Для підвищення конкурентоспроможності бізнесу важливо виявити, продемонструвати та класифікувати фактори та резерви, що визначають її рівень. За ступенем залежності від підприємства сукупність факторів можна поділити на зовнішні фактори та внутрішні фактори. До зовнішніх факторів належать: інвестиційний стан галузі, регіону, країни, тенденція технологічного розвитку, рівень конкуренції, наявність ресурсів тощо. рівень. За ступенем залежності від підприємства сукупність факторів можна поділити на зовнішні фактори та внутрішні фактори.

Під внутрішніми чинниками розуміють: впровадження нової техніки, прогресивної технології, ефективні економічні стимули для впровадження у виробництво, підвищення рівня якості працівників, формування системи конкурентних відносин у діяльності персоналу та інші аспекти. Вони можуть управлятися на рівні всього підприємства, структурних підрозділів, ключових колективів і робочих місць [1]. Підвищення конкурентоспроможності фірми необхідно розглядати як тривалий, послідовний процес систематичного пошуку та реалізації управлінських рішень у всіх сферах її діяльності відповідно до обраної довгострокової стратегії розвитку [5].

До організаційних заходів підвищення рівня конкурентоспроможності підприємств належать [4]: забезпечити пріоритет продукту; зміни якості товару та його технічних параметрів з метою врахування вимог споживача та його конкретних запитів; визначити перевагу товару над замінниками; виявляти дефекти аналогічної продукції, що випускається конкурентами; вивчення заходів, вжитих конкурентами для вдосконалення аналогічної продукції; виявлення та використання цінових факторів для підвищення

конкурентоспроможності продукції; нові пріоритетні сфери застосування продукції.

Цифровізація визначає формування «цифрового» світу, який передбачає суттєві трансформації бізнес-процесів, бізнес-моделей, систем управління, систем комунікацій тощо. Хоча наразі не всі оцифровані процеси впроваджені, можемо виділити деякі характеристики цифрового світу: скорочення часу, спрощення потоку діяльності, доступність цифрових технологій для будь-кого [2].

Як правило, усі перетворення здійснюються для ефективності, швидкості чи зручності чи інших позитивних результатів. У той же час модифікації існуючих систем і зміни процесів повинні бути чітко розроблені. Це означає, що цифрова трансформація – це системна зміна, хаотичність і випадковість трансформації тут виключені. Тому можна сказати, що цифровізація є проявом системної трансформації. Згідно із загальноприйнятими визначеннями, цифрова економіка – це економіка, яка базується на виробництві електронних товарів і послуг високотехнологічними бізнес-структурами та розповсюдженні цих продуктів за допомогою електронної комерції [3].

Беручи за основу розуміння, що однією з основ конкурентоспроможності є оптимізація всіх процесів слід зазначити, що саме цифровізація сприяє формуванню конкурентних переваг.

Цифрова трансформація на підприємстві передбачає впровадження таких технологій як промисловий Інтернет, систем автоматизації збору та аналізу інформації, обробка великих даних, використання RFID-датчиків, роботизація, Інтернет-речей, адитивні технології та ін.

Говорячи про комплексний вплив цифровізації на діяльність підприємства з позицій підвищення конкурентоспроможності слід вказати:

По-перше, цифровізацію виробництва та управління. Вона передбачає повсюдне використання в розробці, виробництві, управлінні, плануванні та обліку комп'ютерної техніки та різних програмних продуктів, що дозволяють автоматизувати процеси виробництва та управління підприємством.

По-друге, використання великих даних це використання електронних технологій щодо обміну даними між своїми та зовнішніми інформаційними системами, які дозволяють відслідковувати та коригувати потреби, що виникають у ланцюжку постачальник – виробник – споживач.

По-третє, цифровізацію моніторингу стану обладнання – це використання спеціальних датчиків (наприклад, RFID) та промислових

роботів, промислового інтернету речей (IoT), створення «цифрового двійника».

Загалом цифрова трансформація промислового виробництва необхідна як розвитку вітчизняної промисловості, так забезпечення конкурентних переваг нашим підприємствам на світовому ринку.

Враховуючи позитивний вплив цифровізації на бізнес доцільно виокремити декілька чинників підвищення конкурентоспроможності:

- підвищення рівня продуктивності праці;
- підвищення прозорості та зручності роботи;
- автоматизація виробництва;
- розширення каналів збуту продукції.

Цифровий світ – це новий спосіб функціонування підприємств в цілому. Потрібно завжди орієнтуватися на нові технології та підходи, щоб бізнес залишався конкурентоспроможним, а в сучасних умовах такі перспективи підприємства пов'язані з цифровими трансформаціями.

Велика кількість підприємства вже активно здійснюють освоєння цифрових технологій, покращуючи свої можливості та підвищуючи рівень конкурентоспроможності. З огляду на це можна зробити висновок, що рівень конкурентоспроможності компаній тісно пов'язаний з цим динамічним явищем, а тому управління конкурентоспроможністю в даний час вимагає ефективного управління цифровими трансформаціями підприємства.

Список використаних джерел:

1. Галелюк М. М. Система управління конкурентоспроможністю машинобудування підприємства. *Вісник економічної науки України*. 2008. № 2, С. 20-21.
2. Джусов О. А., Апальков С. С. Цифрова економіка: структурні зрушення на міжнародному ринку капіталу. *Міжнародні відносини*. №9. 2016. URL: http://journals.iir.kiev.ua/index.php/ec_n/article/view/3058
3. Карчева Г. М., Лапко О. С., Запорожець С.П. Цифрова економіка та її вплив на розвиток національної та міжнародної економіки. *Фінансовий простір*. №27. 2017. С.13-21. URL:<https://fp.cibs.ubs.edu.ua/index.php/fp/issue/view/27>
4. Кузьмін О. Є. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства: навч. посіб. для студ. спец. «Міжнародна економіка» О.Є. Кузьмін, Н.І. Горбаль. Львів: Компакт-ЛВ, 2005. 304 с.
5. Портер М. Международная конкуренция; пер. с англ. под ред. В.Д. Щетинина. Международные отношения, 1993. 896 с.