

ТЕНДЕНЦІЇ ТА ЧИННИКИ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ БІЗНЕСУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

КРАЄВСЬКА Алла¹, ШВАРЦ Ірина², КРАЄВСЬКИЙ Андрій³, КОНДРАТЕНКО Богдан⁴

¹ Вінницький національний технічний університет

<https://orcid.org/0000-0003-2812-6986>

e-mail: Kraevska@vntu.edu.ua

² Вінницький національний технічний університет

<https://orcid.org/0000-0003-4344-5213>

³ Вінницький національний технічний університет

<https://orcid.org/0009-0001-0934-012X>

⁴ Вінницький національний технічний університет

<https://orcid.org/0009-0003-6044-6901>

У статті проаналізовано сучасні тенденції та тренди в управлінні конкурентоспроможністю бізнесу. Виявлено і деталізовано такі тенденції в управлінні конкурентоспроможністю бізнесу, як цифрові технології та використання штучного інтелекту; впровадження принципів соціальної відповідальності та сталого розвитку; використання соціальних мереж та взаємодії; аналіз конкурентного ландшафту; персоналізація продуктів та послуг. Означені тенденції було деталізовано відповідно до сфер їх практичної реалізації. Також було обгрунтовано, що суттєвий вплив на конкурентоспроможність бізнесу в сучасних умовах мають такі важкопрогнозовані чинники зовнішнього середовища, як військові дії на території України, зміна логістики постачання товарів і послуг в багатьох країнах та загальне зростання світових цін.

Ключові слова: конкурентоспроможність, бізнес, управління, чинники впливу, конкуренція, глобалізація, зовнішнє середовище.

<https://doi.org/10.31891/mdes/2023-8-23>

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ У ЗАГАЛЬНОМУ ВИГЛЯДІ ТА ЇЇ ЗВ'ЯЗОК ІЗ ВАЖЛИВИМИ НАУКОВИМИ ЧИ ПРАКТИЧНИМИ ЗАВДАННЯМИ

Управління конкурентоспроможністю бізнесу залишається актуальною проблемою в сучасних умовах за рядом причин. По-перше, це зростання конкуренції: сучасний світ характеризується глобалізацією, технологічними змінами та інноваціями. Це стимулює появу нових гравців на ринку та посилення конкуренції. Будь-який бізнес має бути готовий адаптуватися та змінюватися, щоб зберегти свої позиції на ринку. По-друге, відбуваються зміни у споживацьких звичках: сучасні споживачі стають все вибагливішими та інформованішими. Вони звертають увагу на якість продукту чи послуги, етичність компанії, соціальну відповідальність та екологічні аспекти. Це змушує бізнес шукати нові підходи до управління конкурентоспроможністю. По-третє, відбуваються постійні зміни в технологіях. Швидкі технологічні зрушення створюють нові можливості, але також можуть призводити до зникнення старих моделей бізнесу. Тому компанії повинні вчасно впроваджувати інновації та цифрові рішення, щоб залишатися конкурентоспроможними. По-четверте, управління конкурентоспроможністю допомагає компаніям забезпечити ефективне використання ресурсів та гнучкість у діях, ефективно реагувати на зміни в зовнішньому середовищі та знижувати витрати. І по-п'яте, управління конкурентоспроможністю допомагає бізнесу зосередитися на створенні унікальної цінності для своїх клієнтів. Це досягається, зокрема, через інновації, якість продукту, забезпечення персоналізованих рішень та покращення процесів обслуговування.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Серед дослідників, котрі займалися аналізом чинників конкурентоспроможності бізнесу у різних галузях та на підприємствах, можна виділити наступних: І. Посохов [1], О. Чепіжко [1], Т. Омельченко [5], Л. Пронько [6] та ін. Численні дослідження тенденцій управління конкурентоспроможністю знаходимо також у працях закордонних вчених R. Sliwinsky та L. Puslecki [3], а також S. Iammarino [4].

ВИДІЛЕННЯ НЕВИРШЕНИХ РАНІШЕ ЧАСТИН ЗАГАЛЬНОЇ ПРОБЛЕМИ, КОТРИМ ПРИСВЯЧУЄТЬСЯ СТАТТЯ

Слід взяти до уваги, що конкурентоспроможність бізнесу не є сталою величиною і зазнає постійних впливів як внутрішніх так і зовнішніх факторів. Тому важливе значення має активне

застосування усіх сучасних трендів у цій сфері, а також ідентифікація та врахування численних факторів і чинників, що впливають на конкурентоспроможність.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ

Метою статті є аналіз сучасних тенденцій у сфері управління конкурентоспроможністю та дослідження впливу нових непередбачуваних чинників на конкурентоспроможність бізнесу.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Конкурентоспроможність бізнесу – це здатність підприємства або організації ефективно конкурувати на ринку свого продукту чи послуги з іншими гравцями, забезпечуючи переваги перед конкурентами і задовольняючи потреби клієнтів краще або ефективніше, ніж інші [1].

Основні складові конкурентоспроможності:

1. Якість продукту або послуги.
2. Інновації.
3. Ефективність.
4. Гнучкість.
5. Маркетинг і бренд.
6. Кадри.
7. Спроможність залучення і утримання клієнтів.
8. Соціальна відповідальність.

Конкурентоспроможність допомагає підприємствам зберігати або здобувати перевагу на ринку, забезпечувати стійкий розвиток і досягати успіху в довгостроковій перспективі. Управління конкурентоспроможністю бізнесу вимагає стратегічного планування, розуміння ринкових тенденцій, здатності до інновацій та постійної адаптації до змін [2].

Сучасні тенденції у дослідженні конкурентоспроможності бізнесу включають в себе використання передових технологій, зосередження на сталому розвитку та врахування нових факторів, що впливають на конкурентоспроможність. Ось деякі з найбільш важливих трендів [2-5]:

1. Використання аналітики даних та штучного інтелекту. Дослідження конкурентоспроможності тепер базується на аналізі великих обсягів даних та використанні штучного інтелекту. Це допомагає виявити нові тренди, зрозуміти поведінку споживачів та розробити ефективні стратегії.

2. Орієнтація на цифрову трансформацію. Бізнеси все більше переходять до цифрових платформ та процесів. Це включає в себе перехід до електронних торговельних платформ, розробку цифрових маркетингових стратегій та впровадження іншого цифрового інструментарію для поліпшення конкурентоспроможності.

3. Аналіз соціальних мереж та онлайн-взаємодії. Підприємства активно досліджують вплив соціальних мереж та інтернет-взаємодії на споживачів. Вони стежать за відгуками клієнтів, аналізують настрої споживачів та реагують на них швидше.

4. Звернення до сталого розвитку. Сталість стає ключовим аспектом дослідження конкурентоспроможності. Клієнти все більше орієнтуються на екологічні та соціальні аспекти, тому бізнеси активно зосереджуються на зменшенні негативного впливу на навколишнє середовище.

5. Аналіз конкурентного ландшафту. Мінливість ринку актуалізує значення аналізу конкурентного ландшафту. Підприємства вивчають своїх конкурентів, їх стратегії та здібності, щоб розробити ефективні стратегії своєї власної конкурентоспроможності.

6. Концентрація на персоналізації. Персоналізація продуктів і послуг стає все більш важливою. Вивчення і розуміння індивідуальних потреб і побажань споживачів допомагає підприємствам привернути та утримувати клієнтів.

Ці тренди демонструють, що дослідження конкурентоспроможності в сучасних умовах вимагає більш широкого підходу та застосування передових технологій для виявлення можливостей та розвитку стійких стратегій.

У таблиці 1 систематизовано основні напрями застосування визначених тенденцій у процесі управління конкурентоспроможністю сучасного бізнесу.

Таблиця 1

Сучасні тенденції в управлінні конкурентоспроможністю бізнесу

Тенденція	Напрями застосування у процесі управління конкурентоспроможністю бізнесу
1 Використання аналітики даних та штучного інтелекту	<ol style="list-style-type: none"> 1. Прогнозування та аналіз ринкових тенденцій. 2. Підвищення точності рекламних кампаній: Аналітика даних дозволяє здійснювати більш точне таргетування рекламних кампаній, знижуючи витрати та збільшуючи ефективність маркетингових зусиль. 3. Оптимізація виробничих процесів: ШІ допомагає удосконалити виробничі процеси та оптимізувати управління ланцюгами постачання. Аналіз даних дозволяє виявляти зайві витрати, збільшувати продуктивність та знижувати час виробництва. 4. Покращення обслуговування клієнтів: Аналітика даних допомагає зрозуміти потреби та вимоги клієнтів. Це дозволяє підприємствам створювати персоналізовані пропозиції, поліпшувати обслуговування та забезпечувати задоволеність клієнтів. 5. Підтримка прийняття рішень: Аналітика даних та ШІ допомагають у прийнятті більш обґрунтованих та дієвих рішень, що, в свою чергу, знижує ризики.
2 Орієнтація на цифрову трансформацію	<ol style="list-style-type: none"> 1. Цифрові рішення допомагають оптимізувати процеси, зменшувати ручну працю, автоматизувати завдання та забезпечувати більш ефективне використання ресурсів. 2. Цифрові інструменти дозволяють підприємствам збирати дані про клієнтів, аналізувати їх поведінку та пропозиції. 3. Підприємства можуть швидко реагувати на нові тренди, зміни в попиті, мінливі умови та конкуренцію. 4. Цифрові технології допомагають підприємствам створювати та впроваджувати нові інноваційні рішення (впровадження штучного інтелекту, аналіз великих обсягів даних, Інтернет речей, блокчейн та інші передові технології). 5. Розширення ринків та нових можливостей.
3 Аналіз соціальних мереж та онлайн-взаємодії	<ol style="list-style-type: none"> 1. Соціальні мережі є потужним інструментом для збору даних про цільову аудиторію. 2. Аналіз соціальних мереж допомагає стежити за діяльністю конкурентів та їхніми маркетинговими стратегіями. Це надає підприємствам можливість адаптувати свої стратегії та впроваджувати інновації для здобуття та збереження переваги на ринку. 3. Взаємодія зі споживачам. Соціальні мережі надають платформу для прямої взаємодії зі споживачами. Підприємства можуть слухати їхні побажання та питання, відповідати на відгуки та використовувати цю інформацію для покращення продуктів або послуг, а також зміцнення взаємовідносин з клієнтами. 4. Виявлення тенденцій і трендів. Бізнес може використовувати цю інформацію для розробки нових продуктів, впровадження інновацій та створення змісту, який буде цікавим та актуальним для споживачів. 5. Аналіз соціальних мереж допомагає вимірювати результативність рекламних та маркетингових кампаній. Це дозволяє підприємствам визначати, які зусилля є ефективними, а які потребують коригування. 6. Соціальні мережі створюють сприятливе середовище для вірусного маркетингу, коли споживачі діляться змістом та рекомендаціями своїм оточенням [6].
4 Застосування принципів сталого розвитку	<ol style="list-style-type: none"> 1. Екологічна відповідальність. Впровадження екологічних ініціатив допомагає зменшити негативний вплив на довкілля та підвищити довіру споживачів до бренду. 2. Соціальна відповідальність. Підприємства повинні звертати увагу на соціальні аспекти своєї діяльності, забезпечуючи справедливі умови праці, рівний доступ до можливостей для співробітників та займаючись благодійністю. 3. Інновації та використання нових технологій для підвищення ефективності виробництва, зниження впливу на навколишнє середовище та створення нових можливостей на ринку. 4. Відкритість та звітність. Підприємства повинні бути відкритими та звітними щодо своїх практик та результатів. Транспарентність сприяє збереженню довіри споживачів, інвесторів та інших зацікавлених сторін. 5. Сталість розвитку є джерелом конкурентних переваг, забезпечуючи підприємствам вигоди від рейтингу відповідальних брендів, зниження ризиків, залучення талановитих працівників та відданість клієнтів.
5 Аналіз конкурентного ландшафту	<p>Основні етапи аналізу конкурентного ландшафту:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Збір інформації про конкурентів (їхні продукти та послуги, цінних стратегій, маркетингових кампаній, зарплатні та умови праці, звіти про прибутки та інші фінансові показники). 2) Аналіз даних. 3) Визначення конкурентних переваг. 4) Виявлення можливостей та загроз. 5) Розробка стратегій. 6) Моніторинг. Після впровадження стратегій необхідно постійно моніторити конкурентний ландшафт і оновлювати аналіз. Ринки постійно змінюються, і компанії повинні залишатися в курсі останніх змін, щоб зберігати свою конкурентну перевагу.
6 Персоналізація продуктів та послуг	<ol style="list-style-type: none"> 1. Покращений клієнтський досвід. Персоналізація дозволяє підприємствам зробити взаємодію з клієнтами більш особистою та зручною. Клієнти цінують індивідуальний підхід, і це допомагає створити позитивний досвід покупця та підвищити лояльність. 2. Підвищення конверсії та продажів. Персоналізований контент та пропозиції можуть бути більш привабливими для клієнтів, що збільшує ймовірність їхньої покупки та підвищує конверсії та продажі. 3. Ефективний маркетинг. Персоналізація дозволяє точно визначити маркетингові зусилля, спрямовані на цільову аудиторію, що знижує витрати та підвищує ефективність рекламних кампаній. 4. Розробка індивідуальних продуктів та послуг. Персоналізація допомагає створити унікальні продукти та послуги, які відповідають унікальним потребам та вимогам клієнтів. 5. Збільшення задоволеності клієнтів. Персоналізація сприяє забезпеченню більш високого рівня задоволеності клієнтів, що сприяє позитивному впливу на репутацію бренду та рекомендації. 6. Використання даних та аналітики (базується на зборі та аналізі даних про клієнтів). Це дозволяє підприємствам отримувати цінні знання про свою цільову аудиторію та адаптувати свої стратегії відповідно.

Наведені у таблиці 1 тенденції демонструють, що дослідження конкурентоспроможності в сучасних умовах вимагає більш широкого підходу та застосування передових технологій для виявлення можливостей та розвитку стійких стратегій.

Окрім сучасних тенденцій, істотний вплив на управління конкурентоспроможністю бізнесу мають важкопрогнозовані чинники зовнішнього середовища, які протягом останніх років активно проявляються у всіх сферах господарського життя. Це, зокрема, військові дії на території України, і, як наслідок, зміна логістики постачання товарів і послуг в багатьох країнах та загальне зростання світових цін.

Беззаперечно, що ситуації політичного конфлікту та воєнних дій ведуть до нестабільності на ринку та змін у бізнес-середовищі. Так, це проявляється у таких аспектах:

- зміни в попиті на товари та послуги. Клієнти можуть перестати приділяти увагу певним категоріям товарів або послуг і зосередитися на інших. Бізнесам доведеться адаптувати свою продукцію та послуги, щоб відповідати новим потребам споживачів.

- зміни в цінах і вартості. Воєнні конфлікти можуть призвести до збільшення вартості сировини, транспортних витрат та інфраструктури, що може підвищити витрати на виробництво та поставки. Це може вплинути на цінову стратегію бізнесу та його конкурентоспроможність.

- зниження доступу до ресурсів (таких як сировина, робоча сила, технології тощо). Це може ускладнити виробництво та забезпечення продуктами та послугами, що може негативно вплинути на конкурентоспроможність бізнесу.

- воєнні конфлікти можуть впливати на міжнародні відносини та торгівлю. Економічні санкції, обмеження на імпорт та експорт можуть ускладнити доступ до ринків і зробити міжнародні операції менш привабливими для бізнесу.

- воєнні дії можуть створити загрозу безпеки для бізнесу та його працівників. Це може призвести до обмеження діяльності компанії та необхідності прийняття заходів для забезпечення безпеки.

- зміни в споживчій поведінці: війна може вплинути на споживчу поведінку та відносини з брендами. Споживачі можуть звертати більше уваги на етичний бізнес, підтримку місцевих компаній та соціальну відповідальність [5].

В умовах війни важливо для бізнесу бути готовим до змін та адаптуватися до нових реалій. Ретельний аналіз ситуації на ринку та прийняття стратегічних рішень можуть допомогти підприємствам зберегти конкурентоспроможність та впоратися з викликами, що створюються воєнним конфліктом.

Ще одним важливим чинником, який впливає на управління конкурентоспроможністю бізнесу, є зміни у логістиці постачання, викликані військовими діями на території України. З лютого 2022 року налагоджені ланцюги поставок перестали функціонувати. З одного боку, закриття портів, аеропортів, ризики автоперевезень, маршрути розподілу потрібно було часто змінювати або кардинально коригувати, а з іншого боку, проблеми з паливом та інші чинники, спонукали компанії з налагодженою логістикою переорієнтуватися за лічені дні, негайно трансформувати та оптимізувати бізнес-процеси [7].

Одним із головних викликів, із якими доводиться стикатися українським компаніям, є необхідність повного переформатування логістики. Як наслідок, мультимодальні перевезення стали основним трендом. Вони є основними функціональними елементами міжнародної транспортно-логістичної системи, що забезпечують скоординовану взаємодію учасників у сприянні та підтримці потоків товарів і матеріалів, які вважаються стратегічними точками економічного зростання [7]. Також зросли вимоги до показників якості міжнародних перевезень і логістики. За словами експертів, дедалі більший пріоритет надається таким показникам логістичної діяльності, як швидкість і своєчасність доставки, надійність, гнучкість, комплексність і персоналізація послуг. Конкурентною перевагою компанії є якісне управління всім комплексом транспортно-логістичних послуг із супроводу вантажів, що охоплює також надання інформації про стан та місцезнаходження вантажу в будь-який час. Сучасні вимоги до доставки вантажів «від дверей до дверей» і «точно в строк» передбачають прийнятні ціни на логістичні послуги, які, крім транспортних (звичай мультимодальних) цін, включають також оплату зборів за контейнери, оренду, збори за консолідацію і зберігання. Клієнти прагнуть знати не лише точну дату доставки, а й мати можливість регулювати час доставки.

Зміни у логістиці постачання можуть впливати як на вартість, так і на якість обслуговування, що може вплинути на здатність бізнесу залучати та утримувати клієнтів.

Не менш важливим чинником впливу на конкурентоспроможність бізнесу є підвищення світових цін (особливої актуальності набуває для тих компаній, які залежать від імпортованих товарів або сировини). Ось деякі аспекти, які зазнали негативного впливу означеного фактору:

1) Вартість виробництва. Підвищення світових цін на сировину, енергію або інші важливі компоненти може збільшити вартість виробництва продукції. Це може призвести до зростання витрат на виробництво та зниження прибутковості бізнесу.

2) Цінова конкурентоспроможність. Якщо світові ціни зростають, компанії можуть змушені підвищувати ціни на свої товари або послуги, щоб компенсувати збільшені витрати. Це може призвести до меншої конкурентоспроможності на ринку, особливо якщо інші компанії здатні пропонувати більш низькі ціни.

3) Попит та споживач. Підвищення цін на товари та послуги може вплинути на споживачів, що призведе до зниження попиту на продукцію компанії. Це особливо стосується товарів та послуг, які мають альтернативи на ринку.

4) Постачальники та партнери. Підвищення світових цін може також вплинути на постачальників та партнерів компанії. Якщо їхні витрати зростають, вони можуть передавати це підприємству, що додатково вплине на вартість бізнесу.

5) Інновації та ефективність. Підвищення цін може стати стимулом для компаній розглянути нові технології та підходи, що дозволять знизити витрати на виробництво та підтримувати конкурентоспроможність.

6) Маржі та прибутковість. Зростання світових цін може вплинути на маржі прибутковості компаній. При неспроможності адекватно підвищити ціни на продукцію, це може призвести до скорочення маржі та зменшення прибутковості.

Для збереження конкурентоспроможності в умовах підвищення світових цін, компанії можуть розглядати альтернативні джерела сировини або оптимізувати ланцюжки постачання, знижувати витрати на виробництво, зосереджуватися на інноваціях та пропонувати унікальні продукти або послуги, які можуть стати додатковою перевагою на ринку.

ВИСНОВКИ З ДАНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК У ДАНОМУ НАПРЯМІ

В результаті проведеного аналізу можна відзначити, що основними тенденціями в управлінні конкурентоспроможністю бізнесу в сучасних умовах є: цифрові технології та використання штучного інтелекту; впровадження принципів соціальної відповідальності та сталого розвитку; використання соціальних мереж та взаємодії; аналіз конкурентного ландшафту; персоналізація продуктів та послуг. На додаток до наведеного переліку, істотний вплив мають такі важкопрогнозовані чинники зовнішнього середовища, як військові дії на території України, зміна логістики постачання товарів і послуг в багатьох країнах та загальне зростання світових цін.

Знання, розуміння і вивчення механізму дії виявлених тенденції та чинників може допомогти бізнесам адаптуватися до змінних умов і зберегти свою конкурентоспроможність. Однак, необхідно розуміти, що кожна галузь та компанія мають свої специфічні виклики та можливості, і успішність залежить від ефективності реагування на них.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Управління конкурентоспроможністю промислових підприємств в умовах невизначеності: монографія. / І. М. Посохов, О.В. Чепіжко, В. Г. Дюжев, Д.О. Лисиця. – Харків: Видавництво Іванченка І. С., 2022. - 252 с.

2. Dwyer L., Kim Ch., 2003, Destination competitiveness: determinants and indicators, „Current Issues in Tourism”. Vol. 6, No. 5. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13683500308667962> (дата звернення: 04.08.2023)

3. Sliwinsky R., Puslecki L. Competition, Strategy, and Innovation: The Impact of Trends in Business and the Consumer World. Routledge Advances in Management and Business Studies. URL: https://www.researchgate.net/publication/355673159_Competition_Strategy_and_Innovation_The_Impact_of_Trends_in_Business_and_the_Consumer_World (дата звернення: 04.03.2023)

4. Iammarino, S. and McCann, Philip and Ortega-Argilés, Raquel. International business, cities and competitiveness: recent trends and future challenges. Competitiveness Review. URL: https://www.researchgate.net/publication/324417514_International_business_cities_and_competitiveness_recent_trends_and_future_challenges (дата звернення: 04.03.2023)

5. Омельченко Т. Конкуренентоспроможність українських підприємств в умовах війни. Економіка і організація управління. – № 3 (47). – 2022. – С. 94-103.
6. Пронько Л.М., Токар К.С. Маркетингова стратегія у формуванні конкурентоспроможності підприємства. Ефективна економіка. 2022. №4. URL.: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/4_2022/75.pdf (дата звернення: 04.03.2023).
7. Трансформація логістичного ринку під час війни. URL.: <https://trademaster.ua/articles/313642> (дата звернення: 04.03.2023).

REFERENCES:

1. Management of competitiveness of industrial enterprises under conditions of uncertainty: monograph: Ivanchenko IS Publishing House, 2022. - 252 с.
2. Dwyer L., Kim Ch., 2003, Destination competitiveness: determinants and indicators, „Current Issues in Tourism”. Vol. 6, No. 5. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13683500308667962> (дата звернення: 04.03.2023)
3. Sliwinsky R., Puslecki L. Competition, Strategy, and Innovation: The Impact of Trends in Business and the Consumer World. Routledge Advances in Management and Business Studies. URL: https://www.researchgate.net/publication/355673159_Competition_Strategy_and_Innovation_The_Impact_of_Trends_in_Business_and_the_Consumer_World (дата звернення: 04.03.2023)
4. Iammarino, S. and McCann, Philip and Ortega-Argilés, Raquel. International business, cities and competitiveness: recent trends and future challenges. Competitiveness Review. URL: https://www.researchgate.net/publication/324417514_International_business_cities_and_competitiveness_recent_trends_and_future_challenges (дата звернення: 04.08.2023).
5. Competitiveness of Ukrainian enterprises in wartime. Economics and organisation of management. - No. 3 (47). - 2022. - P. 94-103.
6. Marketing strategy in the formation of enterprise competitiveness. Effective economy. 2022. №4. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/4_2022/75.pdf (accessed 04.03.2023).
7. Transformation of the logistics market during the war. URL: <https://trademaster.ua/articles/313642> (accessed 04.03.2023).

TRENDS AND FACTORS OF BUSINESS COMPETITIVENESS MANAGEMENT IN MODERN CONDITIONS

KRAEVSKA Alla, SHVARTS Iryna, KRAEVSKYI Andriy, KONDRATENKO Bogdan
Vinnitsia National Technical University

The article analyzes current trends and tendencies in managing business competitiveness. It is substantiated that business competitiveness is the ability of an enterprise or organization to compete effectively in the market for its product or service with other players, providing advantages over competitors and meeting customer needs better or more efficiently than others. The main components of business competitiveness were also identified.

The following trends in business competitiveness management were identified and detailed: digital technologies and the use of artificial intelligence; implementation of the principles of social responsibility and sustainable development; use of social networks and interaction; analysis of the competitive landscape; personalization of products and services. These trends were detailed in accordance with the areas of their practical implementation. It is also substantiated that such hard-to-predict environmental factors as military operations on the territory of Ukraine, changes in the logistics of supply of goods and services in many countries, and the general rise in world prices have a significant impact on business competitiveness in modern conditions. In particular, the article examines the main challenges and problems faced by businesses in Ukraine in the field of logistics since the beginning of 2022. there is a need for a complete reformatting of logistics. In particular, it was found that multimodal transport has become a major trend. They are the main functional elements of the international transport and logistics system that ensure coordinated interaction of participants in facilitating and maintaining the flow of goods and materials, which are considered strategic points of economic growth

To remain competitive in the face of rising global prices, companies can consider alternative sources of raw materials or optimise supply chains, reduce production costs, focus on innovation and offer unique products or services that can provide an additional advantage in the market.

Keywords: competitiveness, business, management, factors of influence, competition, globalization, external environment.