



Міністерство освіти і науки України
ДНУ Інститут модернізації змісту освіти
Мукачівський державний університет
Малопольський державний університет імені
Вітольда Пілецького в Освенцемі (Польща),
Університет економіки в Братиславі
Факультет економіки бізнесу в Кошице (Словаччина)

**VI Міжнародна
науково-практична конференція
“УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИМИ
ТРАНСФОРМАЦІЯМИ ГОСПОДАРСЬКИХ ПРОЦЕСІВ:
РЕАЛІЇ І ВИКЛИКИ”
Збірник тез доповідей**



4-5 квітня 2024 р.

**Міністерство освіти і науки України
ДНУ Інститут модернізації змісту освіти
Мукачівський державний університет
Малопольський державний університет
імені Вітольда Пілецького в Освенцімі (Польща),
Університет економіки в Братиславі
Факультет економіки бізнесу в Кошице (Словаччина)**

**УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИМИ
ТРАНСФОРМАЦІЯМИ ГОСПОДАРСЬКИХ ПРОЦЕСІВ:
РЕАЛІЇ І ВИКЛИКИ**

**MANAGEMENT OF SOCIO-ECONOMIC
TRANSFORMATIONS OF BUSINESS PROCESSES:
REALITIES AND CHALLENGES**

**Тези доповідей
VI Міжнародної науково-практичної конференції**

4-5 квітня 2024 р.

**Мукачево
2024**

СЕКЦІЯ 3. УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНИМИ ПРОЦЕСАМИ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Гарагонич О., Микуланинець С. Сучасні методи просування продукції	69
Гоблик-Маркович Н., Ремез С. Стратегічне управління в умовах змін	72
Джунковська К. Бізнес в умовах війни: основні тенденції	74
Зарічна О., Рокус А. Особливості проведення оцінки конкурентоспроможності підприємства	75
Кадар Ю., Ліба Н. Дослідження поняття «маркетинговий аудит»	78
Ланченко Є. Удосконалення організації праці в сільськогосподарських підприємствах	79
Лизанець А., Нірі К. Сутність, роль та розвиток технологій управління підприємством	82
Лизанець А., Пеленко В. Маркетингова концепція управління збутовою політикою оптового торговельного підприємства	85
Лизанець А., Русин О. Сучасні тенденції розвитку HR-менеджменту	87
Лукеча М., Микуланинець С. Шляхи підвищення ефективності логістичної діяльності підприємства	89
Молнар-Бабіля Д., Удворгелі Л. Впровадження продуктів функціонального призначення у закладах ресторанного господарства	92
Николин Б., Феєр О. Економічна стійкість організації в кризових умовах	94
Попович О., Ярош В. Правові аспекти в управлінні персоналом під час військового стану	95
Проскура В., Баняс З. Прийняття управлінських рішень в умовах нестабільності зовнішнього середовища	97
Пугачевська К., Левко Т. Конкурентоспроможність підприємства в умовах глобалізації	98
Пугачевська К., Мондик К. Маркетингове середовище підприємства: сутність та складові	101
Фокіна-Мезенцева К., Джунковський Ю. Управління проєктами на підприємстві в умовах цифровізації	102
Фокіна-Мезенцева К., Джунковський В. Цифрові технології в управлінні підприємством-суб'єктом ЗЕД	104
Хаустова К., Росул С. Сучасні підходи до сталого розвитку підприємства	105
Шатєєв О. Двосдиний підхід (виробник/споживач) до комплексу маркетингу	107
Шашовець Й. Місце економічної діагностики у системі антикризового управління підприємством	108
Шашовець Й., Новак І. Управління бізнес-процесами як структурним елементом бізнес-середовища підприємства	111

СЕКЦІЯ 4. ФІНАНСОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ТА ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ НА МІКРО- ТА МАКРОРІВНЯХ

Братюк В., Помельнікова О. Пряме та непряме оподаткування в державі в сучасних реаліях	114
Максименко Д. Формування управлінської звітності за сегментами бізнесу	115
Мойсєєв Д., Ліба Н. Етапи впровадження автоматизованої системи управлінського обліку	117
Москаль О., Ліба Н. Інформаційні системи управління: сутність, функції, ефективність впровадження	119

3. Метод, заснований на науково-практичному підході, що передбачає вибір оптимальних рішень на основі переробки великих кількостей інформації і вимагає застосування сучасних технічних засобів та програмних продуктів.

Проблема вибору управлінського рішення – одна з найважливіших у сучасному менеджменті, адже передбачає необхідність всебічної оцінки самим керівником конкретної ситуації і самостійності прийняття ним одного з кількох потенційних варіантів рішень [4].

Таким чином, ухвалення ефективних рішень одна з ключових умов ефективного існування і розвитку підприємства, важливий процес, що пов'язує основні функції управління, зокрема планування, організацію, мотивацію, контроль. Варто відмітити, що саме рішення, прийняті керівниками будь-якого підприємства обумовлюють не тільки ефективність її діяльності, а й потенціал її сталого розвитку, виживання у волатильному бізнес-середовищі.

Відтак, ефективне прийняття рішень – це необхідна передумова професійного виконання управлінських функцій і запорука досягнення визначених цілей. Прийняття управлінських рішень є центральною ланкою в теорії і практиці менеджменту. Вимоги, що пред'являються до управлінських рішень, дозволяють менеджеру обрати оптимальної варіант їх реалізації, орієнтований на досягнення певної запланованої мети підприємства з урахуванням наявних посадових повноважень й компетенцій.

Список використаних джерел:

1. *Технології прийняття управлінських рішень: монографія за заг. ред. док. екон. наук, професора І. О. Кузнецової. Харків: «Діса плюс», 2023. 430 с.*
2. *Кравченко М., Голюк В. Прийняття управлінських рішень: сутність та сучасні тенденції розвитку. Економіка та суспільство. 2022. №40. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-40-37> (дата звернення: 13.03.2024)*
3. *Олійниченко О. М. Аспектний підхід до визначення поняття «управлінське рішення». Наукові праці НУХТ. 2017. № 21. С. 79–83.*
4. *Місцевий економічний розвиток: моделі, ресурси та інструменти фінансування: практ. посібн. URL: http://pleddg.org.ua/wp-content/uploads/2020/09/PLEDDG_LED_Finance_Guide_Part_1.pdf (дата звернення: 12.03.2024)*

УДК 338.12

КАТЕРИНА ПУГАЧЕВСЬКА

к. е. н., доцент, доцент кафедри менеджменту,
управління економічними процесами та туризму
Мукачівський державний університет, м. Мукачево, Україна
ТАРАС ЛЕВКО

здобувач вищої освіти спеціальності 073 «Менеджмент»
Мукачівський державний університет, м. Мукачево, Україна

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Виникнення і розвиток суспільства супроводжується формуванням явища конкуренції (від латинського *concurrentia* – стикатися, змагатися), яка є одним із постійно діючих чинників його прогресивного руху вперед. Конкуренція змушує суб'єктів підприємницької діяльності не зупинятися на досягнутому, а постійно самовдосконалюватися, знижати витрати на виробництво, покращувати якість продукції

(послуг), що пропонуються на ринку, підвищувати свою конкурентоспроможність. Отже, конкуренція між відособленими товаровиробниками є суперництвом (боротьбою) між ними стосовно задоволення власних інтересів: вигідних умов виробництва та збуту товарів, одержання високих прибутків, домінування на певному ринку. Аналіз визначень конкуренції дозволяє зробити висновок, що всі вони враховують такі її характеристики, як динамічність, примусовість, єдність конкурентних і монополістичних засад, зв'язок з інноваційними процесами. Із цього випливає, що конкуренція – це сукупність об'єктивних відносин, перш за все, економічних, між господарюючими суб'єктами в умовах ринку, що носять динамічний характер постійного суперництва товаровиробників за прихильність споживачів на основі певних переваг своєї продукції (послуг) [1, с. 16].

Науковці дотримуються одного з трьох трактувань конкуренції: поведінкового; структурного; функціонального. Тракткування конкуренції з боку поведінки – боротьба за гроші покупця шляхом задоволення його потреб. Структурне трактування конкуренції – аналіз структури ринку з метою визначення ступеня свободи продавця та покупця на ринку (форми ринку) і способу виходу з нього. Функціональне трактування конкуренції передбачає суперництво старого з новим, з інноваціями, коли приховане стає явним [1, с.18].

У Законі України «Про захист економічної конкуренції» конкуренція визначається як «змагання між суб'єктами господарювання з метою здобуття завдяки власним досягненням переваг над іншими суб'єктами господарювання, внаслідок чого споживачі, суб'єкти господарювання мають можливість вибирати між кількома продавцями, покупцями, а окремий суб'єкт господарювання не може визначати умови обороту товарів на ринку» [2].

У Господарському кодексі України (ст. 25) під конкуренцією розуміється змагання між суб'єктами господарювання, що забезпечує завдяки їх власним досягненням здобуття ними певних економічних переваг, унаслідок чого споживачі та суб'єкти господарювання отримують можливість вибору необхідного товару, і при цьому окремі суб'єкти господарювання не визначають умов реалізації товару на ринку [3].

Загалом конкуренція як базовий механізм ринкових відносин примушує підприємства змагатися одне з одним і тим самим сприяти досягненню найвищих результатів. Основним змістом конкуренції є якнайповніше задоволення потреб населення, свобода доступу на різноманітні ринки, здешевлення продукції та підвищення її якості тощо. Вона не дозволяє економічній владі концентруватись в одних руках, перешкоджає зловживанню такою владою і забезпечує відкритість ринків.

Здатність (спроможність) підприємства вести суперництво у базовій галузі, на міжгалузевому та світових ринках отримала втілення в категорії «конкурентоспроможність» («конкурентоздатність»).

Можливість виживання підприємства в умовах постійної конкурентної боротьби залежить від його конкурентоспроможності. Для виживання в умовах ринку суб'єкти господарювання повинні вміти перемагати конкурентів. Здатність досягати економічних, організаційних чи технічних переваг означає досягнення суб'єктами господарювання конкурентоспроможності на ринку [4, с. 215].

Українські вчені І. Должанський та Т. Загорна трактують конкурентоспроможність підприємства, як здатність виробляти й реалізовувати продукцію швидко, в достатній кількості, при високому технологічному рівні обслуговування та як можливість ефективно розпоряджатися власними й позиковими ресурсами в умовах конкурентного ринку [5, с. 25].

Разом з тим, слід зазначити, що:

- конкурентоспроможність підприємства є відносним поняттям і, відповідно, може мати різний рівень по відношенню до різних конкурентів;

- конкурентоспроможність підприємства вища, чим кращі його результати на міжнародних (глобальних) ринках;
- конкурентоспроможність підприємства – це результат ефективної господарської діяльності підприємства за умов конкурентного ринку;
- конкурентоспроможність підприємства розглядається як комплексна порівняльна характеристика підприємства, що відображає сукупність переваг над конкурентами, гармонійність розвитку підприємства;
- невід'ємною складовою конкурентоспроможності підприємства на ринку є маркетингова складова, а саме: задоволеність споживачів, позитивний імідж, наявність сильної торговельної марки тощо;
- в основу конкурентоспроможності підприємства покладена конкурентоспроможність продукції або послуг, яку воно виготовляє або надає, проте ці категорії, хоч і є взаємозв'язаними, але не тотожними [5, с. 64].

Конкурентоспроможність підприємства характеризує можливість та ефективність його адаптації до умов конкурентного середовища. Виділяють такі трактування конкуренції: поведінковий; структурний; функціональний. До властивостей, якими характеризується конкурентоспроможність підприємства можна віднести: порівнюваність, просторовість, динамічність, предметність, атрибутивність, системність, об'єктивність. Дотримання названих властивостей є необхідною умовою проведення аналітичних досліджень, запорукою вирішення завдань та досягнення поставлених цілей підприємства. Під факторами конкурентоспроможності підприємства розуміють явища або процеси виробничо-господарської діяльності підприємства і соціально-економічного життя суспільства, які викликають зміни абсолютної та відносної величини витрат на виробництво і реалізацію продукції, а в результаті – зміну рівня конкурентоспроможності самого підприємства. Аналіз впливу зовнішніх та внутрішніх факторів на конкурентоспроможність підприємства дає можливість: знизити рівень невизначеності й ризику в процесі виробничо-збутової діяльності підприємства; підвищити якість стратегічного планування й прогнозування виробничо-збутової діяльності підприємства; підвищити рівень конкурентоспроможності підприємства та його продукції; зберегти конкурентні позиції та збільшити частку ринку, що належить підприємству.

Список використаних джерел:

1. Лупак Р. Л., Васильців Т. Г. *Конкурентоспроможність підприємства*. Львів: Видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2016. 484 с.
2. Про захист економічної конкуренції: Закон України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2210-14#Text> (дата звернення: 13.03.2024)
3. Господарський кодекс України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text> (дата звернення: 13.03.2024)
4. Дашко І.М. Фактори впливу на конкурентоспроможність підприємств. *Причорноморські економічні студії*. 2017. 13. С.214-220.
5. Должанський І. З., Загорна Т. О. *Конкурентоспроможність підприємства : навч. посіб.* Київ : ЦНЛ, 2019. 384 с.



МУКАЧІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

89600, м. Мукачево, вул. Ужгородська, 26

тел./факс +380-3131-21109

Веб-сайт університету: www.msu.edu.ua

E-mail: info@msu.edu.ua, pr@mail.msu.edu.ua

Веб-сайт Інституційного репозитарію Наукової бібліотеки МДУ: <http://dspace.msu.edu.ua:8080>

Веб-сайт Наукової бібліотеки МДУ: <http://msu.edu.ua/library/>