

Водночас, слід враховувати, що запропоновані моделі залежності показника кількості заяв, що надійшли від абітурієнтів, від позицій ЗВО в Webometrics, мають суттєві обмеження щодо практичного застосування, а їх побудова вимагає ґрунтовних теоретичних досліджень та систематичної аналітичної роботи. Крім того, аналіз моделей, побудованих для різних років, хоч і підтверджує наявність та суттєвість кореляційного зв'язку між досліджуваними показниками, в той же час свідчить про посилення впливу інших чинників, які формують попит на освітні послуги в Україні в умовах поглиблення загроз зовнішнього відносно системи освіти середовища. Отримані моделі ілюструють істотність впливу таких важливих складових економічного потенціалу ЗВО, як людський та інтелектуальний капітал, на рівень конкурентоспроможності закладу вищої освіти, індикатором якої є місце ЗВО у Webometrics Ranking of World Universities.

Аналіз позицій українських ЗВО у провідних національних і міжнародних рейтингах конкурентоспроможності університетів дозволив зробити висновок про те, що інформація, яку отримує керівництво ЗВО з таких рейтингів, сприяє досягненню високої конкурентоспроможності завдяки розвитку найбільш привабливих для здобувачів освіти і стейкхолдерів та ефективних для університету видів і форм діяльності.

Література:

1. Labas I., Darabos E., Nagy T. O. Competitiveness – higher education. *Studia Universitatis «Vasile Goldis» Arad. Economics Series*. 2016. Vol 26. P. 11 – 25. URL: https://www.researchgate.net/publication/307790727_Competitiveness_-_higher_education
2. Estrada-Real, A.C., Cantu-Ortiz, F.J. A data analytics approach for university competitiveness: the QS world university rankings. *International Journal on Interactive Design and Manufacturing*. 2022. P. 871–891. URL: <https://link.springer.com/article/10.1007/s12008-022-00966-2>
3. Черниш О.В. Методичні підходи щодо рейтингового оцінювання діяльності ВНЗ. *Вісник Київського національного університету технологій та дизайну*. Спецвипуск. 2017. 395 с. С. 254-261.
4. Левченко О.М., Царенко І.О. Конкурентоспроможність вищої освіти України у вимірі міжнародних систем ранжування. *Економіка і організація управління*. Вінниця: ДонНУ, 2016. 3 (23). С. 73-81.
5. Опубліковано рейтинг Webometrics (July 2023 Edition 2023.2.0) Офіційний сайт «Євро Освіта». URL: <https://euroosvita.net/index.php/?category=1&id=7992>
6. Що таке рейтинг? Офіційний сайт «Євро Освіта» (euroosvita.net). URL: <https://euroosvita.net/?category=21&id=229>

Левицький В.В.

кандидат економічних наук, доцент,
Волинський національний університет імені Лесі Українки,
м. Луцьк, Україна

КРЕАТИВНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

У сучасному конкурентному бізнес-середовищі підприємства постійно прагнуть отримати перевагу над своїми конкурентами. Одним із способів досягнення цього є впровадження практики креативного менеджменту в систему управління конкурентоспроможністю підприємства, оскільки креативізація його економічного розвитку зумовлює якісно нові докорінні зміни в системі управління його діяльністю. Саме тому, головною метою даного дослідження є вивчення ефективної організації креативного менеджменту та його впливу на підвищення конкурентоспроможності підприємства через

визначення основних напрямів його застосування та результатів від його впровадження у діяльність будь-якої організації.

Зазначимо, що креативний менеджмент відіграє все більш важливу роль та допомагає підприємствам випереджати конкурентів, оскільки реальні умови розвитку характеризуються значним рівнем конкуренції й тому для них стає все більш необхідною розробка інноваційних стратегій і рішень, що є невід'ємним елементом постійно-змінного ринкового середовища та вимагає від них креативності й нестандартності дій на ринку [4]. Відповідно, креативний менеджмент є важливою частиною системи управління конкурентоспроможністю будь-якого підприємства та поширює свій вплив на залучення працівників, мотивацію, задоволеність клієнтів і результати діяльності, тобто комплексно й цілеспрямовано визначає стратегічний розвиток підприємства як інтегрованої системи під постійним динамічним впливом факторів ринкового середовища [2; 3].

Отже, креативний менеджмент все частіше розглядається як ефективний інструмент для удосконалення системи управління конкурентоспроможністю підприємства у багатьох напрямках, серед яких, на нашу думку, варто відзначити наступні:

- розробляти нові та оригінальні продукти й послуги, що забезпечують перевагу на ринку, як результат, підприємство може здобути більшу популярність серед споживачів й збільшити свою частку ринку;

- сприяти вирішенню проблем та викликів, що виникають у динамічному бізнес-середовищі, оскільки креативні підходи дозволяють знайти нестандартні рішення та використовувати інноваційні методики для удосконалення ефективності діяльності;

- сформувати позитивний імідж підприємства. Креативні рішення можуть зробити його більш цікавим та привабливим для споживачів, що може позитивно вплинути на його репутацію і статус;

- реалізувати концепцію брендингу підприємства у поєднанні з його основними товарами, оскільки саме креативний менеджмент може допомогти йому змінити свій імідж й збільшити впізнаваність бренду на ринку. У даному аспекті доречним буде акцентувати увагу на тому, що сучасний інформаційний простір є гранично перенасиченим зразками, паттернами, знаками та символами. Життєво-необхідною для підприємства, компанії, бренду є унікальність та запам'ятовуваність у сприйнятті потенційного клієнта. Саме крізь використання засобів креативного менеджменту стає можливим здобуття впізнаваності на ринку й відповідно підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства;

- сформувати ефективну систему управління конкурентоспроможністю через використання комунікацій як із зовнішнім так і внутрішнім середовищем підприємства, оскільки саме креативний менеджмент здійснює ефективні комунікації зі своїми клієнтами та споживачами, забезпечуючи високий рівень лояльності й задоволеності клієнтів, відповідно підвищуючи його конкурентоспроможність на ринку.

Крім вище зазначених напрямів варто також відзначити, що важливими елементами впливу креативного менеджменту на систему управління конкурентоспроможністю підприємства є правильно організований конкурентний аналіз і ефективність управління ресурсами, що допомагають підприємству розуміти конкурентів та їх стратегії й дозволяють розробляти ефективні стратегії розвитку та паралельно підвищувати конкурентоспроможність на ринку [1, с. 227-229].

На нашу думку, основними результатами ефективного застосування і впливу креативного менеджменту на систему управління конкурентоспроможністю підприємства можуть бути:

- розширення ринку збуту продукції, адже креативний менеджмент дозволяє підприємству займати нові ніші на ринку й забезпечувати додаткові джерела прибутку;

- збільшення лояльності клієнтів, оскільки саме креативний менеджмент допомагає підприємству відрізнитися від конкурентів і створювати більш цікаві й привабливі товари та послуги, що збільшує лояльність клієнтів. Звідси походить наступна складова – залучення

нових клієнтів. Нові ідеї та креативні рішення можуть привернути увагу нових клієнтів до підприємства;

- сприяння зниженню витрат. Креативний менеджмент допомагає підприємству знизити витрати на виробництво, маркетинг та рекламу, що дозволяє збільшити маржинальний прибуток;

- залучення до розвитку своєї діяльності талановитих й креативних працівників. Креативний менеджмент може створювати для працівників цікавіші умови роботи та можливості для розвитку, що залучає та зберігає талановитих фахівців для стимулювання діяльності підприємства у майбутньому.

Таким чином, креативний менеджмент має прямий вплив на збільшення конкурентоспроможності підприємства та допомагає йому стати більш успішним на ринку через забезпечення інноваційного розвитку й зростання його ринкової частки.

Отже, результати проведеного нами дослідження дають змогу констатувати, що підвищення конкурентоспроможності підприємства в динамічному конкурентному середовищі вимагають чіткого знання змісту конкуренції, переосмислення нових явищ і процесів, що відбуваються на ринку, а також систематизації нових проявів конкурентних відносин як трансформаційних реакцій на зміни в природі підприємства, і конкуренції. Зрештою, його головним результатом стає те, що креативний менеджмент є ключовим елементом управління системою конкурентоспроможності підприємства. Він заохочує інновації, сприяє залученню креативних працівників у його діяльність, допомагає підприємству диференціювати себе від конкурентів, знижує витрати і реалізує нові інноваційні методи управління, що в перспективі сприятиме забезпеченню його ефективного й довгострокового розвитку у майбутньому.

Література:

1. Конкурентоспроможність підприємства: навчальний посібник / І.А. Дмитрієв, І.М. Кирчата, О.М. Шершенюк. Харків: ФОП Бровін О.В., 2020. 340 с.
2. Кузьмін О.Є. Креативний менеджмент : навч. посібник / О.Є. Кузьмін, С.В. Князь, І.В. Литвин, Д.К. Зінкевич. Львів : Вид-во Львівської політехніки, 2010. 124 с.
3. Продіус О.І. Креативний менеджмент як запорука сучасного ефективного управління. *Економіка: реалії часу*. 2012. № 2 (3). С. 67-72. Режим доступу до журн.: <http://economics.opu.ua/files/archive/2012/n4-5.html>
4. Свидрук І. І. Креативний менеджмент : навч. посіб. Київ : ЦУЛ, 2012. 224 с.

Олійник Н. М.

кандидат технічних наук, доцент

Осадча Т. Ю.

здобувач вищої освіти третього (освітньо-наукового) рівня,
Херсонський національний технічний університет,
м. Херсон, Україна

ВПЛИВ КОНКУРЕНЦІЇ НА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА: ТЕОРЕТИЧНИЙ БАЗИС ТА ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Сучасне суспільство та потреби населення змушують діючі підприємства до вдосконалення виробництва власних товарів, продуктів чи послуг. Важливою умовою ефективного функціонування суб'єктів господарювання всіх форм власності в сучасних умовах невизначеності та нестабільності зовнішнього середовища є правильна оцінка ринкової кон'юнктури та можливостей у коротко- та довгостроковій перспективі [5, с. 278]. Через перенасичення ринку певними товарами кожне підприємство намагається вистояти у боротьбі за свого споживача, тим самим вдосконалюючи власну технологію виробництва,