

## **СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПрАТ «ВОЛОДАРКА»**

Вінницький національний технічний університет

### **Анотація**

*У статті досліджено особливості стратегічного управління конкурентоспроможністю ПрАТ «Володарка» в сучасних умовах господарювання. Розглянуто сутність конкурентоспроможності підприємства як комплексної характеристики його ефективності та здатності адаптуватися до змін ринкового середовища. Проаналізовано основні фактори забезпечення конкурентних переваг підприємства легкої промисловості, зокрема якість продукції, інноваційність, бренд, цифровізацію та ефективність управління. Наведено приклади стратегічного розвитку українських і міжнародних підприємств. Обґрунтовано, що ефективне стратегічне управління є основою довгострокового розвитку та стійкості підприємства.*

**Ключові слова:** конкурентоспроможність, стратегічне управління, підприємство, стратегія розвитку, легка промисловість, інновації.

### **Abstract**

*The article examines the peculiarities of strategic competitiveness management of PJSC “Volodarka” in modern economic conditions. Competitiveness is considered as a comprehensive characteristic of enterprise efficiency and its ability to adapt to changes in the market environment. The main factors of ensuring competitive advantages of light industry enterprises are analyzed, including product quality, innovation, branding, digitalization, and management efficiency. Examples of strategic development of Ukrainian and international enterprises are presented. It is substantiated that effective strategic management is the basis for long-term enterprise development and sustainability.*

**Keywords:** competitiveness, strategic management, enterprise, development strategy, light industry, innovation.

### **Вступ**

У сучасних умовах глобалізації та посилення конкуренції підприємства легкої промисловості функціонують в умовах високої невизначеності та швидких змін ринкового середовища. Особливо актуальною проблемою забезпечення конкурентоспроможності є для українських підприємств, які працюють в умовах економічної нестабільності та воєнних викликів.

Конкурентоспроможність підприємства визначається його здатністю ефективно функціонувати, адаптуватися до змін зовнішнього середовища та забезпечувати стійкі конкурентні переваги. У цьому контексті важливу роль відіграє стратегічне управління, яке забезпечує формування довгострокових напрямів розвитку підприємства [1].

ПрАТ «Володарка» є одним із провідних підприємств легкої промисловості України, що спеціалізується на виробництві чоловічого одягу та має значний досвід функціонування на внутрішньому й зовнішньому ринках.

Метою статті є дослідження особливостей стратегічного управління конкурентоспроможністю ПрАТ «Володарка» та визначення основних напрямів її підвищення.

### **Результати дослідження**

Стратегічне управління конкурентоспроможністю підприємства являє собою систему управлінських рішень, спрямованих на формування та підтримку конкурентних переваг у довгостроковій перспективі. Для підприємств легкої промисловості особливого значення набувають якість продукції, інноваційність виробництва, бренд та ефективність маркетингової діяльності.

ПрАТ «Володарка» є одним із найбільш відомих українських виробників чоловічого класичного одягу. Конкурентними перевагами підприємства є:

- висока якість продукції;
- використання сучасного обладнання;
- відомий бренд;
- широкий асортимент продукції;
- наявність власної мережі збуту.

Водночас сучасні умови господарювання потребують удосконалення системи стратегічного управління підприємством. Особливого значення набувають цифровізація бізнес-процесів, розвиток електронної комерції та використання сучасних маркетингових інструментів.

Сучасні дослідження підтверджують, що цифровізація підприємств легкої промисловості сприяє підвищенню їх конкурентоспроможності та адаптації до змін ринку[2].

Важливим напрямом розвитку ПрАТ «Володарка» може стати впровадження омніканальних стратегій продажу, що дозволить інтегрувати офлайн- та онлайн-канали збуту. Подібний підхід активно використовують міжнародні бренди одягу, зокрема Zara та H&M, які забезпечують високу ефективність продажів завдяки цифровим платформам та швидкій адаптації до потреб споживачів.

Практика успішних компаній демонструє важливість стратегічних трансформацій. Компанія Nike активно використовує цифрові технології, персоналізацію продуктів та аналітику даних для підвищення лояльності клієнтів і зміцнення позицій на ринку.

Українські підприємства також активно впроваджують сучасні підходи до стратегічного управління. Наприклад, компанія Roshen реалізувала стратегію модернізації виробництва та розвитку бренду, що забезпечило їй конкурентні переваги на міжнародному ринку.

Особливу роль у забезпеченні конкурентоспроможності відіграє людський капітал підприємства. Кваліфікований персонал, корпоративна культура та система мотивації працівників є важливими чинниками ефективної реалізації стратегії розвитку.

Таким чином, стратегічне управління конкурентоспроможністю ПрАТ «Володарка» повинно базуватися на комплексному поєднанні інновацій, цифровізації, маркетингових інструментів та ефективного управління персоналом [3].

### Висновки

У результаті дослідження встановлено, що стратегічне управління конкурентоспроможністю є ключовим фактором розвитку сучасного підприємства. Для ПрАТ «Володарка» важливими напрямками підвищення конкурентоспроможності є цифровізація бізнес-процесів, розвиток онлайн-продажів, удосконалення маркетингової діяльності та модернізація виробництва [4].

Практичний досвід провідних українських і міжнародних компаній підтверджує, що ефективне стратегічне управління дозволяє підприємствам адаптуватися до змін зовнішнього середовища та забезпечувати довгострокову стійкість.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

- 1.Ілляшенко С. М. Стратегічне управління конкурентоспроможністю підприємств в умовах цифровізації // Економіка та суспільство. 2024. URL: <https://economyandsociety.in.ua>
2. McKinsey Fashion Industry Report 2025. URL: <https://www.mckinsey.com>
- 3.Porter M. E. Competitive Strategy. Free Press, 2020. URL: <https://www.hbs.edu>
- 4.Deloitte Global Retail Outlook 2024. URL: <https://www2.deloitte.com>

**Боковець Вікторія Вікторівна** – доктор економічних наук, професор кафедри підприємництва, логістики та менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: [bokovets.v@ukr.net](mailto:bokovets.v@ukr.net)

**Заставнюк Максим Анатолійович** – студент групи П-226, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: [Ukrain55@i.ua](mailto:Ukrain55@i.ua)

**Bokovets Viktoriia**– Doctor of Economic Sciences, Professor of the Department of Entrepreneurship, Logistics and Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: [bokovets.v@ukr.net](mailto:bokovets.v@ukr.net)

**Zastavnyuk Maksym** – student of group P-226, Faculty of Management and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: [e-mail: Ukrain55@i.ua](mailto:Ukrain55@i.ua)