

Список використаних джерел:

1. Pavlyshyn M., Derevyanko Kh., Broda T. Motivational Priorities in HR-Management. *Проблеми управління підприємств у сучасних умовах*: збірн. тез XX Міжн. наук.-практичної конф. (м.Київ, 17-18 квітня 2024). Київ: НУХТ, 2024. С. 255-256. URL: <https://nuft.edu.ua/news/anonsy-podij/xx-mizhnarodna-naukovo-praktichna-konferencziya-%C2%ABproblemi-u>.
2. Павлишин М. Л., Грабовська Х. П., Бурак Є. І. Проблеми адаптації трудово-го потенціалу організацій до умов воєнного стану. *Сучасні тенденції розвитку індустрії туризму та гостинності: глобальні виклики*: збірн. матер. III Міжн. наук.-практ. конф. (м.Харків, 15.04.2024). Харків: ХНУМГ, 2024. С.38-40. URL: <https://tourism.kname.edu.ua/nauka/zbirnyku-naukovykh-konferentsii-kafedry>
3. Управління персоналом: навч.посібник / М. І. Ожиганова, В. О. Хорошко, Ю. Є. Яремчук, В. В. Карпінєць: [електр.ресурс]. URL: [https://web.posibnyky.vntu.edu.ua/fmib/42uprav_person\(2016\)/p3.html#p33](https://web.posibnyky.vntu.edu.ua/fmib/42uprav_person(2016)/p3.html#p33).
4. Панченко В.А. Комунікаційні процеси в ефективному управлінні персоналом. *Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки*. 2016. Вип. 30. С. 147-154. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npkntu_e_2016_30_17.
5. Про правовий режим воєнного стану: Закон України від 12.05.2015 р. №389-VIII, редакція № 4203-IX від 09.01.2025
6. Про організацію трудових відносин в умовах воєнного стану: Закон України від 15.03.2022 №2136-IX, редакція від 24.12.2023.
7. Адаптація персоналу: види, методи, стани та задачі. *Блог компанії SUN / ONE*. URL: <https://sunone.com.ua/articles-uk/adaptaciya-personalu-vidi-metodi-etapi-ta-zadachi>.
8. Нові тренди у сфері управління персоналом. *Огляд ЕУ./03.10.2018*. URL: <https://eba.com.ua/novi-trendy-u-sferi-upravlinnya-personalom-oglyad-ey>.

УДК 339.1

АНАЛІЗ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ КОМПАНІЇ «FAINA FORMA» СЕРЕД ВИРОБНИКІВ СПОРТИВНОЇ ФОРМИ НА РИНКУ УКРАЇНИ

Анатолій Рибчук,
здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти
ОПП «Маркетинг», спеціальність 075 «Маркетинг»,
Юрій Березовський,
д-р техн. наук, професор кафедри товарознавства та
комерційної діяльності в будівництві, професор,
Київський національний університет будівництва і архітектури, м. Київ

Оцінка конкурентоспроможності підприємства є ключовим аспектом його розвитку, оскільки дозволяє визначити ринкові позиції, сильні та слабкі

сторони, а також сформувані стратегії зростання. В умовах високої конкуренції на ринку спортивної форми для командних видів спорту компаніям необхідно не лише пропонувати якісний продукт, а й забезпечувати привабливі умови співпраці для клієнтів.

Компанія «Faina Forma» спеціалізується на виробництві спортивної форми для командних видів спорту, пропонуючи персоналізоване рішення для спортивних клубів, навчальних закладів та корпоративних клієнтів. Для визначення її конкурентоспроможності використано методи SWOT-аналізу та порівняльного аналізу з основними конкурентами.

Конкурентоспроможність є комплексною категорією що формується під впливом низки факторів (зовнішніх та внутрішніх) та може підвищувати чи зменшувати її загальний рівень, виявляти сильні та слабкі сторони діяльності підприємства та його конкурентів.

Якщо зовнішні фактори лише створюють передумови для виходу підприємства на ринок то сукупність внутрішніх факторів визначають його здатність до довгострокового успішного функціонування. Аналіз цих чинників дозволяє розробити заходи і засоби, за рахунок яких підприємство може забезпечити свій успіх підвищити конкурентоспроможність та збільшити свою частку в продажах на конкретному товарному ринку.

Для оцінки конкурентних позицій компанії застосовано: SWOT-аналіз, який визначає сильні та слабкі сторони, а також зовнішні можливості та загрози. Порівняльний аналіз конкурентів, що включає оцінку цін, матеріалів, технологій, доступності продукції та рівня персоналізації. SWOT-аналіз компанії «Faina Forma» представлено в табл. 1

Таблиця 1

SWOT-аналіз компанії «Faina Forma»

Фактор	Опис
Сильні сторони	<ul style="list-style-type: none"> - власне виробництво в Україні (швидке виконання замовлень); - індивідуальний підхід та персоналізації дизайну ; - оптимальне співвідношення ціни та якості; - використання якісних синтетичних тканин
Слабкі сторони	<ul style="list-style-type: none"> - менша впізнаваність бренду порівняно з міжнародними компаніями; - обмежена присутність у роздрібній торгівлі; - відсутність масштабних рекламних кампаній
Можливості	<ul style="list-style-type: none"> - розширення співпраці зі спортивними клубами; - використання екологічних матеріалів для підвищення іміджу; - впровадження онлайн-конструктора для замовлення персоналізованої форми
Загрози	<ul style="list-style-type: none"> - конкуренція з міжнародними брендами; - дешевий імпорт спортивного одягу з Китаю та Туреччини; - зростання собівартості матеріалів через економічні фактори

Компанія «Faina Forma» орієнтується на виробництво спортивної форми для команд, використовуючи дихаючі синтетичні тканини та технологію сублимаційного друку. Основними конкурентами є міжнародні бренди Nike, Adidas, Puma, які виготовляють спортивний одяг, взуття та спортивну форму для командних видів спорту. Крім того вітчизняні виробники Gera Sport, Arti Sport, які зорієнтовані на задоволення вимог щодо індивідуального пошиву, та азійські постачальники які також представлені на ринку України. Порівняльний аналіз представлених конкурентів наведено в табл. 2.

Таблиця 2

Порівняльний аналіз виробників спортивної форми

Параметри	«Faina Forma»	Nike/Adidas/Puma	Gera Sport/Arty Sport	Китайські та Турецькі виробники
Якість матеріалів	Висока (дихаючі синтетичні тканини)	Дуже висока (інноваційні технології)	Середня (традиційні матеріали)	Низька (економні матеріали)
Ціновий діапазон (комплект форми, грн)	1500-2500	3500-6000	1800-3000	800-1500
Доступність продукції	Виготовлення під замовлення	Готова продукція у магазинах	Обмежений вибір, здебільшого через дилерів	Масове виробництво, широке представництво
Персоналізації форми	Повна (дизайн, логотип, кольори)	Часткова (обмежені моделі)	Часткова	Мінімальна
Швидкість виконання замовлення	Висока (10-14 днів)	Середня (до 30 днів)	Висока (10-14 днів)	Висока (7-14 днів)

Проаналізувавши слабкі та сильні сторони компанії «Faina Forma», а також можливості конкурентів присутніх на ринку України, а саме: якість використаних матеріалів, застосування сучасних технологій виготовлення спортивного одягу, доступність продукції та ціновий діапазон, можна зробити висновки щодо переваг та недоліків представленої компанії (табл. 3).

Переваги та недоліка компанії «Faina Forma»

Переваги	Недоліки
<ul style="list-style-type: none"> - конкурентоспроможна ціна у порівнянні з міжнародними брендами; - гнучкість у виконанні замовлень та можливість повної персоналізації форми; - використання якісних матеріалів для комфорту та довговічності форми; - виготовлення продукції в Україні, що забезпечує швидкі терміни виконання 	<ul style="list-style-type: none"> - низький рівень упізнаваності бренду у порівнянні з міжнародними виробниками; - відсутність розгалуженої роздрібною мережі; - необхідність активнішого маркетингового просування

Отже, компанія «Faina Forma» є конкурентоспроможним українським виробником спортивної форми завдяки доступним цінам, гнучкості у виробництві та високій якості продукції. Проте для посилення позиції на ринку необхідно:

1. Підвищити впізнаваність бренду через активні рекламні кампанії та співпрацю зі спортивними клубами.

2. Розширити дистрибуцію-вийти у великі спортивні роздрібні мережі.

3. Залучити інноваційні технології-створення онлайн-конструктора для персоналізованих замовлень.

4. Посилити маркетингову активність-активніше просувати компанію через соціальні мережі, спортивні події та партнерства.

Завдяки реалізації цих заходів компанія зможе ефективно конкурувати на ринку та розширити свою клієнтську базу.

Список використаних джерел:

1. Тарнавська Н. П. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теорія, методологія, практика: монографія Тернопіль: Економічна думка, 2008. 570 с.

2. Вертелева О. С. Фактори міжнародної конкурентоспроможності України *Вісник Київського національного торговельно-економічного університету*. 2016. №3. С. 33-48.

3. Должанський І. З., Загорне Т. О. Конкурентоспроможність підприємства : навч. посібник. Київ : Центр навчальної літератури, 2006. 384 с.

4. Кошельок Г. В. Царьов О. С. Фактори, що впливають на конкурентоспроможність підприємства. <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2019/12/213.pdf>