



**Секція 2**  
**СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ТА ПРАВОВІ АСПЕКТИ**  
**ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ І ГЛОБАЛІЗАЦІЇ БІЗНЕСУ**

**ОПТИМІЗАЦІЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ**  
**АГРОПРОДУКЦІЇ ПРИ ЄВРОПЕЙСЬКІЙ ІНТЕГРАЦІЇ**  
**УКРАЇНИ**

**Бездітко Р.О.**, здоб. ОС «бакалавр»  
Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **О.А. Богданович**  
Державний біотехнологічний університет

У контексті сучасних глобальних тенденцій, проблема оптимізації конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції стає настільки важливою, що її вирішення має критичне значення. Україна, як один із провідних світових експортерів сільськогосподарської продукції, стикається з новими викликами, пов'язаними з інтеграцією в європейський простір. Це вимагає від країни адаптації до високих стандартів якості та змін у торговельній стратегії, що призводить до підвищення конкуренції на міжнародних ринках.

Вирішення цих викликів передбачає активне використання лідерського потенціалу українського аграрного сектору, але це ускладнюється недостатньою ефективністю та конкурентоспроможністю сільськогосподарської галузі порівняно з країнами, які мають розвинений аграрний сектор.

Маючи значний потенціал для експорту, українська сільськогосподарська галузь стикається з перешкодами, які обмежують її розвиток на міжнародних ринках, основними з яких є низький рівень конкурентоспроможності на європейському просторі.

Функції управління конкурентоспроможністю агропродукції охоплюють такі аспекти: розробка, планування виробництва та маркетингу продукту; оптимізація організаційної структури управління, забезпечення ресурсами, управління виробництвом і збутом; аналіз факторів, що впливають на конкурентоспроможність; мотивація персоналу та партнерів; контроль якості управлінських

рішень, виробництва та ресурсів, виконання рішень та моніторинг рівня конкурентоспроможності [2].

В рамках досягнення високої конкурентоспроможності у сільському господарстві можна вважати виробництво продуктів, таких як м'ясо птиці, яйця, молоко та його похідні, свинина, овочі, мед та картопля. У той же час, виробництво яловичини, цукру, морепродуктів та льону демонструє обмежені можливості для досягнення такого рівня конкурентоспроможності [4].

Ключовим аспектом конкурентоспроможності українських аграрних підприємств на європейському ринку є якість продукції. Це передбачає застосування сучасних методів управління якістю, контроль якості від початкових матеріалів до виведення на ринок, технологічні інновації та маркетингові стратегії.

Підвищення продуктивності у сільському господарстві є важливим фактором для змагання на європейському ринку. Це означає, що українським фермерам потрібно зосередитися на зростанні врожайності та ефективності виробництва у тваринництві і рослинництві.

Удосконалення технологічного процесу та впровадження інноваційних рішень є ключовими для збільшення продуктивності в сільському господарстві. Для забезпечення конкурентоспроможності необхідно активно розвивати і впроваджувати нові технології у виробництві.

Для підвищення конкурентоспроможності українських сільгосппродуктів на міжнародних ринках важливо використовувати високопродуктивні сорти рослин і породи тварин та інноваційні методи вирощування. Це допомагає знизити собівартість продукції та підвищити її конкурентоздатність. Для досягнення цієї мети необхідно впроваджувати нові технології, оновлювати технічну базу, раціонально використовувати ресурси і збільшувати обсяги виробництва. Важливо також розширювати переробку сільгосппродукції для збільшення експортного потенціалу та додаткової вартості продукції. Переробка дозволяє ефективно використовувати побічні продукти, зменшує відходи та пом'якшує вплив сезонності на виробництво.

Зростання конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції та аграрних підприємств на європейському аграрному ринку залежить від комплексу заходів, які включають не лише державне регулювання, але й стратегічне управління менеджерів та експертів галузі. Сучасна аграрна економіка визначається як "ринку покупця", що переповнений стандартизованими продуктами та функціонує в

умовах жорсткої конкуренції між учасниками ланцюга виробництва та реалізації. Основною метою державного регулювання є гармонізація маркетингових стратегій вітчизняних сільськогосподарських підприємств з їх ресурсним потенціалом, вимогами споживачів та ефективним використанням конкурентних переваг на європейському аграрному ринку [3].

Конкурентоспроможність можна розглядати як здатність об'єктів успішно займати визначену позицію на ринку. Вона відображає ступінь відповідності об'єктів потребам ринку: співвідношення пропозиції та попиту, здатності підприємств в забезпеченні конкурентних переваг згідно економічному та соціальному контексту країн. Гарантування відповідного рівня конкурентоздатності можливе лише шляхом радикальних змін у господарській діяльності та досягненням високої ефективності виробництва та якості продукції. Згідно цих змін для України відкриваються можливості успішної адаптації до європейського та світового ринків або ж загрози збереження кризового стану в сільському господарстві та агропромисловому комплексі загалом, що може вплинути на продовольчу безпеку країни [1].

Головною метою керування конкурентоспроможністю сільськогосподарської продукції в контексті євроінтеграційних стратегій України є розробка стратегій підвищення конкурентоспроможності товарів на ринку Європейського Союзу. Виявлено, що ключові зусилля слід спрямовувати на оптимізацію управління конкурентоспроможністю тих видів продукції, які мають потенціал для успішного конкурування на європейському ринку. Стратегічним завданням повинно бути досягнення такого рівня конкурентоспроможності, який дозволить успішно проникнути на європейські та інші регіональні ринки.

#### **Інформаційні джерела**

1. Нечипоренко В.В. Управління конкурентоспроможністю на аграрному ринку України. 2019. URL: <https://repo.snau.edu.ua/bitstream/123456789/6912/1.pdf>
2. Гринько Т.В., Гвініашвілі Т. З., Гамерська І.С. Управління конкурентоспроможністю сільськогосподарської продукції в умовах Європейської інтеграції України. 2023. Вип. 56. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/download/3012/2934>
3. Постол А.А., Собченко А.Н. Регулювання конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції вітчизняних аграрних підприємств в умовах євроінтеграції. 2015. Вип. 10. Ч. 4. С. 50-53. URL: [http://www.ej.kherson.ua/journal/economic\\_10/160.pdf](http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_10/160.pdf)

4. Невлад В. Ф. Конкурентоспроможність сільськогосподарської продукції та продуктів її переробки в умовах євроінтеграційних процесів. Збірник наукових праць Уманського НУС. Серія Економіка. 2018. Вип. 92. Ч. 2. С. 107-116. URL: <https://journal.udau.edu.ua/assets/files/92/Ekon/10.pdf>

## **БІЗНЕС-МОДЕЛЬ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ІНСТРУМЕНТ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ**

**Данілова Ю.О.**, здоб. ОС «бакалавр»  
Науковий керівник – канд. екон. наук, проф. **О.А. Круглова**  
Державний біотехнологічний університет

Розвиток підприємства пов'язаний із впровадженням засад стратегічного управління, суть якого полягає у тому, що рішення щодо діяльності у поточних умовах обґрунтовуються з урахуванням того, які позиції займатиме підприємство у майбутньому. Орієнтація на майбутнє підприємства – ключова характеристика, дотримання якої дозволяє визначити особливості стратегічного та оперативного управління. Так, наприклад, в рамках оперативного управління метою діяльності підприємства є отримання прибутку, рішення приймаються на середньостроковий та короткостроковий періоди, основними критеріями ефективності діяльності підприємства є прибутковість та раціональність використання ресурсів. Щодо стратегічного управління, то цільовим орієнтиром є розвиток підприємства, результати прийнятих рішень носять довгостроковий характер, критеріями успішності діяльності є швидкість адаптації підприємства відповідно змін зовнішнього середовища.

Стратегічне та оперативне управління знаходиться у взаємозв'язку через механізм трансформації стратегічних рішень у плани середньострокового та короткострокового періодів реалізації, формування системи стимулювання працівників за рівнями управління та підрозділами підприємства. Одним із інструментів стратегічного управління підприємством, що дозволяє ув'язати стратегічні цілі розвитку підприємства та способи їх реалізації, є формування бізнес-моделі. Зміст бізнес-моделі становить опис того, яка цінність створюється підприємством, для кого та як вона створюється. Враховуючи це бізнес-модель – інструмент, який може бути використаний не тільки для опису цінності підприємства в цілому, а також для опису цінності щодо окремого бізнес-напрямку, проекту, продукції (послуги). Для того, щоб використовувати інструмент