

8. World Bank. Ukraine's renewable energy sector investment forecast. URL: <https://www.worldbank.org/en/news/feature/2024/11/20/ukraine-renewable-energy-sector-investment-forecast> (date of application: February 15, 2025).

9. Кабінет Міністрів України. Політика розвитку відновлюваної енергетики. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/pro-skhvalennya-energetichnoyi-strategiyi-ukrayini-na-period-do-2035-roku> (дата звернення: 15.02.2025).

10. National Renewable Energy Laboratory (NREL). Future projections for renewable energy in Ukraine. URL: <https://www.nrel.gov/international/ukraine-renewable-energy-projections.html> (date of application: February 15, 2025).

11. Європейська комісія. Енергетична підтримка ЄС для України. URL: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_24_6501 (дата звернення: 15.02.2025).

12. International Energy Agency (IEA). Ukraine's Energy Future: Decarbonization and Security. URL: <https://www.iea.org/reports/ukraine-energy-future-decarbonization-and-security> (date of application: February 15, 2025).

13. Center for Strategic and International Studies (CSIS). Opportunities and Challenges for Renewable Energy Generation in Ukraine. URL: <https://www.csis.org/analysis/opportunities-and-challenges-renewable-energy-generation-ukraine> (date of application: February 15, 2025).

УДОСКОНАЛЕННЯ КОНКУРЕНТНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА: КЛЮЧОВІ ЧИННИКИ

Глушко В.Г., здобувач вищої освіти*,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна
Ханін Д.М., здобувач вищої освіти,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Конкурентоспроможність підприємства визначається його здатністю ефективно використовувати власний потенціал для випередження конкурентів як у теперішньому часі, так і в майбутньому. Це поняття не є сталою характеристикою, оскільки під впливом змін у зовнішньому та внутрішньому середовищі відбувається трансформація конкурентних переваг у порівнянні з іншими компаніями галузі. Таким чином, конкурентоспроможність можна вважати відносним показником, який оцінюється через порівняння характеристик конкретного підприємства із характеристиками його конкурентів у тій самій сфері діяльності.

* Науковий керівник – Подольська О.В., к.е.н., доцент

Процес підвищення конкурентоспроможності слід сприймати як стратегічно важливий і довготривалий пошук рішень у всіх аспектах діяльності підприємства. Цей процес має бути синхронізований із загальною стратегією довгострокового розвитку підприємства, враховувати вплив змін у зовнішньому середовищі, стан підприємства та передбачати гнучкість у коригуванні управлінських рішень.

До організаційних заходів, спрямованих на зміцнення конкурентних позицій підприємства, належать наступні [1]:

- аналіз переваг продукції у порівнянні з товарами-замінниками;
- виявлення слабких сторін аналогічної продукції конкурентів;
- використання цінових чинників для підвищення привабливості продукції;
- розробка нових напрямів застосування продукції;
- створення унікальних характеристик продукту, які формують стійкі вигоди для споживачів;
- цілеспрямований вплив на споживача, зокрема через обмеження доступу нових товарів на ринок;
- активна рекламна діяльність.

Загалом, формування конкурентних переваг вимагає системного підходу, орієнтованого на адаптацію до динамічних змін ринку та потреб споживачів.

Зростання конкурентоспроможності підприємства та збільшення його ринкової частки може бути досягнуто за допомогою різноманітних стратегій. Серед основних методів виділяють: впровадження нових видів продукції на ринок; зниження вартості товарів чи послуг; створення привабливого іміджу продукції через рекламу; а також розширення мережі торговельних представників.

Ефективність ресурсів як основа конкурентоспроможності напряму залежить від рівня менеджменту компанії. Навіть за однакового ресурсного потенціалу перевага буде на боці тієї організації, яка впроваджує більш дієві управлінські рішення. Постійний пошук інновацій та оптимізації у різних аспектах діяльності підприємства створює основу для підвищення ефективності використання наявних ресурсів [2].

Для збереження конкурентоспроможності підприємство повинно мати доступ до точної інформації та вміти ефективно її використовувати. Особливе значення мають кваліфікація, навички та таланти працівників, а також їхня обізнаність у сучасних тенденціях ринку.

Фактори впливу на конкурентоспроможність підприємства формують здатність конкурувати на конкретному ринку, визначається якістю продукції та економічними ресурсами підприємства. На рівень конкурентоспроможності також впливають [3-5]:

- впровадження передових науково-технічних розробок;
- вдосконалення технологій збуту;
- використання сучасних автоматизованих систем продажу;
- розширення асортименту продукції;
- впровадження нових винаходів і відкриттів [3].

Гарантією високого рівня конкурентоспроможності є забезпечення продуктивності та прибутковості ресурсів, що використовуються компанією, на вищому рівні, ніж у конкурентів. Це дозволяє підприємству займати стабільні позиції на ринку, формувати постійний споживчий попит на продукцію та послуги.

Ключову роль у цьому процесі відіграє здатність керівництва відстежувати зміни у бізнес-середовищі, оперативно вносити корективи до виробничої стратегії, політики збуту та управління бізнесом загалом. Розуміти ключові внутрішні переваги конкурентоспроможного підприємства. Адже для забезпечення конкурентоспроможності підприємство повинно володіти низкою важливих внутрішніх переваг [3-5]:

- конкурентоспроможність продукції, продукція має відповідати сучасним вимогам ринку, бути привабливою для споживачів завдяки високій якості, функціональності та конкурентній ціні;

- стабільний фінансовий стан, це передбачає наявність стійких фінансових показників, ефективне управління фінансовими ресурсами, забезпечення ліквідності та прибутковості;

- ефективність маркетингової діяльності, досягнення успіху в маркетингу вимагає активного просування продукції, здатності визначати потреби споживачів та адаптації маркетингових стратегій під ці потреби;

- рентабельність продажів, підприємство має забезпечувати високу маржинальність своєї продукції через раціональне управління витратами, що сприятиме рентабельності реалізації товарів і послуг;

- імідж компанії, формування позитивного іміджу на ринку включає створення гарної репутації, здобуття довіри споживачів і партнерів, а також привабливість для потенційних співробітників та інвесторів;

- ефективність менеджменту, професійне управління підприємством передбачає прийняття стратегічних і оперативних рішень на високому рівні, здатність реалізовувати визначені цілі та задачі.

Сучасний підхід до розробки конкурентної стратегії підприємства має базуватися на засадах стратегічного управління. Це пояснюється тим, що вибір оптимальної стратегії супроводжується певними специфічними особливостями, які залежать від рівня розвитку професійних навичок та компетенції топ-менеджерів.

Окрім цього, конкурентна стратегія формується з урахуванням динаміки розвитку ринкової ситуації у визначений період. Це передбачає, наскільки швидко компанія здатна адаптуватися до змін у структурі зовнішнього середовища, використовувати власні конкурентні переваги, а також наскільки обізнані керівники у сфері стратегічного прийняття рішень.

Таким чином, ефективна конкурентна стратегія вимагає поєднання адаптивності, стратегічного мислення та управлінської компетентності для успішного функціонування підприємства в умовах мінливого ринкового середовища.

Література:

1. Готь О.Я., Бондаренко С.М. Стратегія підприємства як чинник його конкурентоспроможності. *Електронний журнал «Ефективна економіка»*. 2017. № 6. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5660>
2. Коваленко А.О. Стратегічне планування сталого розвитку України. Київ : ПрофКнига, 2018. 160 с.
3. Porter M.E. How Competitive Forces Shape Strategy. URL: <https://hbr.org/1979/03/how-competitive-forces-shape-strategy> (date of application: February 15, 2025).
4. Bert G., Desmidt S.A State of Research on Strategic Management in the Public Sector: An Analysis of the Empirical Evidence. In *Strategic Management in Public Organizations: European Practices and Perspectives* / ed. by P. Joyce, A. Drumaux. New York: Routledge, 2019, pp. 151-172.
5. Carola W., Floyd S.W. Strategic Planning Research: Toward a Theory-Driven Agenda. *Journal of Management*, 2017, no. 43(6), pp. 1754-1788.

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ МАЛИХ АГРАРНИХ ФОРМУВАНЬ

Горбатюк О.В., кандидат економічних наук, доцент,
Хмельницький національний університет, м. Хмельницький, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-2450-6140>

Розвиток малих аграрних формувань відіграє важливу роль в національному господарстві України. Малі аграрні формування