

Сисоліна Н.П.,

к.е.н., доцент,

Давидейко І.Р.,

здобувач вищої освіти за рівнем магістр

Центральноукраїнський національний технічний університет, м.

Кропивницький, Україна

КОМПЛЕКСНИЙ ПІДХІД ДО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА: ВІД ІДЕЇ ДО РЕАЛІЗАЦІЇ

Конкурентоспроможність підприємства досягається складним процесом, що включає стратегічне планування та позиціонування, ефективні управління виробництвом та операційною діяльністю, маркетинг та взаємодія з клієнтами, зусилля спрямовані на інноваційний розвиток, зокрема розвиток людського капіталу, а також корпоративної культури.

Спочатку важливим є чітке визначення місії та бачення, тобто формулювання основної мети існування підприємства та його бажаного майбутнього стану на ринку. Аналіз ринку та конкурентного середовища (SWOT, PESTEL) передбачає глибоке вивчення зовнішніх та внутрішніх факторів, що впливають на діяльність, це необхідно для виявлення можливостей, загроз, сильних та слабких сторін. Вибір конкурентної стратегії відбувається обранням шляху досягнення переваги (це і цінове лідерство, і диференціація, і фокусування) з урахуванням специфіки ринку та ресурсів підприємства. Найважливішим етапом є розробка унікальної ціннісної пропозиції, а саме формування того, що відрізняє підприємство від конкурентів і створює виняткову цінність для споживача. Без оптимізації бізнес-процесів підприємству не вижити в умовах сучасної конкуренції, тому необхідно приділяти

увагу вдосконаленню внутрішніх операцій для підвищення ефективності, зниженню витрат та прискоренню виведення продукту на ринок (Lean, Kaizen).

Управління якістю (ISO) також одна з вимог сучасного світу, що досягається через впровадження систем контролю якості на всіх етапах виробництва та надання послуг для забезпечення високих стандартів продукції. Логістика, або управління ланцюгами поставок розглядається як оптимізація взаємодії з постачальниками та дистриб'юторами для забезпечення безперебійності, гнучкості та економічності поставок. Енергоефективність та екологічна відповідальність актуальні питання сьогодення впроваджуються за рахунок Зниження споживання ресурсів та мінімізація негативного впливу на довкілля як фактор конкурентної переваги.

Інноваційний розвиток та технологічна перевага може відбуватися завдяки: стимулюванню інновацій та R&D, тобто створення умов для постійного пошуку та впровадження нових продуктів, послуг, технологій та бізнес-моделей; цифрової трансформації як впровадження сучасних ІТ-рішень (автоматизація процесів, аналіз великих даних, штучний інтелект) для оптимізації виробництва, маркетингу та управління; захисту інтелектуальної власності, це і патентування, реєстрація торгових марок для збереження унікальних розробок та запобігання копіюванню; залученню та утриманню талановитих співробітників через формування привабливого бренду роботодавця, конкурентної системи мотивації та розвитку персоналу. Для цього потрібно навчання та розвиток компетенцій, а саме постійне підвищення кваліфікації співробітників, розвиток нових навичок, що відповідають вимогам ринку. Важливим є і формування сильної корпоративної культури завдяки створенню сприятливого середовища, що заохочує ініціативу, співпрацю, інновації та орієнтацію на результат. Конкурентоспроможність підприємства також передбачає: Побудову сильного бренду за допомогою формування впізнаваного образу, довіри та лояльності споживачів через ефективні маркетингові комунікації; Клієнтоорієнтованість як розуміння потреб та очікувань споживачів, надання

високоякісного сервісу та індивідуалізованих рішень; Використання сучасних маркетингових інструментів, а саме цифровий маркетинг, SMM, контент-маркетинг для ефективного просування продукції та взаємодії з цільовою аудиторією; Аналіз зворотного зв'язку, тобто систематичний збір та аналіз відгуків клієнтів для постійного вдосконалення продуктів та послуг. Таким чином, саме комплексний підхід сприятиме підвищенню конкурентоспроможності підприємства.

Сільченко В.В.

здобувач третього (науково-освітнього) рівня вищої освіти
ступеня доктора філософії
Херсонський державний аграрно-економічний університет

СУЧАСНЕ ТРАКТУВАННЯ ТА ПРОБЛЕМИ ВИЗНАЧЕННЯ КАТЕГОРІЇ «МАЛИЙ АГРОБІЗНЕС» В УКРАЇНІ

Питання чіткого формулювання сутності та здійснення класифікації суб'єктів, що здійснюють свою діяльність у сфері агробізнесу, набуває особливої актуальності в сучасних економічних умовах України. Це зумовлено тим, що на сьогоднішній день спостерігається певна неоднозначність у підходах до трактування ключових понять, таких як "агробізнес" та "малий агробізнес". Така розбіжність у розумінні термінів створює перешкоди для формування цілісного уявлення про специфіку функціонування господарств, а також ускладнює розробку та впровадження ефективних заходів державної підтримки та регулювання в аграрному секторі економіки. Агробізнес відіграє надзвичайно важливу роль у забезпеченні стабільного розвитку національної економіки України. Зокрема, він є ключовим фактором у гарантуванні продовольчої безпеки держави, забезпечуючи населення основними видами сільськогосподарської продукції та продовольства.