МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ПОЛТАВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

МАТЕРІАЛИ
студентської наукової конференції

15-16 травня 2023 року

Том І

Полтава

Редакційна колегія:

Олег Горб, проректор з науково-педагогічної, наукової роботи, доцент;

Станіслав Ковальчук, голова Ради молодих вчених, професор кафедри будівництва та професійної освіти, доцент;

Ілона Яснолоб, начальник науково-дослідного сектору, доцент кафедри підприємництва і права, доцент;

Світлана Козина, завідувач відділу з питань інтелектуальної власності;

Олександра Біловод, декан інженерно-технологічного факультету, доцент;

Людмила Дорогань-Писаренко, декан факультету обліку та фінансів, професор;

Сергій Кулинич, декан факультету ветеринарної медицини, професор;

Микола Маренич, директор навчально-наукового інституту агротехнологій, селекції та екології, професор;

Алла Світлична, директор навчально-наукового інституту економіки, управління, права та інформаційних технологій, доцент;

Анатолій Шостя, декан факультету технології виробництва та переробки продукції тваринництва, старший науковий співробітник;

Віктор Радочін, начальник редакційно-видавничого відділу.

Відповідальність за зміст і редакцію матеріалів несуть автори та наукові керівники.

Матеріали студентської наукової конференції Полтавського державного аграрного університету, 15-16 травня 2023 року. Том І. – Полтава: РВВ ПДАУ, 2023. – 206 с.

© Полтавський державний аграрний університет (ПДАУ)
© 2023

ОЦІНКА КОНКУРЕНТНОГО СТАТУСУ ПІДПРИЄМСТВА НА РИНКУ

В. О. Макеров., І. М. Адаменко
noomdertiom@gmail.com

Науковий керівник:
О. В. Єгорова, к. е. н., доц.

Оцінка конкурентного статусу підприємства на ринку є важливим завданням для будь-якого бізнесу, який прагне зберегти або покращити свої ринкові позиції. Цей процес включає в себе оцінку сильних і слабких сторін, можливостей і загроз бізнесу, аналіз його ринкової позиції, а також порівняльний аналіз результатів діяльності з показниками конкурентів.

Конкуренція будучи найважливішою ланкою системи ринкового господарства виражає сутність ринкових відносин. Термін «конкуренція» (з лат. concurrentia) означає: змагання, суперництво. [1]

Конкурентоспроможність – це здатність об'єкта задовольняти певну потребу у порівнянні з аналогічними об'єктами, представленими на даному ринку. Конкурентоспроможність визначає здатність витримувати конкуренцію у порівнянні з аналогічними об'єктами [2].

Одним із важливих кроків в оцінці конкурентного статусу підприємства є проведення ретельного аналізу ринку. Метою такого аналізу є визначення можливостей та загроз, з якими підприємство стикається на ринку, а також розуміння факторів, що впливають на його конкурентну позицію. Це виявляє ключових гравців у галузі, розуміння демографічних характеристик цільового ринку та оцінку загальних ринкових тенденцій. Проаналізувавши ці фактори, бізнес може отримати уявлення про конкуренцію та визначити сфери, в яких він може покращити свої конкурентні переваги.

Іншим важливим аспектом оцінки конкурентного статусу підприємства є оцінка його продукції та послуг. Це передбачає оцінку якості, ціни та особливостей пропозицій компанії порівняно з пропозиціями її конкурентів. Зрозумівши, як продукти та послуги витримують конкуренцію, підприємства можуть визначити сфери, в яких вони можуть диференціювати себе та отримати конкурентну перевагу. На додаток до аналізу продуктів і ринку, оцінка конкурентного статусу підприємства також включає оцінку його внутрішніх можливостей. Це включає оцінку фінансових ресурсів компанії, управлінської команди та операційної ефективності. Аналізуючи ці фактори, бізнес може визначити сфери, в яких він може покращити свою діяльність та отримати конкурентну перевагу.

При оцінці конкурентного статусу підприємства також важливо оцінити задоволеність і лояльність клієнтів. Відгуки клієнтів можуть надати цінну інформацію про сильні та слабкі сторони компанії та допомогти визначити сфери для вдосконалення. Задовольняючи потреби та проблеми клієнтів, бізнес може підвищити їхню лояльність та отримати конкурентну перевагу.

Іншим важливим кроком в оцінці конкурентного статусу підприємства є розробка конкурентної стратегії. Це передбачає визначення ключових факторів

успіху підприємства та розробку стратегії для використання його сильних сторін і можливостей, а також пом'якшення його слабких сторін і загроз. Конкурентна стратегія має бути узгоджена із загальною бізнес-стратегією підприємства і спрямована на створення стійкої конкурентної переваги на ринку [3].

Нарешті, компанії повинні постійно відстежувати своїх конкурентів. Аналізуючи їх дії, бізнес може залишатися на крок попереду і швидко реагувати на зміни на ринку. Це передбачає моніторинг цінової політики конкурентів, маркетингових стратегій, товарних пропозицій та обслуговування клієнтів.

Отже, оцінка конкурентного статусу підприємства на ринку – це багатогранний процес, який передбачає аналіз різних факторів, включаючи ринок, продукти та послуги, внутрішні можливості, задоволеність клієнтів та конкурентів. Провівши ретельний аналіз цих факторів, підприємства можуть визначити сфери, в яких вони можуть підвищити свою конкурентоспроможність і отримати конкурентну перевагу на ринку.

Список використаних джерел:

1. Дмитрієв І.А., Кирчата І.М., Шершенюк О.М. Конкурентоспроможність підприємства: навч. посібник. Харків : ФОП Бровін О.В., 2020. 340 с.

2. Кадирус І. Г. Конкурентоспроможність підприємства та фактори, що на неї впливають. *Ефективна економіка*. 2014. № 5. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2014_5_104.

3. Цибульська Е. І. Конкурентоспроможність підприємства : навч. посібник. Харків : НУА, 2018. 320 с. С. 146-157.

ІННОВАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ БІЗНЕСУ В ЦИФРОВІЙ ЕКОНОМІЦІ

С. В. Махно
serhii.makhno@st.pdaa.edu.ua

Науковий керівник:
Л. В. Бражник, к. е. н., доц.

Цифрові технології створюють важливі можливості для державного управління, бізнесу, науки, освіти та життя людей. Цифровізація змінила правила гри та принесла багато проблем і альтернативних рішень країнам, підприємствам і людям.

Підприємства в сучасних умовах стикаються з процесом цифрової трансформації, що призводить до повного перетворення вітчизняних підприємств на зовсім іншу структуру, яка допомагає новим гравцям на конкурентних ринках, заснованих на нових принципах економіки та управління, де домінують цифрові технології [1].

Якщо підвищення конкурентоспроможності в минулому базувалося на поступовому підвищенні ефективності та впровадженні найкращих галузевих практик, то розвиток цифрової економіки базується на між функціональних та міжгалузевих змінах у технологіях і бізнес-моделях.