

2. Дзевелюк М. В. Сервісна держава як функціональна модель сучасної держави. *Актуальні проблеми держави і права*. 2017. Вип. 78. С. 60-67.
3. Сервіс «Місцеві електронні петиції». URL: <https://petition.e-dem.ua>.
4. Сервіс «Громадський бюджет». URL: <https://budget.e-dem.ua/landing>.
5. Сервіс «Відкрите місто». URL: <https://opencity.e-dem.ua>.
6. Сервіс «Електронні консультації з громадськістю». URL: <https://consult.e-dem.ua>.
7. Центр надання адміністративних послуг «Прозорий офіс» (ЦНАП). URL: <https://www.vmr.gov.ua/Transparent>.
8. Швейцарсько-українська програма «Електронне урядування задля підзвітності влади та участі громади» (EGAP). URL: <https://egap.in.ua>.
9. Kononenko V., Yaremenko O., Konotopenko O., Lapshin S., Moisiakha A. Implementation of Automation Mechanisms in Public Administration in Ukraine: Analysis of Challenges and Prospects. *Data and Metadata*. 2024; 3:227. DOI: <https://doi.org/10.56294/dm2024.227>.

Котигорох Андрій Леонідович

здобувач ступеня вищої освіти магістр
Вінницького державного педагогічного університету
імені Михайла Коцюбинського

Супрун Світлана Дмитрівна

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри публічного управління та менеджменту
Вінницького державного педагогічного університету
імені Михайла Коцюбинського

ОСНОВНІ АСПЕКТИ ЕКОНОМІЧНОЇ СУТНОСТІ ТА ЗМІСТУ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

У сучасних умовах глобалізації та динамічного розвитку ринкових відносин питання забезпечення конкурентоспроможності підприємств набуває особливої актуальності. Це обумовлено зростаючою конкуренцією, швидкими технологічними змінами та необхідністю адаптації до мінливих умов ринку. Конкурентоспроможність підприємства визначає його здатність не лише утримувати позиції на ринку, але й розширювати свою присутність, нарощуючи прибутковість та зміцнюючи бренд. Вона залежить від стратегічного управління ресурсами, рівня інновацій, ефективності бізнес-процесів та маркетингових підходів. У цьому контексті формування ефективної стратегії конкурентоспроможності є ключовим завданням для кожного підприємства, оскільки саме вона дозволяє забезпечити довгостроковий успіх і стійке зростання в умовах жорсткої конкуренції.

Економічна сутність конкурентоспроможності підприємства – це його здатність створювати, просувати та реалізовувати продукцію або послуги, які мають переваги перед аналогами на ринку. Це поняття включає не лише цінову політику, а й якість, інноваційний потенціал, здатність до швидкої адаптації та ефективність управління ресурсами.

Основними чинниками, що визначають конкурентоспроможність підприємства, є:

1. Якість продукції та послуг – відповідність вимогам споживачів, рівень технологічних розробок, стандартизація та сертифікація товарів.
2. Інноваційність – здатність підприємства розробляти нові продукти, вдосконалювати технологічні процеси, впроваджувати сучасні бізнес-моделі.
3. Цінова конкурентоспроможність – оптимізація витрат виробництва, зниження собівартості, ефективне ціноутворення.
4. Маркетингові стратегії – ефективні методи просування, позиціонування продукції, формування позитивного іміджу бренду.
5. Ефективність управління ресурсами – раціональне використання матеріальних, фінансових та людських ресурсів, стратегічне планування та контроль.
6. Адаптивність до ринкових змін – здатність підприємства реагувати на зміну споживчих уподобань, економічних умов, конкуренції та законодавчих вимог [1, с.38].

Конкурентоспроможність підприємства може бути оцінена за допомогою різних підходів та методик, які дозволяють визначити його сильні та слабкі сторони, а також знайти оптимальні стратегії для підвищення ефективності діяльності. Основними підходами до оцінки конкурентоспроможності є:

- Ресурсний підхід, який акцентує увагу на внутрішніх можливостях підприємства;
- Підхід, орієнтований на ринок, що аналізує зовнішнє середовище;
- Інтегрований підхід, який поєднує внутрішні та зовнішні фактори впливу [3, с.262].

Процес формування стратегії конкурентоспроможності підприємства включає кілька ключових етапів, кожен з яких має вирішальне значення для досягнення стійких конкурентних переваг таких як:

1. Аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища – включає дослідження ринкової ситуації, оцінку конкурентів, аналіз споживчих тенденцій, економічних факторів та технологічних змін. Внутрішній аналіз охоплює оцінку фінансового стану підприємства, його виробничих потужностей, кадрового потенціалу та інноваційного рівня.
2. Визначення стратегічних цілей – передбачає постановку чітких, вимірюваних і досяжних цілей відповідно до місії та бачення підприємства. Цілі можуть включати зростання частки ринку, розширення асортименту продукції, вихід на нові ринки або підвищення ефективності бізнес-процесів.

3. Розробка стратегічних альтернатив – розглядаються можливі варіанти досягнення конкурентних переваг, зокрема:

4. Стратегія диференціації – створення унікальної продукції або послуг, що відрізняються від конкурентів.

5. Стратегія лідерства за витратами – зниження собівартості та встановлення конкурентних цін.

6. Стратегія фокусування – зосередження на певному сегменті ринку або вузькоспеціалізованих товарах/послугах.

7. Оцінка та вибір оптимальної стратегії – передбачає застосування методів стратегічного аналізу (SWOT-аналізу, матриці BCG, аналізу конкурентних сил Портера) для визначення найефективнішого напрямку розвитку.

8. Реалізація стратегії – включає розробку конкретних заходів, мобілізацію ресурсів, створення організаційних структур, впровадження технологічних інновацій та маркетингових кампаній.

9. Моніторинг та коригування – постійний контроль ефективності стратегії, використання KPI (ключових показників ефективності), аналіз ринкових змін та внесення коригувань для забезпечення стійкої конкурентоспроможності [2, с.52].

Для визначення рівня конкурентоспроможності підприємства використовуються такі методи як SWOT-аналіз (оцінка сильних і слабких сторін, можливостей і загроз); Метод конкурентних сил Портера (аналіз п'яти ринкових сил); BCG-матриця (визначення перспективності продуктового портфеля); PEST-аналіз (аналіз макроекономічних факторів).

Отже, формування стратегії конкурентоспроможності підприємства є багатоступінчастим процесом, що вимагає комплексного підходу, глибокого аналізу та оперативного реагування на ринкові зміни. Важливим аспектом є інтеграція внутрішніх ресурсів із зовнішніми можливостями ринку, що передбачає гармонійне поєднання фінансових, технологічних, кадрових та маркетингових чинників. Використання сучасних методів стратегічного аналізу, таких як SWOT-аналіз, PEST-аналіз, модель Портера та BCG-матриця, дозволяє не лише оцінити поточний стан підприємства, а й розробити ефективну стратегію його розвитку. Гнучкість у прийнятті управлінських рішень та здатність до швидкої адаптації є ключовими факторами забезпечення довгострокової конкурентоспроможності в умовах нестабільного ринкового середовища.

Список використаних джерел

1. Ілляшенко С. М. Інноваційний розвиток: маркетинг і менеджмент знань : монографія. Суми : Діса плюс, 2016. 192 с.

2. Малюкіна А. О. Конкурентні переваги використання менеджменту знань у міжнародних компаніях. *Економіка та суспільство*, (49). 2023. С. 49 – 54.

3. Токмикова І. В., Войтов І. М., Діденко Я. В. Розвиток технологій управління знаннями на підприємствах. *Менеджмент і маркетинг. Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2017. № 60. С. 258–264.

Краковська Анжеліка Євгеніївна

кандидат юридичних наук, доцент,

доцент кафедри господарського та адміністративного права

Донецького національного університету імені Василя Стуса

ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ АНТИКОРУПЦІЙНОГО КОМПЛАЄНСУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

В сучасних умовах цифровізації, воєнного стану та євроінтеграції антикорупційний комплаєнс та його правове регулювання має актуальне значення. В умовах воєнного стану та на шляху до повноправного членства в ЄС від прозорості діяльності українського бізнесу, органів державної влади та місцевого самоврядування, дотримання принципів сталого розвитку, норм законів та впровадження ESG-стратегій залежать як поточні, так і майбутні інвестиції у країну/галузі/компанії, наше членство у Європейському Союзі, участь компаній у відновленні України.

Всі ці та інші аспекти пов'язані і з правовим регулюванням відповідних питань. Такі поняття як антикорупційна політика, антикорупційна стратегія, антикорупційна програма та інші, давно відомі в Україні та в суспільстві, і пов'язані із боротьбою з таким негативним явищем як корупція. Розробка, затвердження та виконання будь-яких антикорупційних правил, програм, заходів має відбуватись на підставі норм національного та міжнародного права. З огляду на це, а також на те, що відповідно до законодавства багатьох країн ЄС та світу, передбачено відповідальність за корупційні дії, що вчинені як на території відповідної держави, так і за її межами, - правове регулювання попередження корупції та антикорупційного комплаєнсу можна розглядати як сукупність відповідних норм/правил, що містяться в міжнародних актах, актах країн-членів ЄС та інших країн (і застосовуються до українських суб'єктів), а також в нормативно-правових актах України.

Слід зазначити, що українське антикорупційне законодавство розроблено відповідно до Конвенції ООН проти корупції [3], Кримінальної та Цивільної конвенцій Ради Європи про корупцію [6; 13], Додаткового протоколу до Кримінальної конвенції, а також Конвенції ОЕСР «Про боротьбу з підкупом посадових осіб іноземних держав при проведенні міжнародних ділових операцій» [4]. Остання Конвенція вперше встановила відповідальність за корупційні правопорушення, стала підґрунтям для Конвенції ООН проти корупції, яка, в свою чергу, зобов'язала країни-учасниці встановити в національному законодавстві кримінальну відповідальність за відмивання доходів, здобутих злочинним шляхом; зловживання службовим становищем; зловживання впливом (тиск, обіцянку надати перевагу тощо); незаконне збагачення державної посадової особи;