*Сердюк Владислав, магістрант*

# Сумський національний аграрний університет

**ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНОГО СТАТУСУ ПІДПРИЄМСТВА: КЛЮЧОВІ АСПЕКТИ ТА СТРАТЕГІЧНІ ПІДХОДИ**

У сучасних умовах невизначеності та турбулентності ключовою складовою успішної діяльності підприємства є формування конкурентного статусу [1]. Конкурентний статус відображає здатність підприємства створювати та утримувати конкурентні переваги, адаптуючись до змін у зовнішньому середовищі. Конкурентний статус підприємства – це багатовимірна характеристика, що включає аналіз ринкових позицій, інноваційного потенціалу, ефективності використання ресурсів, фінансової стійкості та репутації на ринку. Він формується під впливом як внутрішніх, так і зовнішніх факторів.

Для аналізу конкурентного статусу застосовуються методи кількісного та якісного оцінювання. Найбільш ефективними є SWOT-аналіз, матриця BCG, модель «п’яти сил» Портера, а також система збалансованих показників (BSC) [2].

Завдяки сучасним методам аналізу підприємства отримують детальне уявлення про свою позицію на ринку, що дозволяє їм приймати обґрунтовані стратегічні рішення [3].

**Підвищення конкурентного статусу підприємства** це безперервний процес, спрямований на посилення позицій компанії на ринку та забезпечення її стійкого розвитку [4]. Досягти цього можна за допомогою комплексу заходів, які охоплюють як внутрішні, так і зовнішні аспекти діяльності підприємства (рис.1). При обґрунтуванні конкурентного статусу необхідно враховувати і склад вимог, що пред'являються до вихідних даних. Ці дані повинні: бути достовірними; бути узгоджені, тобто в них і в показниках не повинно бути суперечливостей; однозначно трактуватися; відображати динаміку; підлягати кількісній оцінці; враховуватися лише ті дані, які необхідні і суттєві; бути вільними від дублювання.

Підвищення конкурентного статусу підприємства

Впливає

Забезпечує

Сприяє

* підвищення результатів виробництва;
* темпи науково-дослідних розробок;
* структуру виробництва і раціональний розподіл ресурсів
* найкраще використання основного і оборотного капіталу;
* економію сировини, палива, матеріалів, енергії;
* зростання ефективності виробництва
* найбільш повному задоволенню попиту;
* виходу підприємства на нові ринки і збільшенню обсягу продаж;
* формуванню гудвіл підприємства

Рисунок 1 - Можливі кінцеві результати від підвищення конкурентного статусу підприємства

Коли підприємство вже досягло певного рівня конкурентоспроможності, перед ним постає завдання не просто утримати позиції, а й продовжувати розвиватися та зміцнювати свою позицію на ринку.

Стратегічні підходи до формування конкурентного статусу підприємства, які враховують ключові аспекти управління та розвитку підприємства відображені на рисунку 2.

Рисунок 2. Стратегічні підходи до формування конкурентного статусу.

*\*Джерело: сформовано автором*

Формування конкурентного статусу підприємства базується на чотирьох ключових стратегічних підходах: диференціації, зниженні витрат, інноваційному розвитку та цифровізації бізнесу. Ці підходи забезпечують створення унікальних характеристик продукції, оптимізацію ресурсів, впровадження новітніх технологій та використання цифрових інструментів для підвищення ефективності й конкурентоспроможності. Дані підходи є комплексними інструментами, які дозволяють підприємству розвиватися, утримувати свої позиції на ринку та забезпечувати довгострокову конкурентоспроможність.

Отже, формування конкурентного статусу підприємства є складним і багатогранним процесом, що вимагає врахування численних факторів та використання сучасних інструментів управління. Використання запропонованих стратегічних підходів дозволить підприємствам посилити свої позиції на ринку, забезпечуючи стабільний розвиток в умовах глобальної конкуренції.

**Література**

1. Ігнатенко М. М., Леваєва Л. Ю., Астаф'єв А. О., Розовик О. Г. Управління конкурентоспроможністю аграрних підприємств в умовах війни. *Агросвіт*. 2024. № 7. С. 23–31. DOI: 10.32702/2306-6792.2024.7.23.
2. Сарай Н. Оцінка конкурентного статусу торговельного підприємства: аналітичний аспект. *Трансформаційна економіка*. 2023. №3. 40-44. URL: https://doi.org/10.32782/2786-8141/2023-3-7
3. Pylypenko Nadiia, Pylypenko Viacheslav. Sustainability of the competitive position of agricultural enterprise: evaluation and forecasting of possible scenarios. International Journal of Innovative Technologies in Economy. 2021. №2 (34). DOI: <https://doi.org/10.31435/rsglobal_ijite/30062021/7548>
4. Пилипенко Н. М., Прядка С. І. Конкурентоспроможність як чинник економічно-безпечного розвитку сільськогосподарського підприємства. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія: «Економічні науки».* 2019. №10.URL: <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2019-10-5256>