

тривалих відключень електроенергії, газопостачання та тепла. Це безпосередньо впливає на операційну діяльність підприємств: зупинка виробництва, втрати доходів, ризик виходу з ладу обладнання.

2. Загрози національній безпеці та економічній стабільності. Енергонезалежність підприємств — це складова енергетичної безпеки держави. Вразливість бізнесу до енергетичних шантажів збільшує ризики соціально-економічної дестабілізації.

3. Необхідність адаптації до нових умов. Трансформація бізнес-моделей: підприємства змушені шукати альтернативні джерела енергії (сонячні панелі, генератори, системи зберігання енергії). Фінансові виклики: Високі витрати на обладнання та впровадження рішень потребують спеціалізованих інструментів фінансування.

4. Державні та міжнародні ініціативи. Активно розвиваються програми фінансової підтримки.

5. Економічний потенціал та конкурентні переваги: підприємства, що інвестують у власну енергогенерацію, отримують скорочення витрат на енергоносії в довгостроковій перспективі, підвищення конкурентоспроможності на міжнародних ринках, створення нових бізнес-моделей (наприклад, продаж надлишків енергії).

6. Міжнародний контекст та досвід. Досвід ЄС з програми REPowerEU показує, що енергонезалежність можна досягти шляхом інвестування у відновлювані джерела та диверсифікацію. Україна може використати ці механізми, адаптувавши їх до умов воєнного стану.

Перелік використаних джерел:

1. В Україні почали працювати фінансові програми для підвищення енергонезалежності споживачів, зокрема 0% кредитування громадян для придбання енергообладнання. Міністерство енергетики України. URL: <https://mev.gov.ua/novyna/v-ukrayini-pochaly-pratsyuvaty-finansovi-prohramy-dlya-pidvyshchennya-enerhonezalezhnosti> (дата звернення 22.10.2025 р.).

2. Сонячні електростанції: доступні інструменти фінансування. Міжнародна група компаній KNESS Group. URL: <https://kness.energy/news/sonyachni-elektrostancii-dostupni-instrumenti-finansuvannya/> (дата звернення 22.10.2025 р.).

3. UNIMOT виходить на український енергоринок. Енерго джерела. URL: <https://enerhodzherela.com.ua/novyny> (дата звернення 22.10.2025 р.).

УДК 658.5

Калушка Віталій

студент групи ППм-51

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

Радинський Сергій

к.е.н., доцент кафедри економіки та фінансів

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «ВІКОНЕНКО»

У сучасних умовах глобалізації, динамічного розвитку технологій та постійних коливань кон'юнктури ринку питання забезпечення та підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства набуває особливої актуальності. Конкурентоспроможність продукції виступає ключовим індикатором ефективності функціонування суб'єкта господарювання, рівня його адаптивності до змін зовнішнього середовища та здатності забезпечувати стійке зростання в умовах кризових явищ і економіко-політичної нестабільності.

Стратегічне управління конкурентоспроможністю продукції орієнтоване на формування довгострокових переваг підприємства через поєднання інноваційних, організаційно-економічних, маркетингових та технологічних рішень. Його ефективність визначається узгодженістю внутрішніх процесів із викликами зовнішнього середовища, здатністю підприємства прогнозувати ринкові тенденції та гнучко реагувати на них.

Удосконалення системи управління конкурентоспроможністю продукції передбачає розроблення й реалізацію стратегічних напрямів, спрямованих на підвищення якості, інноваційності, ресурсної ефективності та клієнтоорієнтованості виробництва. Зазначене потребує впровадження сучасних методів стратегічного аналізу, цифрових інструментів управління, а також інтеграції принципів сталого розвитку у господарську діяльність підприємства.

Отже, дослідження стратегічних напрямів удосконалення управління конкурентоспроможністю продукції підприємства ТОВ «Віконенко» має важливе наукове та практичне значення, оскільки забезпечує формування системного підходу до підвищення ефективності виробництва, посилення ринкових позицій і забезпечення стійкого розвитку підприємства в довгостроковій перспективі.

Забезпечення конкурентних переваг продукції підприємства ТОВ «Віконенко» є багатофакторним процесом, при цьому вимагає системного підходу до управління всіма аспектами виробничо-господарської діяльності. Реалізація цього завдання передбачає комплексне застосування організаційних, економічних, маркетингових та управлінських інструментів, спрямованих на підвищення якості продукції, оптимізацію витрат, удосконалення структури асортименту та оперативне реагування на зміни ринкової кон'юнктури. Такий підхід забезпечує не лише збереження стабільних позицій підприємства у конкурентному середовищі, але й створює підґрунтя для довгострокового розвитку та інноваційного оновлення його діяльності.

В умовах постійної трансформації ринкового середовища, посилення технологічної конкуренції та зростання вимог споживачів ключового значення набуває формування ефективного механізму управління конкурентоспроможністю продукції, який враховує галузеві особливості, технологічний рівень виробництва та внутрішній потенціал підприємства. Такий механізм має ґрунтуватися на принципах стратегічного планування, адаптивного управління та безперервного вдосконалення, що передбачає інтеграцію аналітичних, інформаційних і цифрових технологій у процес прийняття управлінських рішень.

Особливу увагу при цьому доцільно приділити розвитку інноваційної складової конкурентоспроможності, впровадженню сучасних технологій автоматизації виробництва, підвищенню кваліфікації персоналу та формуванню корпоративної культури якості. Ефективне поєднання цих чинників дозволяє підприємству не лише підвищити якість і конкурентоспроможність своєї продукції, а й забезпечити стійкість бізнес-моделі в умовах кризових викликів і економіко-політичної нестабільності.

У даному контексті основний акцент удосконалення управлінських процесів доцільно зосередити на підвищенні якості та конкурентоспроможності продукції підприємства ТОВ «Віконенко», який має ґрунтуватися на впровадженні комплексного підходу до управління ключовими складовими його діяльності. В умовах посилення конкурентного середовища, зростання вимог споживачів і динамічних змін ринку ефективне управління не може обмежуватися лише технологічними аспектами виробництва. Воно має охоплювати весь спектр факторів, які формують споживчу цінність, ринкову привабливість і економічну результативність продукції.

З огляду на це, доцільно виокремити чотири стратегічні напрями управління конкурентоспроможністю продукції підприємства ТОВ «Віконенко», які забезпечують її всебічне вдосконалення:

1. Управління якістю – передбачає формування та підтримання високих стандартів якості продукції шляхом удосконалення технологічних процесів, контролю на всіх етапах

виробництва, впровадження систем менеджменту якості відповідно до міжнародних стандартів ISO, а також орієнтацію на задоволення потреб споживачів і підвищення їх довіри до бренду підприємства [1].

2. Управління собівартістю – спрямоване на оптимізацію витрат шляхом підвищення ефективності використання матеріальних, трудових і фінансових ресурсів, раціоналізації виробничих процесів, впровадження енергозберігаючих технологій та цифрових інструментів контролю витрат. Зниження собівартості без втрати якості є ключовим чинником формування цінової конкурентоспроможності продукції.

3. Управління асортиментом – полягає у постійному вдосконаленні структури виробничої програми підприємства з урахуванням кон'юнктури ринку, динаміки попиту, тенденцій споживчих переваг і технологічних інновацій. Раціональне формування асортименту забезпечує гнучкість підприємства, його здатність швидко адаптуватися до змін ринкового середовища та розширювати клієнтську базу [2].

4. Управління збутом – охоплює розроблення та реалізацію ефективних стратегій просування продукції, вдосконалення системи логістики, розширення каналів дистрибуції, використання сучасних маркетингових інструментів і цифрових платформ для підвищення обсягів продажу та ринкової впізнаваності бренду. Управління збутом повинно виконувати таких чотири важливих функції: планування, організацію, мотивацію та контроль [3].

Таким чином, інтеграція управління якістю, собівартістю, асортиментом і збутом утворює цілісну стратегічну модель підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства ТОВ «Віконенко». Її реалізація сприятиме зміцненню позицій підприємства на внутрішньому ринку, підвищенню ефективності використання ресурсів та створенню передумов для розширення присутності на нових ринкових сегментах.

Перелік використаних джерел:

1. Підвищення Н.В. Кубишина Н.С. Управління якістю продукції на промислових підприємствах. URL: <https://ela.kpi.ua/server/api/core/bitstreams/6d404554-1d3b-48ad-82ca-9801754f8d24/content> (дата звернення до ресурсу 4.11.2025 року)
2. Лозова Т. М. Сучасні проблеми управління асортиментом та якістю товарів. *Підприємництво і торгівля*. 2023. №39. С.103-111.
3. Радинський С.В., Дячун О.Д. Функції управління збутом на підприємстві. Матеріали IX Міжнародної науково-практичної конференції «Формування механізму зміцнення конкурентних позицій національних економічних систем у глобальному, регіональному та локальному вимірах»: зб. тез доповідей, 05 листопада 2022 р. / за заг. ред. О.В. Панухник. Тернопіль : ФОП Паляниця В.А., 2022. С. 125-127.

УДК 330.34(477)

Кондратюк Вікторія

магістр

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

Науковий керівник: Кирич Наталія

доктор економічних наук, професор

професор кафедри менеджменту та адміністрування

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

РОЛЬ І ПОТЕНЦІАЛ ВІТЧИЗНЯНОГО ПІДПРИЄМСТВА У РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНО СТІЙКОЇ ДЕРЖАВИ

У сучасних умовах економічної турбулентності та глобальної конкуренції підприємства відіграють ключову роль у формуванні економічної стійкості держави. Вони забезпечують наповнення бюджету, створення робочих місць, інноваційний розвиток і