

Напрямок 1
«Трансформація продовольчої безпеки в Україні.
Регіональна економіка і збалансоване природокористування»

- організація муніципальних позик та спеціальних фондів для фінансування окремих проектів за добровільною участю членів громади;
- енергетичний моніторинг і аудит;
- розвиток місцевих ринків праці;
- створення інститутів розвитку. [2, с. 49- 53].

Отже, організаційно-економічний механізм розвитку в межах сільських об'єднаних територіальних громад є пріоритетним завданням для гармонійного впровадження реформи децентралізації.

Список використаних джерел:

1. Децентралізація в Україні: офіційний сайт. URL: <https://decentralization.gov.ua>.
2. Жаліло Я.А., Шевченко О.В., Романова В.В. Децентралізація влади: порядок денний на середньострокову перспективу. Аналітична доповідь. Національний інститут стратегічних досліджень. Київ. 2019. 115 с.
3. Національна економічна стратегія 2030. URL: <https://nes2030.org.ua>.
4. Чорнобай Л. М., Мушеник І. М. Удосконалення організаційно-економічного механізму регулювання рівня життя сільського населення в умовах децентралізації. *Modern Economics*. 2020. № 23 (2020). С. 220-226.

*Дворник Інна,
к.е.н., доцент*

ВП НУБіП України «Ніжинський агротехнічний інститут»

ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ КОНКУРЕНТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Поточний економічний розвиток аграрної галузі України нерозривно пов'язаний з необхідністю забезпечувати глобальну продовольчу безпеку, стримувати темпи прогресування незворотних кліматичних змін, максимально раціоналізувати використання зростаючого дефіциту ресурсів та утримувати конкурентні позиції на ринку в ускладнених повномасштабним вторгненням умовах господарювання. Такий стан справ створює нові вимоги до підприємств аграрного сектору, включаючи безальтернативну потребу в розвитку конкурентного потенціалу як інструменту акумуляції ресурсів підприємства для подолання зовнішніх викликів [2].

Конкурентний потенціал є молодим поняттям, синтезованим з низки інших. Складність його природи спричиняє суперечки між науковцями щодо його сутності та структури, внаслідок чого станом на зараз відсутнє єдине загальноприйнятне трактування даного поняття. З огляду на зазначене, конкурентним потенціалом запропоновано вважати інноваційну адаптивність підприємства у зовнішньому середовищі, яка досягається синергією управлінської, ресурсної, виробничої та маркетингової складових і забезпечує стійку перевагу на ринку, що включає в себе фінансову стійкість, конкурентоспроможність стратегії та винятковість підприємницьких здібностей власників.

Конкурентному потенціалу як економічній категорії притаманні певні риси

(рис. 1), які визначають його одночасно як процес створення можливостей підприємства та пошуку економічно вигідних шляхів їх реалізації [1].

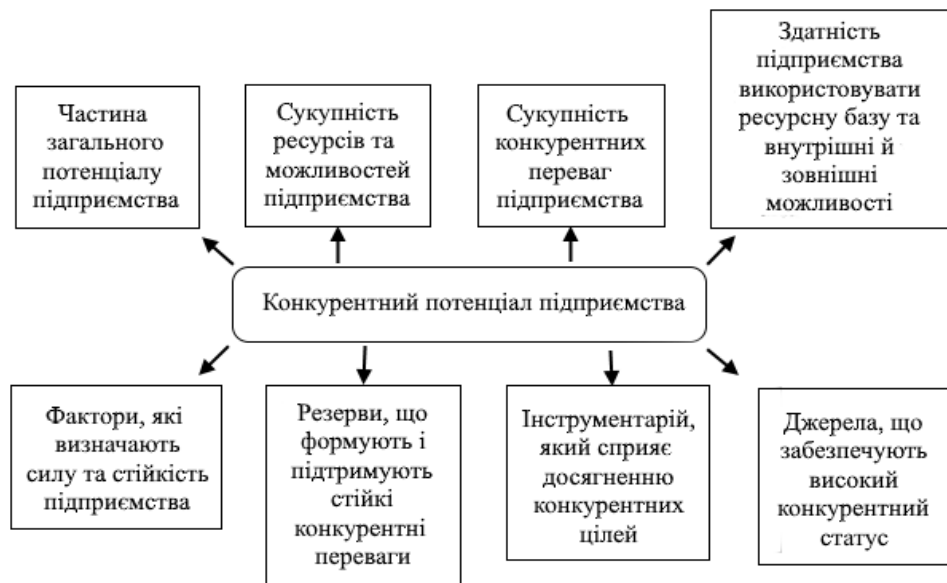


Рис. 1. Основні риси конкурентного потенціалу підприємства

Управління конкурентним потенціалом характеризується рівневістю та етапністю. Основу процесу управління складає робота з фінансовою та управлінською складовими, які є передумовами для розвитку решти чинників конкурентного потенціалу.

Основою для методики оцінки конкурентного потенціалу доцільно розглядати комбіновану оцінку внутрішнього потенціалу у єдності його складових (виробничої, інноваційної, кадрової, маркетингової, організаційно-управлінської, фінансової) та зовнішніх чинників конкурентного середовища.

Аналіз внутрішньої складової дозволяє визначити збалансованість складових конкурентного потенціалу та оцінити його узагальнене значення.

Вивчення зовнішнього оточення підприємства спрямоване, зокрема, на виявлення закономірностей ресурсозабезпечення виробництва та ринкових тенденцій попиту та пропозиції, які є основоположними факторами побудови управлінської політики розвитку конкурентного потенціалу [27].

Кінцевою метою процесу управління конкурентним потенціалом є створення умов для максимальної його реалізації підприємством. Досягнення даного бажаного стану вимагає мобілізації всіх видів ресурсів за умови попередньої оцінки їх достатності ефективності використання. Крім цього, в умовах конкурентної боротьби необхідно підлаштовувати принципи організаційної, виробничої, збутової та управлінської діяльності до мінливого зовнішнього оточення підприємства [3].

Список використаних джерел:

1. Коюда В.О. Формування та використання конкурентного потенціалу підприємства. *Економіка та управління підприємствами*. №29. 2019. С. 195-204.
2. Сердюк В. В., Дворник І. В. Шляхи підвищення конкурентного потенціалу

Напря́м 1
«Трансформація продовольчої безпеки в Україні.
Регіональна економіка і збалансоване природокористування»

аграрного підприємства як фактору його фінансово-економічної безпеки. *Фінансові механізми сталого розвитку України в умовах сучасних викликів: тези доповідей V Міжнародної науково-практичної конференції молодих вчених з нагоди 125-річчя НУБіП України (м. Київ, 2 березня 2023 року)*. К.: Редакційно-видавничий відділ НУБіП України, 2023. С. 339-341.

3. Стахова М.В., Малик О.В. Конкурентний потенціал як основа формування конкурентоспроможності підприємства. *Глобальні та національні проблеми економіки*. №16. 2017. С. 468-473.

Добровольська Поліна
здобувач вищої освіти обліково-фінансового факультету,
Миколаївський національний аграрний університет
Стамат Вікторія,
к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту та маркетингу,
Миколаївський національний аграрний університет

ЕКОЛОГІЧНИЙ МАРКЕТИНГ ЯК ОСНОВНА КОНЦЕПЦІЯ РОЗВИТКУ РЕГІОНІВ

Через суттєве погіршення взаємовідносин суспільства з природою, розуміння народом реальної небезпеки екологічної кризи та переходом до тривимірної соціо-еколого-економічної системи цінностей, протилежної двомірній еколого-економічній системі, набуло особливої актуальності питання забезпечення сталого розвитку для України [1].

Розвиток країни в усталеному економічному контексті стає неможливим без перебудови регіональної соціально-економічної системи та впровадження екологічно обґрунтованої системи управління ринками. Розв'язання цього завдання сприятиме покращенню якості життя населення і є ключовим фактором у формуванні конкурентоздатності, економічної стійкості та економічного зростання для країни в цілому та її окремих регіонів [2].

Ключовим фактором у формуванні та процвітанні регіонального розвитку в Україні є гарантування високого рівня життя для місцевого населення, створення комфортних та безпечних умов проживання, надання доступних та якісних суспільних послуг громадянам, а також сприяння створенню умов для активного розвитку регіонів. Проблеми, пов'язані із навколишнім середовищем та соціально-економічним розвитком у регіонах, не можна розглядати як окремі явища, оскільки вони мають тісний зв'язок та є взаємозалежними [1].

Для досягнення сталого розвитку необхідно запроваджувати кардинальні зміни в управлінській парадигмі, орієнтуючись на створення ефективного економічного механізму для раціонального використання природних ресурсів. Останнім часом особливе значення серед стратегій сталого розвитку регіонів займає концепція екологічного маркетингу [2].

Науковий напрям екологічного маркетингу в даний час перебуває на етапі активного розвитку, визначення теоретико-методологічного змісту. Однак цей напрям набуває особливої вагомості у дослідженнях вчених, так як він взаємопов'язаний з охороною природи, просуванням екологічно чистих