

Список використаних джерел:

1. Економічна правда. Підсумки 2025 року: як Агросем формує унікальну екосистему для українського агробізнесу. Економічна правда URL: <https://epravda.com.ua/biznes/pidsumki-2025-roku-yak-agrosem-formuye-unikalnu-ekosistemu-dlya-ukrajinskogo-agrobiznesu-816777/>.
2. Ільчук М. М. [та ін.]. Основні напрями логістики торгівлі сільськогосподарськими товарами в Україні. Агросвіт. 2025. № 6. С. 4-10. <https://doi.org/10.32702/2306-6792.2025.6.4>.
3. Оптимізація збирання врожаю на агропідприємствах [Електронний ресурс] // microtronic. URL: <https://microtronic.com.ua/novyny/optimizaciya-zbirannya-vrozhayu-na-agropidpriyemstvah>.
4. Сільське господарство 4.0 в Україні. Цифрові технології на практиці/ Куркуль – онлайн-асистент фермера. URL: <https://kurkul.com/spetsproekty/1743-silске-gospodarstvo-40--prikklad-rozvitku-v-ukrayini>.
5. Тренди логістики у 2025 році – SYNEX Logistics. SYNEX Logistics. URL: <https://synexlogistics.com/ua-uk/statti/svitovi-trendy-logistyky-v-2025-roczy/>.

Сухова М. О.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

**ВДОСКОНАЛЕННЯ ВИРОБНИЧИХ ПРОЦЕСІВ ЯК ІНСТРУМЕНТ
ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ**

Конкурентоспроможність продукції є визначальним показником економічної ефективності підприємства й основою його стійкого розвитку в умовах ринкової економіки. Виготовлення продукції, що відповідає високим вимогам споживачів та має переваги над аналогами конкурентів, сприяє зростанню частки ринку, забезпеченню прибутковості та посиленню ринкових позицій підприємства. Усе це особливо важливо для підприємств сфери Підприємство та торгівля, де конкуренція зумовлена як локальними чинниками, так і глобальними викликами ринку. Аналіз наукових підходів до проблеми конкурентоспроможності продукції дозволяє виокремити комплекс заходів, спрямованих на підвищення її якості, адаптацію до потреб споживачів, оптимізацію виробничих процесів і стимулювання інноваційної діяльності [1].

Під поняттям конкурентоспроможності продукції розуміють здатність товарів задовольняти вимоги споживачів і витримувати порівняння з продукцією конкурентів за сукупністю якісних і цінових критеріїв. Конкурентоспроможність має багатовимірний характер і включає технічні параметри, функціональні властивості,

експлуатаційну надійність, відповідність стандартам та цінову доступність. Теоретичною основою формування конкурентних переваг є концепція *core competency*, згідно з якою підприємство повинно розвивати свої базові компетенції, які важко імітуються суперниками, і через які створюється цінність для споживача. Це означає, що конкурентоспроможність продукції формується не лише на рівні окремих характеристик товару, а й як інтегральна якість підприємства загалом, що охоплює його виробничі, технологічні та управлінські ресурси [3].

Вдосконалення виробництва як засіб підвищення конкурентоспроможності реалізується через кілька ключових напрямів. Насамперед це модернізація виробничих потужностей та впровадження сучасних технологій, що підвищують точність операцій, скорочують виробничий цикл і знижують собівартість. Автоматизовані лінії забезпечують стабільну якість продукції та зміцнюють довіру споживачів. Використання цифрових рішень, таких як ERP-системи та інтелектуальні засоби контролю, підвищує ефективність виробництва й забезпечує гнучку адаптацію до змін попиту [3].

Важливе значення для підвищення конкурентоспроможності має впровадження систем управління якістю продукції. Сучасні стандарти менеджменту якості, орієнтовані на міжнародні вимоги й практики, передбачають комплексний підхід до контролю та забезпечення якості на всіх етапах виробничого циклу. Такі системи спрямовані на запобігання дефектам, зменшення рівня браку, оптимізацію використання ресурсів і поліпшення показників продуктивності. Вихід на стандарти ISO, аудит якості, сертифікація продукції сприяють підвищенню її довіри серед споживачів і створюють передумови для розширення експортних можливостей.

Також вагомим чинником є ефективне управління виробничими процесами та логістикою. Раціональне планування діяльності включає оптимізацію виробничих потужностей, скорочення часу простоїв, підвищення продуктивності праці та зниження витрат на виробництво. Вдосконалення організаційної структури, застосування принципів бережливого виробництва (*Lean Manufacturing*) та адаптація виробничих процесів до сучасних стандартів дозволяють значно підвищити ефективність функціонування підприємства. Ці заходи сприяють формуванню умов для швидкої реакції на зміни ринку, зменшенню виробничих

ризиків та оптимізації використання ресурсів, що безпосередньо впливає на конкурентоспроможність продукції [5].

Інноваційна діяльність займає центральне місце серед механізмів підвищення конкурентоспроможності. Інновації можуть включати розроблення нових видів продукції, удосконалення існуючих технологій, впровадження нових матеріалів і створення додаткової цінності для споживачів. Забезпечення науково-технічного прогресу сприяє не лише зростанню рівня якості продукції, а й створенню її унікальних властивостей, що відрізняють її від товарів конкурентів. Інноваційні підходи також дозволяють підприємствам ефективно використовувати обмежені ресурси, адаптуватися до зовнішніх змінних чинників та утримувати лідерські позиції у відповідних сегментах ринку [6].

Особливу увагу слід приділяти маркетинговим стратегіям виробництва та збуту. Аналіз ринкових тенденцій, розуміння потреб споживачів та передбачення змін ринку дозволяють формувати продукцію, орієнтовану на конкретні цільові сегменти. Індивідуалізація пропозиції, диференціація товарів, створення додаткових послуг і сервісів у комплексі з продукцією підвищують її привабливість для споживачів. До того ж, сучасні маркетингові підходи, включаючи цифровий маркетинг, просування через онлайн-канали, активну роботу з відгуками клієнтів та адаптацію цінової політики до ринкових умов, сприяють розширенню ринкової присутності підприємства. Це, у свою чергу, стимулює конкурентоспроможність продукції [4].

Не менш важливим аспектом у підвищенні конкурентоспроможності є формування стратегії управління людськими ресурсами та розвиток компетенцій працівників. Кваліфіковані кадри, здатні ефективно працювати з новітніми технологіями, аналізувати виробничі дані, впроваджувати креативні рішення та адаптуватися до змін, є ключовим ресурсом для підприємства, яке прагне до безперервного вдосконалення. Створення системи мотивації, професійного розвитку та забезпечення належних умов праці стимулює інноваційну активність персоналу й сприяє стабільній роботі виробничих процесів [2].

Таким чином, підвищення конкурентоспроможності продукції через вдосконалення виробництва є багаторівневим комплексним процесом, що охоплює технічну модернізацію, управління якістю, оптимізацію виробничих та організаційних

процесів, активне впровадження інноваційних рішень, маркетингове орієнтування та розвиток людських ресурсів.

Список використаних джерел:

1. Калушка В. В. Шляхи зростання конкурентоспроможності продукції підприємства в умовах криз та економіко-політичної нестабільності (на прикладі підприємства ТОВ «Віконенко»): робота на здобуття кваліфікаційного ступеня магістра : спец. 076 – підприємництво та торгівля / наук. кер. С. В. Радинський. Тернопіль: ТНТУ, 2025. 118 с.
2. Макарова В. В., Таранченко В. В., Ткаченко А. В. Маркетингові інструменти підвищення конкурентоспроможності продукції аграрних підприємств та їх експортного потенціалу. *Академічні візії*. 2025. № 39. <https://academy-vision.org/index.php/av/article/view/1613>.
3. Річний звіт 2025: розвиток підприємництва в Україні. Портал «Дія.Бізнес». URL: <https://business.dia.gov.ua/news/richnyi-zvit-2025/>.
4. Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні : Закон України від 22.03.2012 № 4618-VI (зі змінами та доповненнями). URL: <https://ips.ligazakon.net/document/ji13661a?an=33>.
5. Підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства в умовах сучасного ринку. Електронний архів Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя. URL: <http://elartu.tntu.edu.ua/handle/lib/50628>.
6. Сучасні механізми формування конкурентних переваг підприємств. *Academy Vision*. URL: <https://academy-vision.org/index.php/av/article/view/1613/1534>.
7. Гринько Т. В., Гвініашвілі Т. З., Каліберда М. Є. Стратегічне управління підприємством в умовах цифрової економіки. *Економіка та суспільство*. 2023. № 50. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-50-71>.

Канд. екон. наук Тарлопов І. О., Кондратюк А. Є.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

РОЛЬ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ЛОГІСТИКИ У ФОРМУВАННІ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА

У сучасних умовах глобалізації, зростання конкуренції та високої волатильності ринків логістика трансформується з допоміжної сервісної функції у потужний стратегічний інструмент. Цифровізація сьогодні є не просто технологічним трендом, а критичним фактором виживання бізнесу. Вона дозволяє підприємствам миттєво реагувати на зміни ринкової кон'юнктури, оптимізувати складні матеріальні, інформаційні та фінансові потоки, а також створювати унікальну ціннісну пропозицію, яку важко дублювати конкурентам.