

ЮЗЕПЧУК А. В., студентка 4 курсу спеціальності 073 Менеджмент
Науковий керівник – **ВИХОР М.І.**, канд. екон. наук, доцент
Білоцерківський національний аграрний університет
Uzepchuk.alina.2015@gmail.com

МЕТОДИ КОНКУРЕНТНОЇ БОРОТЬБИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Розкрито цілі та викладено зміст методів конкурентної боротьби на підприємствах в сучасних умовах. Обґрунтовано значимість бути конкурентоспроможним “гравцем” на ринку в умовах ХХІ століття.

Ключові слова: конкурентна боротьба, методи, конкурентоспроможність, стратегії.

Сучасний бізнес є надзвичайно конкурентним середовищем, де підприємства постійно змагаються за ринкову частку та успіх. Якщо підприємство не буде постійно пристосовуватись до сучасних умов та змін на ринку, то не зможе бути конкурентоспроможним з іншими підприємствами.

Загалом конкурентна боротьба - це динамічний процес, що передбачає застосування певних методів. Це, передусім, поліпшення якості товарів і послуг, швидке оновлення асортименту продукції, покращення дизайну, надання гарантій та післяпродажних послуг, тимчасове зниження цін, більш зручні умови оплати [1].

Основними методами конкурентної боротьби є стратегії ціноутворення та позиціонування на ринку, інновації та дослідження як ключові фактори конкурентоспроможності, маркетингові стратегії: підходи до реклами, просування та брендування, оптимізація бізнес-процесів та управління ланцюгами постачання, розвиток та використання інформаційних технологій для підвищення конкурентоспроможності [2].

Стратегії ціноутворення та позиціонування на ринку дозволяють підприємствам визначити своє місце на ринку, відповідно до цільової аудиторії та конкурентного середовища. Цей підхід дозволяє підприємству максимально задовольняти різні потреби та вимоги різних сегментів ринку, максимізуючи прибуток і збільшуючи конкурентоспроможність.

Інноваційність спирається на процес удосконалення, відкриття нового, тобто на ефективне засвоєння та впровадження нововведень, спрямованих на оновлення технологій, техніки, організації виробництва та розроблення нової продукції, так і на проведення соціальних інновацій, спрямованих на ефективну зміну поведінки персоналу з метою отримання запланованих результатів.

Маркетингові стратегії: підходи до реклами, просування та брендування, тобто, добре спланована маркетингова стратегія, має вирішальне значення для успіху бізнесу, підприємства створюють та поширюють цікавий, корисний та цільово спрямований контент для своїх клієнтів. Наприклад, блоги, відеоуроки, електронні книги, вебінари, використовують платформи соціальних мереж для

залучення уваги, спілкування зі споживачами та побудови взаємодії з ними, також використовують дані про своїх клієнтів для створення персоналізованих пропозицій та комунікації, дані методи маркетингового просування можуть використовуватись як разом, так і окремо.

Окрім базових підходів підсилення стратегії, можна випробувати й креативні, які найкраще допоможуть виділитись у конкурентному середовищі, розробка сильного бренду, який викликає довіру та відчуття приналежності серед споживачів. Це може включати створення цікавого корпоративного образу, емоційну зв'язок з клієнтами та використання унікальних маркетингових стратегій [3].

Дослідження ефективних методів конкурентної боротьби на сучасних підприємствах виявилось надзвичайно важливим кроком у забезпеченні їхньої конкурентоспроможності. Крім традиційних підходів, доцільно використовувати креативні стратегії, які допоможуть підприємствам виділитися в конкурентному середовищі. Розробка сильного бренду, створення цікавого корпоративного образу та використання унікальних маркетингових стратегій можуть виявитися ключовими у привертанні уваги та забезпеченні успішного розвитку.

Загальною висновком стає очевидним: здатність підприємств адаптуватися до змін на ринку та використовувати різноманітні стратегії конкурентної боротьби є ключовим фактором їхнього успіху і виживання. Розуміння цих методів та їхнє ефективне використання може допомогти підприємствам не лише залишитися на плаву, а й процвітати в умовах надзвичайно конкурентного середовища.

Список використаних джерел:

1. Сутність та роль конкурентної боротьби. *Освіта.UA*. URL: https://osvita.ua/vnz/reports/econom_theory/22015/ (дата звернення: 20.03.2024).
2. Конкуренція в підприємницькій діяльності: теоретичні аспекти - Облік і фінанси АПК: освітній портал. URL: [Конкуренція в підприємницькій діяльності: теоретичні аспекти - Облік і фінанси АПК: освітній портал](https://osvita.ua/vnz/reports/econom_theory/22016/) (дата звернення: 20. 03.2024).
3. Основні методи і форми конкурентної боротьби. Реферат. *Освіта.UA*. URL: https://osvita.ua/vnz/reports/econom_theory/22016/ (дата звернення: 20.03.2024).

UDC: 20.500.12799/6533

BURTOVOY Y.O., bachelor student

Supervisor - **NOVIKOVA V.V.**, PhD of Economics, Associate Professor *Bila Tserkva National Agrarian University*

USE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN THE EDUCATIONAL PROCESS

The paper will discuss the use of artificial intelligence for the educational process. The influence of artificial intelligence is growing day by day. The usage of artificial intelligence is growing, including in the field of education sphere. Artificial Intelligence is a part of science that is created by human intelligence processes by machines, especially computer systems.

Keywords: artificial intelligence, education, automation.