

результатів діяльності студентів; перевірки та самооцінки знань чи вмінь. Перевагами мультимедійної презентації є: наочність аудіовізуальної інформації і зручність сприйняття; зручна інтерактивна форма представлення; мобільність та компактність.

Проте, при створенні та проведенні презентацій необхідно дотримуватися низки певних вимог. Так, зокрема, часто презентації містять лише викладення матеріалу з підручника чи посібника. Вважаємо це недоцільним, оскільки зменшується мотиваційний компонент. Викладачеві варто ретельно підбирати текстовий та ілюстративний матеріал, а також анімаційні ефекти, щоб уникнути перевантаженості та розумінню ключових ідей презентації [4].

Наш особистий досвід використання презентацій у процесі підготовки майбутніх фахівців переконливо доводить, що варто уникати створення так званого реферату, тобто використання великої кількості слайдів з текстовою інформацією, переписаною з різноманітних джерел, замість формулювання тез, ключових опорних слів та фраз. Варто зазначити, що невідповідність фону презентації та іншого оформлення її змісту; нечитабельність тексту також ускладнюють розуміння основного змісту. Результати проведеного експерименту із використанням презентацій протягом вивчення дисципліни «Практичний курс англійської мови» свідчать про підвищення мотивації студентів до оволодіння комунікативною компетентністю внаслідок використання вищезгаданих засобів навчання.

Враховуючи вищесказане, можемо констатувати, що на відміну від звичайних засобів навчання, мультимедійні дозволяють не тільки мотивувати студента, але й розвивати інтелектуальні здібності, креативність, здатність відокремлювати головне від другорядного, узагальнювати, формулювати висновки, самостійно редагувати інформацію, що є ключовою складовою якісної професійної підготовки майбутніх вчителів англійської мови. Отже, використання в навчальному процесі ЗВО мультимедійних технологій зокрема презентацій сприяє підвищенню мотиваційного компоненту за допомогою наочності, охоплення актуальної тематики, інтерактивності та ініціативи студентів, креативного наповнення занять, а також урізноманітнює та робить процес навчання пізнавальним, професійно спрямованим та особистісно орієнтованим.

Джерела

1. Подзигун О. А., Петрова А. І., Ключ Н. С. Використання проблемно орієнтованого навчання засобами інформаційно-комунікаційних технологій у формуванні іншомовної компетентності майбутніх фахівців. *Інформаційно-комунікаційні технології в сучасній освіті: досвід, проблеми, перспективи*. Збірник наукових праць. Випуск 5. / За ред. М. М. Козяра, Н. Г. Нічкало. Львів: ЛЬУ БЖД, 2017. С. 269-272.
2. Рябова З. В., Єльнікова Г. В. Професійне зростання педагогів в умовах цифрової освіти. *Інформаційні технології і засоби навчання*. 2020. Вип. 80 (6). С. 369-385. URL: <https://doi.org/10.33407/itl.v80i6.4202>.
3. Сорокіна Н. В. До питання про зміст мультимедійних навчальних презентацій для майбутніх філологів. *Вісник Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна. Серія «Романо-германська філологія. Методика викладання іноземних мов»*. Вип. 79. Харків, 2014. № 1125. С. 127-132.
4. Сорокіна Г. М., Краснова Н. В. Викладання іноземної мови в умовах дистанційного та онлайн-навчання. Scientific collection «Inter Conf», (51): with the Proceedings of the 9th International Scientific and Practical Conference «Science and Practice: Implementation to Modern Society» (April 18-19, 2021). Manchester, Great Britain: Peel Press Ltd., 2021. 229-234 p.

Федорчук Іван Костянтинович

ORCID: 0009-0008-2935-3201

Національний університет «Києво-Могилянська Академія»

ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ СТРАТЕГІЙ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

В умовах динамічно-мінливого ринкового середовища, де конкуренція стає все більш жорсткою, формування та впровадження ефективних конкурентних стратегій розвитку є ключовим фактором успіху будь-якого підприємства. Саме чітко сформована стратегія дозволяє компанії чітко окреслити свої цілі, визначити пріоритетні напрямки розвитку, а також ефективно використовувати наявні ресурси для досягнення стійких конкурентних переваг.

Що таке конкурентна стратегія? Отже, конкурентна стратегія – це комплексний план дій, який розробляється підприємством з метою досягнення та утримання стійких конкурентних переваг на ринку. Вона визначає пріоритетні напрямки розвитку, цільові сегменти ринку, а також конкурентні позиції, які компанія прагне зайняти.

Для того щоб визначити або модифікувати поточну конкурентну стратегію, необхідно проводити аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства.

Зовнішній стратегічний аналіз передбачає дослідження зовнішніх факторів, що впливають або можуть вплинути на діяльність підприємства, і які не залежать від його внутрішніх переваг або недоліків. Це може бути дослідження ринку (темпи зростання, конкурентне середовище, потреби та поведінка споживачів), вивчення конкурентів та аналіз макроекономічного середовища (політичні, соціальні та технологічні фактори).

Внутрішній аналіз дозволяє ґрунтовно оцінити сильні та слабкі сторони, а також можливості та загрози, з якими стикається компанія. Сюди відноситься вивчення ресурсів, як фінансових, так і матеріальних

чи людських. Також це стосується оцінки маркетингової діяльності, SWOT-аналіз і спостереження за управлінськими проектами.

SWOT-аналіз (сила, слабкості, можливості та загрози) широко застосовується у процесі стратегічного планування та розглядає усі аспекти концепції розвитку підприємства. Це клопітка праця, яка змушує продумати усі можливі сценарії розвитку подій та врахувати у формуванні конкурентної стратегії усі ризики та загрози для вашого підприємства. Фактично даний аналіз знижує шанси на невдачі.

При розробці конкурентної стратегії на початковій стадії діяльності, компанія прагне знайти та впровадити спосіб ефективного конкурування у своїй галузі. Для багатьох підприємств не існує якоїсь однієї універсальної стратегії/формули успіху. Це повинна бути стратегія, яка відповідає умовам конкурентоспроможної галузі й враховує поточні навички та капітал. Якщо ці складові присутні – тоді з'являється шанс на успіх [4].

Стратегія конкуренції фокусується на діях і підходах, які пов'язані з управлінням. Вони мають бути спрямовані на встановлення та зміцнення довгострокової конкурентоспроможної позиції підприємства на ринку в одній специфічній сфері підприємництва. Оскільки єдиного підходу до визначення конкурентної стратегії не існує, то варто розглянути ті, які є найбільш точними.

Існують різні підходи до способів конкурувати за лідируюче положення на ринку і відповідно будувати конкурентну стратегію. Основними сучасними концепціями формування конкурентних стратегій є:

- концепція галузевого позиціонування;
- концепція ключових компетенцій;
- забезпечення ринкового лідерства;
- підприємницької екосистеми;
- теорія ігор;
- концепція конкурентної еволюції [3].

На даний момент найбільш популярною та робочою вважається *концепція галузевого позиціонування* М. Портера. Дана модель або як ще її називають модель «п'яти конкурентних сил галузі», допомагає підприємствам зрозуміти своє місце на ринку та визначити оптимальні шляхи розвитку. Модель Майкла Портера виокремлює п'ять основних сил, які впливають на конкурентне середовище підприємства, а саме:

1. Загроза нових учасників (поява конкурентів на ринку).
2. Сила переговорів покупців (вплив клієнтів на ціни та умови продажів – вони можуть перейти до інших підприємств).
3. Сила переговорів постачальників (їхній вплив на ціни та умови постачання сировини або інших ресурсів – у найгіршому випадку вони можуть обмежити доступ до необхідних ресурсів).
4. Загроза заміщення продуктів.
5. Існуюча конкурентна боротьба серед учасників галузі.

На основі цих пунктів підприємство можна визначити переваги даної стратегії: диференціація продукту; лідерство за вартістю; фокусування.

Суть диференціації полягає в тому, що підприємству необхідно зосередитися на створенні унікальних продуктів або послуг, які важко замінити. Це може бути продукція зі специфічними характеристиками, особливий дизайн та якісне спілкування зі споживачами.

Лідерство за вартістю передбачає оптимізація витрат у виробництві, у виробничо-управлінській системі чи витратах на сировину, що допомагає тримати рівень високої ефективності виробництва. У підсумку це дає можливість знижувати ціни та тримати високий прибуток.

Фокусування – це отримання конкурентних переваг, тобто укріплення позицій на ринку в обраній галузі і це особливо актуально якщо підприємство не досягло ще високих позицій на сегменті ринку та ще не має достатніх виробничих потужностей [2].

Концепція ключових компетенцій є однією з основних у стратегічному менеджменті та управлінні організаціями. Уперше вона була запропонована Гері Хемел та К. К. Прахаладом у статті, опублікованій у 1990 році.

Концепція К. Прахалада і Г. Хемела є основною інтелектуальною платформою підходу, який надає пріоритетного значення компетенціям організації у стратегічному управлінні. Вони розглядають управління як сукупність навичок, знань, нововведень ресурсів і технологій окремих підрозділів та функціональних напрямів організації, що забезпечують високий професіоналізм, якого досягають у результаті тривалого навчання і накопичення досвіду. Компетенції організації перетворюються на конкурентну можливість, тобто стають її відмінною ознакою і посилюють конкурентну позицію. Успіх в конкурентній боротьбі визначається здатністю опанувати внутрішніми ресурсами організації і в першу чергу – навиками, уміннями та технологіями.

Основними моментами стратегії ключових компетенцій є управління організаціями, стратегічної архітектури (план широкого опанування можливостями).

Забезпечення ринкового лідерства є однією з ключових мет цілей для більшості підприємств. Ринкове лідерство означає, що компанія має переваги перед конкурентами на ринку, такі як високі обсяги продажів, відомий бренд, широка аудиторія клієнтів.

Бути ринковим лідером – це і вигідно, і ризиковано водночас. Вигідність полягає у тому, що ринковий лідер має тверді ринкові позиції, певний високий імідж та можливості впливати на маркетингову діяльність даного ринку в цілому. Тобто ринковий лідер є одночасно і маркетинговим лідером.

Ризик ринкового лідера полягає в тому, що, по-перше, на ринку завжди є фірми-вискочки, які намагаються посунути лідера з його місця на ринку, по-друге, на ринку завжди існують фірми-послідовники, які застосовують стратегію імітації і своєю діяльністю можуть пошкодити імідж лідера.

Щоб досягти лідерських позицій підприємства необхідно проводити постійний пошук нових продуктів і послуг, які задовольняють потреби споживачів. У той же час варто не забувати про вдосконалення та модернізацію існуючих продуктів або послуг для збільшення їх привабливості. Варто розвивати маркетинг і брендунг та приділити увагу стратегічним партнерствам.

Концепція *підприємницької екосистеми* відображає інтеракцію між різними суб'єктами, такими як підприємці, стартапи, венчурні капіталісти, акселератори, університети, урядові органи та інші, які взаємодіють і сприяють розвитку підприємництва та інновацій у певній галузі або регіоні. Ця концепція відображає не тільки матеріальні ресурси, але й нематеріальні, такі як знання, навички, мережі та культурні чинники, які впливають на створення та розвиток підприємництва.

Підприємницька екосистема – це комплексна спільнота, що об'єднує різні сектори, юридичних та фізичних осіб, які діють у різних сферах, з метою сприяння інноваційному та підприємницькому розвитку через поєднання зусиль зацікавлених сторін. Основні складові підприємницької екосистеми включають розробку політики, інфраструктури, фінансів, інновацій, ринку, підтримки, культури та людських ресурсів. Розвиток підприємницьких екосистем можливий завдяки заходам, таким як створення сприятливого середовища для підприємництва, їхня підтримка та підвищення обізнаності.

Концепція характеризується успіхом в конкурентній боротьбі та визначається здатністю будувати взаємини з конкурентним оточенням, трансформуючи його в систему суб'єктів, що співпрацюють [3].

Теорія ігор є важливою галуззю економіки та теорії прийняття рішень, яка вивчає взаємодію приймачів рішень у ситуаціях конфлікту та співпраці. Ця теорія аналізує стратегії, які приймаються учасниками, припускаючи, що кожен з них діє раціонально та має чіткі цілі. Хоч вона є більш популярною у галузі міжнародних відносин, її можна застосовувати у формуванні конкурентних стратегій розвитку підприємництва.

Теорія ігор визначається як наука про стратегічне мислення. Обрання стратегії передбачає розробку конкретного плану дій, який базується на детальному аналізі можливих сценаріїв у майбутньому. Порівняно з грою, де кожен учасник розробляє свою стратегію, прогножуючи ходи інших гравців та загальні умови, у практиці підприємств стратегії будуються з урахуванням стратегій конкурентів та інших зовнішніх факторів. Важливо враховувати ймовірність дій конкурентів та виникнення конфліктних ситуацій. Оскільки передбачається ситуація, яка ще не виникла, із певним рівнем ймовірності у майбутньому, стратегії пов'язані з ризиком. Методи теорії ігор допомагають прогнозувати та управляти різними рівнями ризику, пов'язаними зі змінністю зовнішніх та внутрішніх факторів підприємства.

Застосування принципів теорії ігор дозволяє сформулювати повний план дій у всіх передбачуваних ситуаціях. Згідно з концепцією, розроблений план дій учасників формує їх стратегію, яка базується на можливих сценаріях подій. Теорія ігор передбачає застосування однієї загальної стратегії, яка представляє собою алгоритм дій, враховуючи можливі розвиток подій та ситуацій.

Основними поняттями виступають: гра, гравець, стратегія та виграш. За допомогою даних складових визначаються стратегії, які використовуючи теорію ігор можуть принести успіх підприємству.

Однією з них виступає «рівновага Неша». Це концепція, яка визначає стан, в якому кожний гравець оптимізує свою стратегію, враховуючи стратегії інших гравців. Це така сукупність стратегій та виграшів, при якій жоден із учасників не може збільшити виграш, змінивши вибір стратегії в односторонньому порядку, коли інші учасники не змінюють свого вибору.

Іншим варіантом можна виділити стратегію домінації. Вона завжди буде оптимальною для гравця, незалежно від вибору стратегії інших гравців і її підходить для випадків коли підприємство є упевненим у своїх можливостях та усвідомлює потенційні ризики.

Тому теорія ігор є потужним інструментом для аналізу стратегій та прийняття рішень у ситуаціях конфлікту та співпраці. Вона дозволяє краще розуміти взаємодію між учасниками гри та вибирати оптимальні стратегії для досягнення своїх цілей [1].

Концепція *конкурентної еволюції* в розвитку підприємництва виникла на основі вивчення того, як підприємства взаємодіють та розвиваються у конкурентному середовищі. Вона підкреслює, що підприємства зазнають постійних змін і адаптацій, щоб пристосовуватися до нових умов конкуренції, технологічних змін, змін споживчих уподобань та інших факторів.

Основною ідеєю цієї концепції є те, що конкурентність підприємств і ринків еволюціонує відповідно до змін у середовищі, і тільки ті, хто може ефективно адаптуватися до цих змін, залишатимуться успішними. Тому в даній концепції потрібно орієнтуватися на поведінкові стратегії.

Основними принципами виділяються: динаміка конкуренції, інноваційність та адаптивність, екосистема підприємництва та стратегічне бачення – якщо викинути будь-який із цих пунктів, шанси на успіх тануть.

Розглянувши дані концепції/стратегії розвитку підприємництва варто перейти до етапу їхнього впровадження, що передбачає доведення її до всіх рівнів персоналу та забезпечення чіткої координації дій усіх підрозділів підприємства.

Контроль за реалізацією стратегії є необхідним для того, щоб вчасно виявити відхилення від запланованих показників та вжити заходів для їх коректування. Після цього можна зайнятися оцінкою обраної стратегії.

Оцінка ефективності конкурентної стратегії може здійснюватися за допомогою таких показників, як: ринкова частка; рівень рентабельності; задоволеність клієнтів; рівень конкурентоспроможності

Для формування конкурентної стратегії потрібно щоб вона була чітко сформульованою та зрозумілою для всіх членів персоналу; гнучкою та адаптованою до мінливих умов ринку; постійно оновлюватися та вдосконалюватися; супроводжуватися ефективною системою контролю та оцінки.

В даному дослідженні розглянуто процес формування конкурентних стратегій розвитку підприємства. На основі отриманих результатів можна зробити висновок про важливість аналізу внутрішнього та зовнішнього середовища для ефективного розвитку бізнесу та забезпечення конкурентоспроможності на ринку.

Формування та впровадження ефективних конкурентних стратегій розвитку є ключовим фактором успіху будь-якого підприємства. Чітко сформована та правильно реалізована стратегія дозволяє компанії досягти стійких конкурентних переваг, збільшити свою ринкову частку, а також забезпечити стійке зростання та розвиток у довгостроковій перспективі.

Джерела

1. Коваль З. О. Оцінювання стратегії підприємства методом теорії ігор. *Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення та проблеми розвитку*. 2021. № 2 (6). URL: <https://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2021/nov/25481/nzmened-47-55.pdf> (дата звернення 06.04.2024).
2. Лук'янченко А. К. Формування конкурентної стратегії підприємства. *НТУ «Дніпровська політехніка». Секція – економіка і управління у промисловості*. 2023. URL: <https://ir.nmu.org.ua/jspui/bitstream/123456789/163667/1/%D0%A2%D0%B8%D0%B6%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D1%82%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%BE%D1%97%D0%BD%D0%B0%D1%83%D0%BA%D0%B8%20-2023-454-456.pdf> (дата звернення 08.04.2024).
3. Кузнецова І. О. Формування конкурентної стратегії підприємства: сучасні концепції. *Науковий вісник Одеського національного економічного університету*. 2017. № 5. URL: <https://ir.kneu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/01ffcccd-0ad4-4450-9f7b-82e298349e9c/content> (дата звернення 07.04.2024).
4. SWOT-аналіз із прикладами. eSputnik: веб-сайт. URL: <https://esputnik.com/uk/blog/swot-analiz-iz-prikladami> (дата звернення 08.04.2024).

Сербіненко Ольга Борисівна

*Навчально-науковий інститут психології та соціальних наук
Міжрегіональної академії управління персоналом*

Науковий керівник: Клименко Іван Сергійович, кандидат психологічних наук,
Інститут медичних та фармакологічних наук Міжрегіональної академії управління персоналом

ОСОБЛИВОСТІ Я-КОНЦЕПЦІЇ НЕЗАМІЖНИХ ЖІНОК

Однією з найбільш стабільних характеристик особистості виступають її система цінностей та ціннісні орієнтації, які формуються в процесі засвоєння соціального досвіду. Вони співвідносяться із цілепокладальною стороною діяльності людини та визначають генеральну лінію її поведінки [2].

Система цінностей та ціннісні орієнтації є важливими компонентами Я- концепції особистості і впливають на вибір нею напрямків власної самореалізації. Розвиток Я-концепції не обмежується періодом дитинства, а продовжується протягом усього життя особистості. В першу чергу, це розвиток Я індивідуального, Я сімейного та Я професійного, які взаємопов'язані між собою та змінюються під впливом різних подій та обставин, соціального середовища і культури, з її цінностями, законами та традиціями [1].

В переломні періоди історії відбувається трансформація усіх засад суспільного буття, а тому дослідження ціннісно-сислової сфери особистості викликає значний інтерес науковців в теоретичному і практичному аспектах. Тому, проблеми становлення та змісту ціннісно-сислової сфери особистості, як одного з важливих компонентів її Я-концепції, а також вплив цієї сфери на вибір особистістю напрямків для власної самореалізації на сьогодні є надзвичайно актуальними [3].