

personalization, which ensure more accurate mechanisms for data analysis, decision-making, and brand promotion. In formulating marketing strategies, companies should not only focus on economic indicators but also take into account the social consequences of the impact of their products, which should be the main guideline for ensuring sustainable development and ethical interaction with the public.

Responsible marketing in the context of Industry 5.0 is an important tool for achieving a balance between a company's economic goals and social responsibility. The inclusion of cutting-edge technologies, human potential, and ethical principles in marketing strategies helps not only to ensure the sustainable development of the business but also to create a positive impact on society. Therefore, companies striving to be competitive in the context of Industry 5.0 must consider not only financial benefits but also the ethical component, which is necessary for sustainable development and harmonious integration into modern society.

References:

1. Kotler P., Kartajaya H., Setiawan I. *Marketing 5.0. Technology for humanity*. N. J., Wiley, 2021. 224 p
2. Chaikovska M.P. *Digital marketing ecosystems and responsible innovations as a driver of sustainable development. Marketing and digital technologies: Collection of materials of the VI International Scientific and Practical Conference (September 26-37, 2024, Odesa Polytechnic University)*. Odesa: TES, 2024. P. 130-132.
3. Chaikovska M., Shkeda, O. *Machine learning algorithm for an artificial neural network for building a model of managerial decision making when developing a marketing strategy. Marketing and Digital Technologies 7(2), 137–146 (2023)*.
4. *Official website of the Philip Morris Ukraine*, URL: <https://www.pmi.com/markets/ukraine/uk/about-us> last, accessed 2025/04/04.
5. *Official website of the IQOS brand*, URL: <https://surl.li/sdxohu>.
6. *Official website of the VELO brand*, URL: <https://surl.li/bsyegu>.

УДК 658.5.338

Чернушевич Л.В.,
здобувач вищої освіти,
Поліський національний університет

УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ТОВ «ФРОГ»: СТРАТЕГІЧНО-ІННОВАЦІЙНІ НАПРЯМКИ

Стратегічно-інноваційне управління конкурентоспроможністю підприємств роздрібної торгівлі є одним із ключових напрямів забезпечення їхньої стійкості та ефективного функціонування в умовах високої динамічності сучасного ринку. ТОВ «Фрог», стикається з низкою викликів, зокрема

посиленням конкуренції, швидкими змінами вподобань споживачів, розвитком онлайн-торгівлі, впливом макроекономічних факторів та вимогами до сталого розвитку.

У науковій літературі висвітлюється важливість аналізу конкурентного середовища за допомогою таких методик, як SWOT-аналіз, PESTLE-аналіз, а також моделі п'яти сил Портера. У сучасному контексті дослідники також акцентують увагу на важливості використання CRM-систем, Big Data, AI-рішень для управління клієнтським досвідом, які суттєво впливають на конкурентоспроможність підприємства.

Вітчизняні та зарубіжні науковці активно вивчали питання конкурентоспроможності та інноваційні складові її формування для підприємств. Серед вітчизняних вчених цю тему досліджували: Балабанова Л. В., Діденко Є. О., Євтушенко Н. О., Кузьмін О. Є., М. І. Філіппов, Л. В. Назарова та інші. Зарубіжні дослідники, такі як Г. Армстронг, М. Портер, Ф. Котлер також внесли значний вклад у розвиток теорії та практики управління конкурентоспроможністю. Науковці вивчають діяльність підприємств в умовах конкуренції, здійснюють аналіз чинників, що мають вплив на конкурентоспроможність, а також пропонують інноваційні напрями щодо збереження та формування конкурентоспроможності підприємств в умовах нестабільності, відповідно актуальність цього питання не знижується.

Проблема стратегічного інноваційного управління конкурентоспроможністю полягає в необхідності розробки та впровадження інноваційних управлінських рішень, які дозволять підприємству не лише підтримувати, а й підвищувати свої конкурентні позиції на ринку. Для цього необхідно враховувати як внутрішні чинники (структура витрат, ефективність логістики, управління персоналом), так і зовнішні (динаміка ринку, активність конкурентів, зміни у законодавстві).

ТОВ «Фрог» є яскравим прикладом успішного підприємства, що поєднує торгівлю паливом, продуктами харчування та ресторанний бізнес. Завдяки ефективній організації роботи, якісному сервісу та широкому асортименту товарів, підприємство займає стабільну позицію на ринку. У сучасних умовах, коли конкуренція постійно зростає, а потреби споживачів стають більш вибагливими, стратегічне управління конкурентоспроможністю стає ключовим елементом успіху компанії.

Стратегічне управління конкурентоспроможністю полягає у довгостроковому плануванні, аналізі ринку та адаптації бізнес-моделі до змін зовнішнього середовища. Для ТОВ «Фрог» це не лише забезпечення високої якості продукції та послуг, а й створення унікальної цінності для клієнтів через інноваційні рішення, ефективність процесів і сильний бренд [2].

Одним із ключових викликів для ТОВ «Фрог» є необхідність утримувати лідерські позиції на тлі зростаючої конкуренції з боку інших роздрібних мереж, інтернет-магазинів та локальних гравців.

Стратегічні напрямки конкурентоспроможності:

1. Інновації та цифровізація – ТОВ «Фрог» активно впроваджує інноваційні технології, такі як мобільні додатки для замовлення товарів, автоматизація процесів у логістиці та аналітика споживчих даних. Це дозволяє компанії не лише підвищити якість обслуговування, а й краще розуміти потреби клієнтів.

2. Диференціація пропозицій - унікальний дизайн магазинів, спеціальні акції для лояльних клієнтів та широкий асортимент продуктів дозволяють виділитися серед конкурентів. Особливий акцент робиться на екологічних товарах, локальних виробниках та ексклюзивних продуктах.

3. Розвиток кадрового потенціалу - конкурентоспроможність компанії залежить від кваліфікації та мотивації її працівників. Досліджуване підприємство інвестує у навчання співробітників, створює можливості для кар'єрного зростання та підтримує корпоративну культуру, орієнтовану на інновації та клієнтоцентричність.

4. Сталий розвиток - компанія інтегрує принципи сталого розвитку у свою стратегію: мінімізація впливу на довкілля, скорочення харчових відходів та впровадження екологічно безпечних рішень є важливими аспектами діяльності ТОВ «Фрог» [3, с. 21].

Одним із головних викликів є економічна нестабільність у країні, яка впливає на купівельну спроможність споживачів [1]. У відповідь на це ТОВ «Фрог» має адаптувати свої ціни, зберігаючи водночас якість та рівень обслуговування.

Перспективи компанії пов'язані з розширенням мережі, виходом на нові ринки та посиленням присутності в онлайн-просторі. Створення стратегічних альянсів із партнерами та впровадження нових бізнес-моделей, таких як швидка доставка або формати міні-маркетів, можуть стати рушіями подальшого зростання [4, с. 134].

Отже, ТОВ «Фрог» демонструє значний потенціал у забезпеченні своєї конкурентоспроможності на українському ринку роздрібної торгівлі. Успіх компанії зумовлений ефективним стратегічним управлінням, яке охоплює впровадження інноваційних технологій, диференціацію товарної пропозиції, розвиток кадрового потенціалу та інтеграцію принципів сталого розвитку. Підприємство вміло адаптується до викликів сучасного ринку, таких як зростаюча конкуренція та економічна нестабільність, шляхом оптимізації бізнес-моделі та посилення клієнтоцентричності. Перспективи розвитку компанії

полягають у впровадженні інноваційних підходів, а саме цифровізації, розширенні мережі та інтеграції інноваційних рішень для задоволення потреб сучасного споживача. Таким чином, зосередження на інноваційних підходах та ефективна реалізація намічених напрямків дозволять ТОВ «Фрог» утримати лідерські позиції на ринку та забезпечити довготривалий розвиток компанії.

Список використаних джерел:

1. Вараксіна О.В., Іщейкін Т.Є., Онупко О.М. *Управління конкурентоспроможністю підприємства: теоретичний аспект. Держава та регіони. 2020, № 5 (116), С. 24-29.*

2. Гречан А.П., Бабич Л.М., Парфентьєва О.Г., Наконечна С.А. *Особливості оцінки конкурентоспроможності національної економіки України в умовах глобалізації. Вісник НТУ, № 1, 2020. С. 124-130.*

3. Євтушенко Н.О., Гончар Д.К. *Механізм управління конкурентоспроможністю підприємств України. Економіка. Менеджмент. Бізнес. Київ : ДУТ. 2021. №1 (35). С 16-21.*

4. Кравчук І.І., Лавриненко С.О., Бездітко О.Є. *Менеджмент інноваційного підприємництва: стратегічний розвиток бізнес-процесів. Східна Європа: економіка, бізнес, управління. Видавничий дім «Гельветика» Випуск 6(33) 2021. С. 134-140.*

УДК 005.21:351.77:364

Чуприна С.Л.,

*асистент кафедри захисту України та безпеки життєдіяльності
Полтавський національний педагогічний університет
імені В. Г. Короленка*

**СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ ЯК ОСНОВА УПРАВЛІННЯ
СОЦІАЛЬНОЮ СФЕРОЮ ДЕРЖАВИ**

Рушійною силою трансформації соціальної сфери виступає стратегічне управління, яке визначає пріоритети, цілі та інструменти реалізації соціальної політики на всіх рівнях влади. Його застосування охоплює довгострокове планування фінансів, розробку програм модернізації соціальних установ і впровадження спеціалізованих проєктів.

Без цілісної стратегії, яка поєднує зусилля державних і місцевих інституцій, досягнення сталого соціального розвитку неможливе. У цьому контексті стратегічне планування виступає не просто управлінським інструментом, а фундаментом ефективної соціальної політики.

Завдяки стратегічному плануванню стає можливим налагодити ефективну взаємодію між органами державної влади та системою соціальної політики на