

УДК 658.012.12: 339.137.2

Методи стратегічного аналізу у забезпеченні конкурентоспроможності підприємства

Саркова А.М.,

здобувач вищої освіти спеціальності 073 Менеджмент,
Миколаївський національний аграрний університет
м. Миколаїв, Україна

Анотація: досліджено стратегічні підходи до забезпечення конкурентоспроможності підприємств у сучасних ринкових умовах. Визначено роль стратегічного менеджменту та його інструментів у процесі аналізу ринкового середовища та ухвалення рішень. Особливу увагу приділено SWOT-аналізу та моделі п'яти сил Портера як ефективним методам оцінки конкурентоспроможності. На прикладі французької енергетичної компанії Électricité de Strasbourg зазначено основні виклики компаній на енергетичному ринку Франції, такі як конкуренція, регуляторні зміни та розвиток технологій, а також стратегії адаптації підприємства для підтримки своєї позиції.

Ключові слова: стратегічний менеджмент, конкурентні переваги, SWOT-аналіз, модель п'яти сил Портера, ринковий аналіз, конкуренція, енергетичний сектор.

Одним із ключових завдань будь-якого підприємства є забезпечення його стійких конкурентних переваг у довгостроковій перспективі. У сучасних умовах, коли ринкове середовище постійно змінюється, компанії змушені адаптувати свої стратегії, використовуючи різні методи управління конкурентоспроможністю. Основою цього процесу є стратегічний менеджмент, який охоплює аналіз середовища, формування та реалізацію стратегії підприємства.

Загалом, стратегічний менеджмент – це система управління, спрямована на створення та збереження конкурентних переваг підприємства через адаптацію до змін у зовнішньому та внутрішньому середовищі. Він передбачає використання наукових методів прогнозування для ефективного реагування на виклики ринку та забезпечення стійкої позиції компанії [1]. Сучасні інструменти стратегічного аналізу, такі як SWOT-аналіз та модель п'яти сил Портера, допомагають підприємствам виявити ключові чинники, що впливають на їхню конкурентоспроможність, та розробити ефективні рішення для її підвищення.

SWOT-аналіз є одним із найпоширеніших методів стратегічного планування. Він дозволяє оцінити внутрішні сильні та слабкі сторони підприємства, а також зовнішні можливості і загрози [2]. Цей метод є зручним

для визначення стратегічних напрямів розвитку компанії та використовується як на етапі розробки загальної стратегії, так і для оцінки окремих бізнес-процесів.

Основні компоненти SWOT-аналізу:

- **Strengths** (сильні сторони) – те, що дає підприємству перевагу над конкурентами (бренд, унікальні технології, сильні партнерства).
- **Weaknesses** (слабкі сторони) – аспекти, що можуть обмежувати конкурентні можливості (високі витрати, недостатня впізнаваність).
- **Opportunities** (можливості) – зовнішні фактори, які можуть бути використані для розвитку (ринкові тренди, державні субсидії).
- **Threats** (загрози) – зовнішні фактори, що можуть негативно впливати на діяльність підприємства (посилення конкуренції, законодавчі обмеження) [3].

Альтернативним підходом до аналізу конкурентного середовища є модель п'яти сил Портера, яка дозволяє оцінити рівень конкуренції та ключові загрози на ринку. Ця методика включає п'ять основних факторів, що визначають інтенсивність конкурентної боротьби в галузі [4]:

1. Загроза нових гравців – оцінка того, наскільки легко нові компанії можуть увійти на ринок.
2. Сила постачальників – вплив постачальників на вартість і якість ресурсів для компанії.
3. Сила покупців – ступінь впливу клієнтів на формування цін та умов продажу.
4. Загроза товарів-замінників – ймовірність переходу споживачів до альтернативних рішень.
5. Інтенсивність конкуренції між існуючими компаніями – рівень суперництва між компаніями в галузі.

За допомогою цієї моделі компанії можуть визначити основні загрози для свого бізнесу та розробити заходи для зменшення їхнього впливу. Наприклад, для французької місцевої розподільчої компанії *Électricité de Strasbourg* основними викликами є конкуренція з великими гравцями *Engie*, *TotalEnergies*, регуляторні зміни, тарифні регулювання, а також зростання попиту на відновлювану енергетику та інтеграцію цифрових технологій [5]. Щоб зміцнити позиції, компанія робить ставку на розширення частки ВДЕ (зокрема геотермальної енергетики), впровадження цифрових сервісів для управління споживанням енергії. Також вона орієнтується на індивідуалізовані тарифи та співпрацю з місцевими громадами, що дозволяє підтримувати високу лояльність клієнтів і зберігати конкурентні позиції на регіональному рівні.

Отже, ефективне управління конкурентними перевагами вимагає системного підходу, що поєднує стратегічний аналіз та адаптивні бізнес-моделі. У сучасних умовах ринку важливо не лише оцінювати внутрішні можливості компанії, але й враховувати вплив регуляторних змін, технологічного розвитку та поведінки споживачів. А для енергетичних

компаній, таких як Électricité de Strasbourg, важливо не лише оцінювати внутрішні можливості, але й враховувати зовнішні фактори, такі як регуляторні зміни, рівень конкуренції та розвиток технологій.

Список використаних джерел:

1. Зубко О., Добровольська О. Стратегічний менеджмент на підприємствах галузі рибництва як чинник їх конкурентоспроможності. *Економіка та суспільство*. 2023. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-33-46> (дата звернення: 13.03.2025).
2. Стамат В. М., Нечипоренко Ю. О. Аналіз ринку та конкурентів в маркетингових стратегіях. *Економіка, облік, фінанси та право: аналіз тенденцій та перспектив розвитку*: збірник тез доповідей міжнародної науково-практичної конференції (м. Рівне, 28 квітня 2023 р.). Рівне: Центр фінансово-економічних наукових досліджень, 2023. С. 52-53. URL: <https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/18878> (дата звернення: 13.03.2025).
3. Gürel E. SWOT Analysis: A Theoretical Review. *Journal of International Social Research*. August 2017. Vol. 10(51), P. 994-1006. DOI: 10.17719/jisr.2017.1832 (дата звернення: 14.03.2025).
4. Стамат В. М. Стратегічний аналіз як етап стратегічного підходу до управління підприємством. *Глобальні принципи фінансового, облікового та аналітичного забезпечення аграрного сектора економіки*: матеріали міжнар. наук.-практ. конф. (м. Харків, 8-9 листопада 2018 р.). Харків: ХНАУ, 2018. С. 305-308. URL: <https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/18576> (дата звернення: 14.03.2025).
5. Stamat V., Sarkova A. Peculiarities of the competitive environment in the French energy market. *Research of young scientists: from idea generation to project implementation*: Abstracts of IX International Scientific and Practical Conference (Lyon, France, October 28-30, 2024). Lyon, 2024. P. 102-106. URL: <https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/18846> (дата звернення: 14.03.2025).

Annotation: The article examines strategic approaches to ensuring the competitiveness of enterprises in modern market conditions. The role of strategic management and its tools in the process of analysing the market environment and decision-making is defined. Particular attention is given to SWOT analysis and Porter's Five Forces model as effective methods for assessing competitiveness. Using the example of the French energy company Électricité de Strasbourg, the key challenges faced by companies in the French energy market – such as competition, regulatory changes, and technological development – are identified, along with the company's adaptation strategies to maintain its market position.

Keywords: strategic management, competitive advantages, SWOT analysis, Porter's Five Forces model, market analysis, competition, energy sector.

Науковий керівник:

Стамат В.М.,

канд. екон. наук, доцент,

доцент кафедри менеджменту та маркетингу

Миколаївський національний аграрний університет