

Ралко Євгенія Сергіївна
здобувач вищої освіти, спеціальність 051
«Економіка» Сумський національний аграрний
університет Науковий керівник:
Єфанов Володимир Анатолійович
кандидат економічних наук, доцент
Сумський національний аграрний
університет

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ЯК ЧИННИК СТІЙКОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Конкурентоспроможність є одним із ключових факторів, що визначає стійкий розвиток підприємств у сучасних умовах економічної глобалізації та швидких змін на ринку. В сучасному бізнес-середовищі, де підприємства змушені змагатися за споживачів і ресурси з конкурентами як на місцевому, так і на міжнародному рівні, збільшення конкурентоспроможності стає надзвичайно важливим завданням.

Дослідженню теоретичних та методичних аспектів конкурентоспроможності підприємства присвячено ряд робіт вітчизняних учених-економістів: Брінь П. В. [1], Баштовий Д. М. [2] Герасимова В. О. [3], Маковоз О. С. [4], Пронько Л. М. [5] та інші. Тим не менш, залишається не розглянута тема конкурентоспроможності як чинника стійкого розвитку підприємства у теперішній воєнний час.

Конкурентоспроможність підприємства – це здатність досягти своїх цілей в умовах протидії конкурентів. Характерною оцінкою остаточних результатів діяльності організації на ринку є відносні показники, база для порівняння є аналогічні показники, якими користуються підприємства-конкурентів для оцінки конкурентоспроможності. Вона має безпосередній вплив на його прибутковість, рівень зайнятості, стабільність та інноваційність. Однак, щоб збільшити конкурентоспроможність, підприємству потрібно розробити і втілити стратегію, яка враховуватиме внутрішні та зовнішні фактори.

Принципи конкурентоспроможності включають ефективне використання ресурсів, інновації, якість продукції та послуг, а також здатність адаптуватися до змін. Це означає, що підприємство повинно мати здатність конкурувати не тільки за ціною, але й за якістю і розумінням потреб споживачів.

Визначимо основні аспекти конкурентоспроможності, рис. 1.



Рисунок 1- Чинники конкурентоспроможності підприємства

Джерело: [4, с. 49]

Одним з факторів, що визначає конкурентоспроможність підприємства, є його стратегія. Компанії повинні розробляти чіткі та ефективні стратегії, спрямовані на максимізацію своєї конкурентоспроможності. Це може включати:

- 1) ідентифікацію місця підприємства в ринковому сегменті;
- 2) виявлення його унікальних конкурентних переваг;
- 3) формування відповідної стратегії для їх реалізації.

Ще одним важливим аспектом конкурентоспроможності є якість продукції та послуг, що надаються підприємством. Сучасні споживачі дуже вимогливі, тому якість стає одним з ключових чинників, що визначають вибір клієнта. Підприємство повинно працювати над покращенням своїх процесів та використанням новітніх технологій для досягнення високої якості продукції та послуг. Однак, лише якість не є достатньою для досягнення конкурентоспроможності. Важливо також розуміти потреби та бажання споживачів і відповідно адаптувати свою продукцію та послуги до них. Це включає в себе:

- 1) аналіз ринку та збір інформації про зміни в споживчих перевагах;
- 2) гнучкість в операціях, щоб задовольняти індивідуальні потреби клієнтів;
- 3) здатність оперативно реагувати на зміни у вимогах ринку.

Далі, підприємство повинно встановлювати конкурентні ціни на свою продукцію, забезпечуючи відповідне співвідношення між ціною і якістю для споживачів. Також важливо враховувати динаміку цін, зниження вартості виробництва і ефективне використання ресурсів.

Ще одним ключовим компонентом конкурентоспроможності є інновації. Підприємства, які не змінюються та не інвестують у нові технології, ризикують залишитися у відсталій позиції на ринку. Інновації можуть охоплювати самі продукти, які пропонує підприємство, але також і процеси виробництва, маркетингу та управління. Підприємства повинні активно шукати нові способи покращення, впроваджувати нові ідеї та технології, які дозволяють їм бути передовими у своїй галузі.

Наступним чинником є ефективність виробництва, за яким підприємство повинно забезпечувати ефективне використання ресурсів і оптимальну організацію виробничих процесів. Це дозволяє знизити витрати, покращити якість і швидкість виробництва і забезпечити конкурентні переваги.

Правильна стратегія маркетингу і реклами дозволяє залучати нових клієнтів і зберігати існуючих. Підприємство повинно: 1) активно просувати свою продукцію; 2) створювати привабливий імідж на ринку.

Здатність до адаптації до змін на ринку, оперативне реагування на зміни вимог споживачів і конкурентів, а також навички управління і лідерства також впливають на конкурентоспроможність підприємства.

Однак, конкурентоспроможність не є постійною і вимагає постійного контролю і вдосконалення. Підприємство повинно постійно аналізувати ринок, вивчати поведінку конкурентів і споживачів, а також оцінювати власні потенційні переваги і недоліки. Тільки таким чином підприємство може забезпечити свою конкурентоспроможність і стійкий розвиток у довгостроковій перспективі.

Конкурентоспроможність – це не статичний процес, а постійна робота та переосмислення своїх стратегій та процесів. Підприємство повинно бути готове до змін та пристосування до нових реалій ринку. Це включає в себе постійний аналіз конкурентного середовища, вивчення нових тенденцій та потоків інновацій, а також впровадження ефективного управління змінами.

Таким чином, конкурентоспроможність є ключовим чинником стійкого розвитку підприємства. Вона визначає його успіх на ринку та здатність впроваджувати нові ідеї, вдосконалюватися та адаптуватися до змін. Для досягнення конкурентоспроможності підприємства повинні розробляти стратегії, які сприятимуть високій якості продукції та послуг, а також надавати інновації, що задовольняють потреби клієнтів. Тільки таке підприємство зможе залишатися конкурентоспроможним і забезпечувати стійкий розвиток у сучасному світі.

Список використаних джерел

1. Брінь П. В., Нехме М. Н. Конкурентоспроможність підприємства:

сутність, показники та методичні засади динамічної оцінки. Причорноморські економічні студії. 2021. Вип. 64. С. 36-43.

2. Баштовий Д. М., Небава М.І. Теоретичні аспекти аналізу конкурентоспроможності підприємств. Економічна наука. 2019. С.135-139.

3. Герасимова В. О., Резанов Е. О. Конкурентоспроможність підприємства: сутність та фактори впливу в сучасних умовах. Економічний простір. 2020. №154. С. 93-97.