

УДК 338.1:330.3

Сорока І. В., аспірант спеціальності 051 Економіка

Науковий керівник: Вагонова О.Г., д-р екон. наук, проф. кафедри прикладної економіки, підприємництва та публічного управління

(Національний технічний університет «Дніпровська політехніка», м. Дніпро, Україна)

СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

В сучасних умовах здійснення підприємницької діяльності запорукою її успіху, стабільності і процвітання, а також зростання прибутковості є конкурентоспроможність підприємства. Вперше здатність підприємства отримувати прибуток за допомогою створення конкурентоспроможного товару виділив М. Портер, який визначив конкурентоспроможність підприємства як «змагальну здатність здійснювати свою діяльність в умовах ринкових відносин і отримувати при цьому прибуток, достатню для науково-технічного вдосконалення виробництва, стимулювання працівників і підтримки працівників (їх роботи) на високому якісному рівні» [1].

Конкурентоспроможність підприємства – здатність до виробництва та реалізації швидше, дешевше, товарів вищої якості ніж конкуренти, продавати в достатній кількості, при високому технологічному рівні обслуговування [2].

Дж. Манзелла, міжнародний оглядач глобального бізнесу, торговельної політики та економічних тенденцій, виділив п'ять важливих стратегій конкурентоспроможності підприємств [3]:

– *зосередження на основних компетенціях підприємства* – дозволяє підприємству краще зосередитись на своєму основному продукту і передати несуттєві функції іншому бізнесу;

– *залучати та утримувати необхідні таланти* – потрібні висококваліфіковані працівники, здатні критично мислити, вирішувати складні аналітичні проблеми та маніпулювати складними технологіями;

– *максимальна орієнтація на клієнта* – підприємства повинні стати більш орієнтованими на клієнта та задовольняти мінливі потреби та бажання покупців більшою мірою;

– *зменшення витрат* – підприємства повинні продовжувати вдосконалювати процеси та оптимізувати роботу, заохочувати більшу комунікацію та координацію між усіма відділами компанії, оскільки більша економія, яка передається споживачам, забезпечить підприємству конкурентну перевагу;

– *вихід за межі внутрішнього ринку через експорт або інвестиції* – у багатьох випадках створення стратегічних альянсів і партнерств є правильною стратегією для розуміння конкретних потреб ринку та демографічних тенденцій, які часто виявляють смаки споживачів і звички витратити.

На окремому ринку, конкурентоспроможність підприємства визначається як потенційна можливість задовольняти потреби покупців краще, ніж конкуренти. Для вирішення такого завдання потрібне залучення різних підходів, встановлення часових рамок їх застосування, контроль залежностей від умов внутрішнього і зовнішнього середовища, які постійно змінюються. Підприємство повинно проявляти гнучкість, еластичність до змін зовнішнього середовища і своєчасно реагувати на ці зміни. В даний час діяльність підприємств стає все більш складним, різноплановим і динамічним. Технології, інформація, гроші, система менеджменту змінюються набагато швидше, ніж раніше, приводячи до створення нові конкурентні ринки.

Задля отримання конкурентних переваг на ринку, підприємства постійно змушені розробляти і впроваджувати стратегії розвитку. Витримувати і продовжувати конкурентну боротьбу підприємствам допомагають, такі інфраструктури елементи як

телекомунікації, транспорт, рівень освіти та технічні навички заохочують конкуренцію. В сучасних умовах бути конкурентоздатним – означає завжди йти нарівні з технічним, технологічним, інформаційним прогресом, враховуючи зовнішні та внутрішні фактори. Підвищення конкурентоспроможності підприємства досягається шляхом орієнтації підприємства на споживача, поліпшення якості продукції, впровадження інноваційної політики, більш якісного використання ресурсів, в тому числі людських, поліпшення умов роботи і ряду інших факторів.

Розробляючи дієву стратегію розвитку підприємства, потрібно враховувати, що вона повинна бути визначена як чіткий план, котрий містить певний комплекс рішень щодо вибору пріоритетного і запасних напрямків розвитку підприємницької структури, визначення її основних цілей, а також моделі дій щодо формування та ефективного використання конкурентних переваг у своїй галузі.

Беззаперечним є той факт, що сьогодні в економічній науці розроблено багато дієвих варіантів стратегії розвитку підприємства в умовах конкуренції на ринку. Але не всі вони є універсальними та можуть успішно застосовуватись до діяльності конкретної підприємницької структури.

Тому при виборі найбільш прийняттого виду стратегії розвитку підприємства слід враховувати наступні фактори:

- вплив факторів зовнішнього оточення на підприємство;
- сильні і слабкі сторони підприємства;
- стадія життєвого циклу підприємства;
- напрямки діяльності;
- базова концепція досягнення конкурентних переваг і галузева позиція [4].

З-поміж стратегії забезпечення конкурентоспроможності підприємства активно використовуються товарно-ринкова, ресурсно-ринкова, технологічна та, особливо, соціальна. Для отримання синергічного ефекту дані стратегії доцільно впроваджувати комплексно в різних комбінаціях, що дозволить максимально зменшити ризики для підприємства, враховуючи особливості вітчизняного ринку в умовах війни [5].

Отже, ринкова конкуренція ставить перед підприємствами завдання щодо пристосування до вимог мінливого конкурентного середовища функціонування, зокрема завдяки розв'язанню проблеми формування ефективної стратегії розвитку підприємства. Саме ретельно розроблена стратегія розвитку підприємства забезпечує його можливість зберігати або розширювати конкурентні переваги на цільовому ринку та впливати на ринкову ситуацію через пропозицію якісної продукції чи послуги, задовольняючи специфічні вимоги споживачів і забезпечуючи ефективність функціонування підприємницької структури.

Список використаних джерел:

1. Портер, М. (2020) Конкурентна стратегія. Техніки аналізу галузей і конкурентів / Майкл Портер ; пер. з англ. Наталія Кошманенко. Київ : Наш формат. 2020. 416 с.
2. Головка-Марченко І.С. (2013) Сучасні підходи до розуміння сутності поняття «конкурентоспроможність підприємства». *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2013. № 43. С. 67-73.
3. John Manzella. Five Essential Strategies To Enhance Competitiveness. URL: <http://www.manzellareport.com/index.php/strategies-section/826-five-essential-strategies-to-enhance-competitiveness>
4. Методологічні засади формування стратегії розвитку підприємства. (2018) *Економіка і організація управління*. 2018. № 3. С. 118-125. URL: <https://doi.org/10.31558/2307-2318.2018.3.13>
5. Сапотницька Н.Я., Козак В.Є. (2023) Стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства та їх синергія в умовах війни. *Трансформаційна економіка 2023*. № 2 (02). С. 49–52.