

## **СТРАТЕГІЇ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

Конкурентоспроможність - слово яке тісно пов'язане з будь якою підприємницькою діяльністю і визначає його здатність до успішного виживання та розвитку. Конкурентоспроможність є ключовим фактором, який впливає на прибутковість, ринкову частку та стабільність підприємства. Однак, в умовах постійної зміни ринкових умов та зростання конкуренції, підприємства постійно шукають нові стратегії для підвищення своєї конкурентоспроможності. Тому потрібно дослідити різні стратегії, які можуть використовувати підприємства для підвищення своєї конкурентоспроможності, включаючи стратегію лідерства на основі низьких витрат, стратегія диференціації, стратегія концентрації на ринковій ніші, стратегія найкращої вартості, стратегія інновації .

Щоб забезпечити лідируючу позицію підприємства на ринку, нині важливим стратегічним завданням стає випередження конкурентів у розробці і освоєнні нових товарів, нової технології, нового дизайну, нового рівня витрат виробництва, нових цін, нововведень у системі розподілу і збуту. У сучасних умовах тільки наявність робочої сили, капіталу та сировини вже практично не забезпечує конкурентоспроможність підприємства саме тому, що вони стали широкодоступними, а отже, отримати переваги за рахунок цих відмінностей вже неможливо. Підприємства України все менше виробляють продукції, оскільки вона не є конкурентоспроможною на ринку і не може бути реалізованою, і все більше її імпортують. Про це свідчать невтішні результати економічного розвитку нашої країни за останні роки [1, ст.118].

Основними причинами зниження конкурентоспроможності підприємств вважаються погіршення якості ресурсів (зниження кваліфікації кадрів, зростання витрат тощо); зменшення тиску з боку споживачів; старіння технологій; хибні цілі та завдання; втрата підприємством швидкої адаптації; ослаблення

внутрішньої конкуренції; коливання кон'юнктури ринку; зниження конкурентного потенціалу; відсутність чіткої стратегії. Правильно обрана та адекватно змістовно наповнена стратегія допоможе підприємству знову стати конкурентоспроможним [1, ст.119].

Розглянемо 5 ключових стратегій підвищення конкурентоспроможності:

1. Стратегія лідерства у витратах характеризується створенням стійких переваг у витратах перед конкурентами і прагненням стати постачальником на ринок найдешевших товарів, привабливості для широкого кола споживачів [2, ст. 267]. Реалізація конкурентних переваг на основі низьких витрат можлива за таких умов: попит еластичний за ціною; відсутня можливість для диференціації продукту; галузева продукція стандартизована, покупець може придбати її у різних продавців; підприємство має доступ до джерел дешевої сировини, робочої сили або іншими джерелами зниження собівартості продукції [3, ст. 305].

2. В основі знаходиться прагнення зробити свою продукцію унікальною, щоб вона вигідно відрізнялася від товарів конкурентів, а за рахунок цього стала більш привабливою для широкого кола покупців. Успіх під час реалізації цієї стратегії може бути забезпечений тільки за умови ретельного вивчення потреб покупців [2, ст. 267]. Успішна стратегія диференціації дозволяє підприємству: отримати додаткову ціну за свою продукцію; збільшити обсяг продажів (за рахунок додаткових покупців, які будуть отримані завдяки індивідуалізованим властивостям); домогтися прихильності покупців своєї торгової марки [3, ст. 305].

3. Стратегію концентрації від стратегій низьких витрат і диференціації відрізняє те, що ця стратегія зосереджує свою увагу на вузькій ділянці всього ринку. Використовуючи таку стратегію виробник може досягти конкурентної переваги завдяки: меншим, ніж у конкурентів, витратам при обслуговуванні цієї ринкової ніші; здатності запропонувати споживачам, що знаходяться в ніші щось відмінне від запропонованого конкурентами. Стратегія концентрації базується на низьких витратах,

обумовлених купівельним сегментом, вимоги якого легше задовольнити, ніж вимоги решти ринку [3, ст. 306].

4. Стратегія найкращої вартості полягає в тому, що в ній упор робиться на пропозицію споживачам більшої реальної цінності товару шляхом поєднання низьких витрат і диференціації якості. Щоб стати виробником з найкращою вартістю, підприємству необхідно забезпечити високу якість продукції, а також надати їй необхідні якості за більш низьких, ніж у конкурентів, витрат [2, ст. 267].

5. Інноваційна стратегія - передбачає формування цілого комплексу заходів з технологічного вдосконалення виробництва, зміни організаційної структури підприємства, впровадження сучасних технологій управління. Стратегія передбачає послідовну поведінку, що дозволяє підприємству позиціонувати себе в навколишньому середовищі, а зміни в стратегії є реакцією на зміни зовнішніх умов. Розробка конкурентної стратегії дозволить підприємству: значно розширити клієнтську базу і збільшити обсяг продажів; підвищити конкурентоспроможність продукції/послуг; створити інструмент масового залучення клієнтів [3, ст. 306].

Тож проаналізувавши 5 стратегії можна дійти висновку що кожна стратегія індивідуальна і має свої характеристики. Підвищення конкурентоспроможності є найважливішою складовою процесу управління діяльністю господарюючого суб'єкта в цілому, маючи при цьому свої чітко виражені особливості. І тому при виборі стратегії потрібно чітко визначити місію та цілі підприємства; оцінити сильні та слабкі сторони формування конкурентної позиції, щоб в кінцевому результаті така стратегія дала потрібний результат і була ефективною.

### **Список використаних джерел**

1. Халімон Т.М. Стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства. Науковий вісник Ужгородського національного університету. 2016. № 10 с.118-119.-Режим доступу // <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream>

2. Дзеніс О.О. Вдосконалення стратегії підвищення міжнародної конкурентоспроможності підприємства. Глобальні та національні проблеми

економіки. 2018. № 21 .-Режим доступу <http://global-national.in.ua/archive/21-2018/54.pdf>

3. Пріхно В.В. Конкурентоспроможність підприємства та обґрунтування стратегії підвищення її рівня. Розвиток європейського простору очима молоді: економічні, соціальні та правові аспекти, 27 квітня 2018. - Режим доступу // [http://www.repository.hneu.edu.ua/bitstream/123456789/19609/1/%D0%9F%D1%80%D0%B8%D1%85%D0%BD%D0%BE\\_304.pdf](http://www.repository.hneu.edu.ua/bitstream/123456789/19609/1/%D0%9F%D1%80%D0%B8%D1%85%D0%BD%D0%BE_304.pdf)