

УДК 339.137.2:658

*Бутенко Д.С.,  
кандидат економічних наук, доцент,  
доцент кафедри підприємства і торгівлі  
Пузач Є.В.,  
здобувач вищої освіти,  
Харківський національний економічний університет  
імені Семена Кузнеця*

## **ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

Для успіху на ринку в умовах глобалізації та мінливого зовнішнього середовища особливого значення набувають питання забезпечення конкурентоспроможності бізнес-структур. В таких умовах підприємці повинні адаптуватися до змін, шукаючи нові способи покращення своїх сильних сторін (конкурентних переваг). Саме тому, стає доцільним, проводити аналіз та коригування факторів, що впливають на рівень конкурентоспроможності, включаючи якість продукції, рівень обслуговування клієнтів, інноваційність і фінансову стійкість тощо.

Теоретико-методологічні питання забезпечення конкурентоспроможності підприємства висвітлені у роботах багатьох науковців, а саме: Бугай В. З., Сидоренко В. О. [2], Головчук Ю. О., Пчелянська Г. О. [3], Портер М. [1], Шульга М. О. [4], Яремченко Л. М. [5] та інші.

Так, наприклад, Бугай В. З. і Сидоренко В. О. розглядають в своїй роботі [2] основні методи підвищення конкурентоспроможності підприємства, включаючи використання нових технологій, оптимізацію виробничих процесів і ефективність управління ресурсами. Автори наголошують на важливості постійного вивчення ринкових тенденцій та розробки стратегій залучення та утримання клієнтів.

В свою чергу, Головчук Ю. О. та Пчелянська Г. О. [3] висвітлюють аспекти підвищення конкурентоспроможності підприємства через призму інноваційного розвитку. Вчені підкреслюють, що інновації є ключовим фактором, що дозволяє компаніям адаптуватися до змін у своєму середовищі та активно

впливати на них, створюючи нові ринки та розв'язуючи проблеми, які цікавлять клієнтів.

У книзі «Стратегія конкуренції»[1] Майкл Портер досліджує стратегічне управління та конкурентні переваги підприємств. Він пропонує різні стратегії для досягнення успіху на ринку та пропонує стратегії «5 сил Портера», яка допомагає здійснювати аналіз конкурентного середовища та виявляти можливості створення конкурентних переваг. Модель «5 сил Портера» представлена в табл. 1 включає наступні п'ять основних сил, які визначають структуру і конкурентну динаміку галузі чи ринку.

Таблиця 1

### П'ять сил Портера

Сила	Опис
Загроза нових учасників	визначає, наскільки легко нові компанії можуть увійти на ринок. висока загроза може призвести до збільшення конкуренції та зниження прибутковості, а низька може створювати бар'єри для вступу.
Постачальники	оцінює вплив постачальників на підприємство. якщо постачальники мають великий вплив, вони можуть визначати ціни та умови постачання, що може негативно позначитися на прибутковості підприємства.
Покупці	визначає вплив покупців на підприємство. якщо покупці мають великий вплив, вони можуть диктувати умови, змушуючи підприємство знижувати ціни та покращувати якість продуктів чи послуг для збереження покупної активності.
Загроза заміщення	вказує на легкість, з якою споживачі можуть замінити продукт чи послугу альтернативами. висока загроза заміщення може обмежити можливість підприємства підвищувати ціни та стимулювати пошук інновацій та покращень.
Конкуренція в галузі	оцінює рівень конкуренції між наявними гравцями на ринку. велика конкуренція може призвести до падіння цін та зниження прибутковості, тому підприємствам необхідно активно працювати над збереженням своєї конкурентної переваги.

\* розроблено авторами за [1].

Таким чином, модель «5 сил Портера» надає компаніям цінний інструмент для глибокого аналізу галузевої структури та динаміки конкуренції, допомагаючи формулювати стратегії, які максимізують можливості та мінімізують ризики розширення.

При формуванні стратегії доцільно враховувати такі напрями: оцінка конкурентів, аналіз уподобань споживачів, етап життєвого циклу продукту, наявність техніко-технологічних можливостей, аналіз наявних ресурсів компанії та цінова політика.

Реалізація стратегії забезпечення конкурентоспроможності підприємства надасть можливість підприємству залучати нових клієнтів, збільшувати свою частку на ринку, підвищувати прибутковість, впроваджувати інновації, зберігати та залучати кваліфікований персонал, а також ефективно впливати на соціально-економічний розвиток при цьому мінімізувати ризики.

### **Список використаних джерел:**

1. Porter M. E., *Strategy C. Techniques for analyzing industries and competitors* / M. E. Porter, C. Strategy // *Competitive Strategy*. New York: Free – 1980.

2. Бугай В. 3. Основні напрями підвищення конкурентоспроможності підприємства / В. 3. Бугай, В. О. Сидоренко // *Modern Economics* – 2019. – №14. – С.33-38. – Режим доступу : <https://dspace.tnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/6116>

3. Головчук Ю. О. Особливості формування стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства на основі парадигми інноваційного розвитку / Ю. О. Головчук, Г. О. Пчелянська // *Економіка та держава* – 2020. – №.3. – С.66-70.

4. Шульга М. О. Розроблення напрямів підвищення конкурентоспроможності підприємства / М. О. Шульга // *Підприємництво та інновації* – 2020. – №.12. – С.135-141.

5. Яремченко Л. М. Конкурентоспроможність підприємства / Л. М. Яремченко, О. Г. Янковський. – Одеса : Вид. Атлант, 2017. – С.57-66