

УДК 331.101.3

Дубей Ю.В.¹, Папіж Ю.С.², Жупінас К.О.³

¹ к.е.н., доц. НТУ «Дніпровська політехніка», Україна

² к.е.н., доц. НТУ «Дніпровська політехніка», Україна

³ бакалавр кафедри менеджменту, група 073-213-1, «НТУ «Дніпровська політехніка», Україна

ЧИННИКИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Конкурентоспроможність підприємства є одним із важливих аспектів ринкового середовища, який характеризує можливість підприємства адаптуватися до умов ринку і посісти провідне місце і втримати його якомога довше. На сучасному етапі конкурентний ринок характеризується стрімким зростанням вимог споживачів, що свідчить про посилення конкурентної боротьби, зміцнення позицій конкурентів і скорочення строків впровадження інноваційних технологій. Конкуренція змушує суб'єктів ринку постійно тримати під контролем дії власних суперників, ухвалювати рішення, що зумовлюють подолання негативних наслідків їхнього конкурентного тиску та сприяють стабільному розвитку суб'єкта в умовах конкуренції, тобто забезпечують його конкурентоспроможність.

Проблема управління конкурентоспроможністю підприємства стає нагальною для сучасних підприємств, адже світова криза загострила важку ситуацію в конкурентній боротьбі підприємств. За відсутності проведення адекватної та своєчасної оцінки рівня власного конкурентного потенціалу, виявлення й аналізу факторів безпосереднього впливу на конкурентні позиції підприємства, його керівництво унеможливорює розробку та впровадження стратегії існування та функціонування організації [1].

Підвищення конкурентоспроможності підприємства необхідно розглядати як довгостроковий послідовний процес пошуку й реалізації управлінських рішень у всіх сферах його діяльності, здійснюваний планомірно, відповідно до обраної стратегії довгострокового розвитку.

До організаційних заходів, що підвищують рівень конкурентоспроможності підприємства, відносять: забезпечення пріоритетності продукції; зміну якості виробу і його технічних параметрів з метою обліку вимог споживача та його конкретних запитів; виявлення переваг товару порівняно із заміниками; виявлення недоліків товарів-аналогів, які випускають конкуренти; вивчення заходів конкурентів з удосконалення аналогічних товарів; виявлення й використання цінових факторів підвищення конкурентоспроможності продукції; нові пріоритетні сфери використання продукції; диференціація продукції, що забезпечує

відносно стійкі переваги споживачів, які віддаються певним видам взаємозамінних товарів [2].

Розширення асортименту та надання додаткових послуг - потужні інструменти для підвищення конкурентоспроможності підприємства. Вони дозволяють задовольнити ширший спектр потреб клієнтів, створити додаткову цінність та виділитися серед конкурентів [3, 4].

Розширення асортименту: Пропонування більшого вибору товарів або послуг дає підприємству можливість залучити нових клієнтів, а також утримати існуючих, які шукають різноманітніші рішення. Це може бути, наприклад, додавання нових кольорів, розмірів, смаків або функцій до існуючих продуктів, або ж розширення на основі нових категорій.

Надання додаткових послуг: Додаткові послуги, такі як персоналізовані консультації, доставка, післяпродажне обслуговування, інсталяція, або навіть фінансування, можуть значно підвищити задоволеність клієнтів та збільшити їх лояльність. Це може бути надання гарантії, онлайн-підтримка, розширення можливостей онлайн-замовлень та інші.

Розширення асортименту та надання додаткових послуг є важливими факторами для підвищення конкурентоспроможності підприємства. Це спонукає підприємство до постійного вдосконалення якості та інновацій. Ефективне управління асортиментом та стратегічні інвестиції, згідно з наявними дослідженнями, також відіграють ключову роль у досягненні конкурентної переваги. Підприємства повинні зосереджуватися на цих аспектах для забезпечення сталого зростання та успіху на ринку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Євтушенко Н.О., Дрокіна Н. І., Савенко Н. В. Стратегічне управління конкурентоспроможністю підприємства: теоретичний аспект. *Економічний простір*. 2020. № 156, С. 129–135. DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/156-23>.

2. Конкурентоспроможність бізнесу (підприємства): Навч. посіб. у питаннях і відповідях. Харків. Право, 2022. 312 с. URL: https://library.nlu.edu.ua/POLN_TEXT/SENMK/Shevchenko_Konkur.pdf. (дата звернення 12.05.2025).

3. Гужавіна І. В., Раздорожна Д. Д. Механізм підвищення конкурентоспроможності підприємства. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. 2021. № 1(35), С. 51–54.

4. Герасимова В. О., Резанов Е. О. Конкурентоспроможність підприємства: сутність та фактори впливу в сучасних умовах. *Економічний простір*, 2020. № 154, С. 93–97. DOI : <https://doi.org/10.32782/2224-6282/154-17>.