

Д-р екон. наук Яровенко Т. С., Гарагуля А. А.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

**РОЗРОБКА ЗАХОДІВ З ПІДВИЩЕННЯ
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ БІЗНЕСУ
В УМОВАХ АДАПТАЦІЙНИХ ЗМІН**

У сучасних умовах стрімких змін бізнес-середовища, викликаних глобалізацією, технологічними інноваціями, економічною нестабільністю та кризовими явищами, підприємства стикаються з необхідністю адаптації для збереження конкурентоспроможності. Український бізнес, зокрема, змушений реагувати на виклики війни, нестабільності ринків, зміну споживчих пріоритетів і прискорену цифровізацію. Питання конкурентоспроможності вивчалися вітчизняними та закордонними вченими й фахівцями-практиками, такими як: як Д. Рікардо, К. Макконнелл, М. Портер, А. Градов, Д. Юданов, Г. Азоев, С. Брю, Р. Фатхутдінов та інші.

Економічне поняття «конкуренція» з латинської означає «conspicuentia» – «збігаюся», «зіштовхуюся» та трактується як суперництво між учасниками ринку за кращі умови виробництва, продажу товарів та послуг [3]. Бугріменко Р.М. та Смірнова П.В. потенціалом конкурентоспроможності підприємства вважають властивість забезпечити ринкові потреби у продукції за номенклатурною позицією, обсягом, характеристиками, якістю та ціною у межах потенціалу підприємства на певному рівні: вище, нижче або на рівні конкурентів з урахуванням використання конкурентоспроможності та потенціалу її розвитку [1]. Одним із ключових її факторів є рівень задоволеності споживачів. Це включає якість продукції, швидкість обслуговування, гнучкість у виконанні замовлень, а також післяпродажний сервіс. Оцінка рівня конкурентоспроможності підприємства передбачає визначення чинників, наприклад, щодо ставлення покупців до продукції та підприємства, впливу законодавчих змін, динаміки ринків тощо, що призводить до ринкової частки й прибутку. Усі чинники конкурентоспроможності можна умовно поділити на зовнішні та внутрішні (рис. 1).

Розглянемо основні способи підвищення конкурентоспроможності:

1. Ґрунтовне вивчення запитів споживачів і аналіз конкурентів. Проведення маркетингових досліджень та аналізу поведінки споживачів допомагає компаніям

краще розуміти потреби клієнтів і швидко адаптувати свої стратегії. Використання інструментів Big Data та CRM-систем дає можливість збирати та аналізувати інформацію, що дозволяє будувати ефективні бізнес-моделі. Постійний моніторинг діяльності конкурентів дозволяє підприємствам передбачати ринкові тенденції та впроваджувати конкурентні рішення.



**Рис. 1. Чинники конкурентоспроможності підприємства у сучасних умовах
(побудовано на основі джерела [2])**

2. Обґрунтована рекламна політика. Використання ефективних рекламних каналів, таких як цифровий маркетинг, соціальні мережі та контент-маркетинг, допомагає підвищити впізнаваність бренду. Проведення таргетованих рекламних кампаній сприяє залученню цільової аудиторії, що дозволяє підприємству розширювати ринок збуту та зміцнювати свої позиції.

3. Створення нової продукції. Інноваційні розробки та аналіз потреб ринку допомагають створювати продукцію, що відповідає сучасним вимогам споживачів. Гнучке виробництво дозволяє швидко адаптуватися до змін у попиті, що забезпечує конкурентні переваги.

4. Покращення якісних характеристик продукції. Контроль якості на всіх етапах виробництва, використання високоякісних матеріалів та відповідність міжнародним стандартам сертифікації сприяють підвищенню довіри до бренду та формуванню лояльності споживачів.

5. Модернізація обладнання. Автоматизація виробничих процесів та впровадження енергоефективних рішень дозволяють знизити собівартість продукції та підвищити продуктивність праці.

6. Всебічне зниження витрат. Оптимізація бізнес-процесів, мінімізація операційних витрат та використання методів Lean Management допомагають компаніям ефективніше використовувати ресурси, що сприяє підвищенню конкурентоспроможності.

Застосування цих заходів дозволить підприємствам підвищити рівень конкурентоспроможності, адаптуватися до швидких змін ринку та забезпечити довгостроковий розвиток. Отже, розробка заходів з підвищення конкурентоспроможності бізнесу в умовах адаптаційних змін є актуальною науковою та практичною задачею, яка сприятиме розвитку стійких і гнучких бізнес-структур в сучасному економічному середовищі.

Список використаних джерел:

1. Бугріменко Р.М., Смірнова П.В. Конкурентоспроможність підприємства: навч. посіб. Харків: Харківський державний університет харчування та торгівлі, 2021, 244 с.
2. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення: монографія / за ред. О.Г. Янкового. Одеса: Атлант, 2013, 470 с.
3. Шевченко Л.С. Конкурентоспроможність бізнесу (підприємства): навч. посіб. у питаннях і відповідях. Харків: Право, 2022, 312 с.

Д-р екон. наук Яровенко Т. С., Літвін Я. І.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

СУЧАСНІ ПІДХОДИ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА СФЕРИ ТОРГІВЛІ

Отримання стійких конкурентних переваг на ринку у сучасних умовах забезпечуються шляхом впровадження інновацій. Це особливо актуально для підприємств сфери торгівлі в умовах цифровізації. Саме тому впровадження сучасних підходів й механізмів управління інноваційною діяльністю підприємств торгівлі в Україні є стратегічно важливим для їх виживання у кризових умовах.