

УДК 658

DOI:10.5281/zenodo.11842994

О.В. Козирєва, д-р екон. наук, проф. (ХНУ ім. В.Н. Каразіна, Харків)
Є.О. Дітковська, здоб. ОС «бакалавр» (ХНУ ім. В.Н. Каразіна, Харків)

ДОСЛІДЖЕННЯ ТА УДОСКОНАЛЕННЯ КОНКУРЕНТНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА НА ЗОВНІШНІХ РИНКАХ

У сучасному світі, де глобалізація визначає економічні та комерційні взаємовідносини, підприємства мають постійно адаптуватися до змін, щоб зберегти конкурентну перевагу на зовнішніх ринках. Дослідження та удосконалення конкурентної стратегії є не лише необхідністю, але й вирішальним кроком для досягнення успіху в глобальному бізнесі.

Однією з ключових складових успішної конкурентної стратегії є ретельне дослідження зовнішніх ринків. Це означає вивчення особливостей кожного ринку, його потреб, тенденцій, конкурентів та правових норм. На основі цього дослідження підприємство може розробити стратегію, спрямовану на максимізацію вигод від присутності на цих ринках. Висока конкурентоспроможність підприємства є важливою передумовою його стійкого розвитку та прибутковості. Підвищення конкурентоспроможності - це складний процес, що вимагає системного управління та розглядається як послідовна стратегія, здійснювана у відповідності до обраної стратегії розвитку та з урахуванням змін у зовнішньому середовищі [1].

Управління змінами дозволяє організаціям ефективно адаптуватися до змін у середовищі та зберігати свою конкурентну перевагу. Це важлива стратегія, яка допомагає підприємствам досягти стабільності та успіху в умовах постійної зміни [3].

Підвищення конкурентоспроможності підприємства вимагає не лише розробки стратегії, але й ефективного впровадження змін у всі сфери його діяльності. Існують різні методи управління змінами, кожен з яких має свої особливості та можливості для підвищення ефективності підприємства.

Один із методів, орієнтований на людей та культуру організації, сприяє покращенню відносин між членами колективу та підвищенню ефективності роботи групи. Прикладом застосування цього методу є впровадження гнучкого графіку роботи, що сприяє підвищенню мотивації персоналу та покращенню робочого клімату.

Серед сучасних методів управління змінами особливе місце займає реінжиніринг бізнес-процесів. Цей метод передбачає радикальне

перепроєктування бізнес-процесів організації з метою підвищення її конкурентоспроможності [4]. Проект реінжинірингу може включати в себе створення цілком нових процесів, які раніше не існували в компанії. Прикладом успішного застосування цього методу є компанія "Procter&Gamble", яка завдяки реінжинірингу своїх бізнес-процесів досягла значного підвищення ефективності та конкурентоспроможності.

Стратегія диференціації – це важливий інструмент у світі бізнесу, який дозволяє підприємствам виділитися серед конкурентів і зайняти вигідну позицію на ринку [5]. Ця стратегія базується на ретельному вивченні потреб споживачів і створенні продуктів або послуг, які задовольняють їхні очікування краще, ніж існуючі альтернативи.

Стратегія ментального айкідо відкриває нові можливості для компаній, спрямованих на досягнення конкурентної переваги та забезпечення стабільного розвитку в умовах постійної боротьби на ринку. Замість прямої конфронтації з конкурентами, ця стратегія пропонує використовувати їхні сильні сторони для досягнення власних цілей, що дозволяє уникнути витрат на безплідну боротьбу і зосередитися на розвитку власних потенціалів.

Сутність стратегії ментального айкідо полягає в тому, щоб використовувати енергію та ресурси конкурентів не для прямого зіткнення, а для досягнення своїх цілей. Це може означати здійснення спільних проектів або утворення стратегічних альянсів з конкурентами, щоб об'єднати зусилля у вирішенні спільних завдань і виграти на ринку разом [2].

У контексті стратегії ментального айкідо, стратегічні альянси стають важливим інструментом для досягнення успіху на ринку. Вони дозволяють компаніям об'єднати свої сили та ресурси для досягнення спільних цілей, збільшуючи таким чином свою конкурентоспроможність і забезпечуючи стабільний розвиток.

У світі, де конкуренція посилюється кожному мить, мудрість полягає в тому, щоб не лише привертати нових клієнтів, а й зберігати тих, що вже є. Відповідь на цей виклик лежить у використанні систем управління взаємовідносинами з клієнтами (CRM), що стають необхідним інструментом для сучасного бізнесу.

CRM не лише спрощує процеси ведення бізнесу, але і трансформує його, змушуючи підприємства думати і діяти з орієнтацією на клієнта. Ця стратегія, що базується на використанні передових управлінських та інформаційних технологій, ставить за мету не просто здійснення угод, але й побудову довгострокових відносин з клієнтами.

Навіть у світі, насиченому різноманітними CRM-системами, вибір правильного рішення може бути важливим кроком у успішному бізнесі. При цьому, різні компанії можуть знайти свій ідеальний варіант серед широкого спектру доступних платформ, таких як "АмоCRM", "SAP CRM", "Microsoft Dynamics CRM", "Мегаплан" або "Мотив" [6].

Отже, системи управління взаємовідносинами з клієнтами стають не просто інструментом, але і стратегічним партнером сучасного бізнесу. Вони допомагають організаціям зосередитися на потребах своїх клієнтів, забезпечуючи шлях до стабільності, росту та успіху.

Удосконалення конкурентної стратегії підприємства на зовнішніх ринках - це необхідна складова успішного міжнародного бізнесу в умовах постійних змін та конкурентного середовища. Дослідження є ключовим етапом у розробці ефективної стратегії, оскільки воно дозволяє зрозуміти потреби та очікування клієнтів, аналізувати конкурентні переваги та недоліки, а також оцінювати зовнішні та внутрішні фактори, що впливають на бізнес. Удосконалення стратегії ґрунтується на цих дослідженнях і включає в себе визначення чіткої місії та цілей, розробку унікальних пропозицій продажу, вибір оптимальних методів розповсюдження продукції, а також вдосконалення маркетингових ініціатив.

Інформаційні джерела

1. Бондаренко С.М. Конкурентні переваги – унікальні особливості сучасних підприємств. Науковий вісник Ужгородського національного університету. 2017. Вип. 15. Ч. 1. С. 42-45.

2. Єлець О.П. Сутність конкуренції та конкурентоспроможності підприємства. Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. 2016. №1(10). С. 58-64

3. Костюк В. Стратегія формування конкурентних переваг підприємства в сучасних умовах ринку. Галицький економічний вісник. 2019. № 3 (58).

4. Соколова Л. В., Галанов О. Р. Конкурентні переваги підприємства як елемент конкурентної боротьби. Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я: зб. тез доп. ХХХ міжнар. наук.-практ. конф. MicroCAD-2022, м. Харків: НТУ «ХПІ». 19-21 жовтня 2022 р. С. 604.

5. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення: монографія / за заг ред. О.Г. Янкового. Одеса: Атлант, 2019. 470 с.

6. The interstate development of human capital accounting: Assessment and modeling of the economic effect / M. Chyzhevska, S. Sytniakivska, M. Demydova, S. Bebko, P. Puzrova, V. Dovbush, N. Klymenchukova // International Journal of Advanced and Applied Sciences (IJAAAS). 2022. Volume 9, Issue 4 (April). P. 35- 43.