

## Особливості забезпечення конкурентоспроможності фірми з вузькою спеціалізацією

**Олексій Реснянський**

*здобувач освітньої програми «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»,  
ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», м. Київ, Україна,  
e-mail: ResniaOV@krok.edu.ua*

**Ганна Пазєєва**

*заступник завідувача кафедри управлінських технологій, к.е.н, доцент,  
ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», м. Київ, Україна,  
e-mail: pazeevaa@krok.edu.ua,  
ORCID: 0000-0001-6874-3201*

Актуальність теми полягає в тому, що в умовах глобалізації та швидкого розвитку технологій конкуренція на ринку зростає. Підприємства з вузькою спеціалізацією знаходяться під особливим тиском в умовах, коли їх конкуренти можуть швидко переключити свої виробничі потужності на нові види продукції та послуг. Тому вивчення особливостей забезпечення конкурентоспроможності фірми з вузькою спеціалізацією є важливим для підприємств, які працюють в таких умовах.

Метою даної роботи є вивчення особливостей забезпечення конкурентоспроможності фірми з вузькою спеціалізацією, а також визначення рекомендацій для покращення її конкурентоспроможності.

Для досягнення поставленої мети, у роботі були виконані такі завдання:

- Досліджено основні характеристики конкурентоспроможності підприємства;
- Проаналізовано особливості конкурентоспроможності вузькоспеціалізованих підприємств;
- Запропоновані шляхи вдосконалення конкурентоспроможності вузькоспеціалізованих підприємств.

Об'єктом дослідження є фірми з вузькою спеціалізацією, що діють на ринку України. Предметом дослідження є особливості забезпечення конкурентоспроможності таких підприємств, а саме їхні переваги та недоліки на ринку, фактори, що впливають на їхню успішність, а також можливості для покращення конкурентоспроможності.

Проблеми підвищення конкурентоспроможності підприємства у своїх публікаціях досліджували вітчизняні та зарубіжні вчені, а саме: І. Ансофф, Я. Базилюк, М. Портер, Д. Рікардо, Д. Рікардо, А. Старостіної, Р.Фатхутдінова, Р. Фатхутдінов та інші.

У роботі будуть використані наукові методи, такі як: спостереження, порівняння, рахунок, узагальнення, аналіз і синтез та моделювання.

На першому етапі роботи було досліджено основні характеристики конкурентоспроможності підприємства.

Основні характеристики конкурентоспроможності підприємства наступні.

1. Відносність. Конкурентоспроможність компанії визначається відносно

деяких обраних конкурентів. Тому компанія може бути конкурентоспроможною проти одних конкурентів, але не бути такою проти інших.

2. Об'єктність. Тобто конкурентоспроможність визначається для конкретного об'єкта, тобто компанії, і її параметри ретельно вивчаються та порівнюються з конкурентами.

3. Динамічність. Параметри конкурентоспроможності компанії циклічно змінюються під впливом бізнес-середовища.

4. Необхідність цілеспрямованого формування. Для того, щоб бути конкурентоспроможними, підприємства докладають багато зусиль у всіх сферах (продукт, технологія, виробництво, фінанси, інновації, інвестиції).

5. Мінливість. Конкурентоспроможність компанії є важливою характеристикою, яка може бути використана для ідентифікації будь-якої компанії, що працює на конкурентному ринку.

6. Розкладність. Важливо діагностувати, які сфери діяльності та які елементи формують конкурентну перевагу. Це пов'язано з тим, що кожна компанія повинна мати інформацію про свої сильні та слабкі сторони, щоб постійно вдосконалювати свою діяльність.

7. Адекватність. Суть полягає в тому, що конкурентоспроможність повинна відображати і відповідати реальності ринку і не повинна мати формального значення [1].

На другому етапі дослідження було проаналізовано особливості конкурентоспроможності вузькоспеціалізованих підприємств.

Особливості конкурентоспроможності вузькоспеціалізованих підприємств полягають у тому, що вони мають велику конкурентну перевагу в своїй сфері діяльності. Такі підприємства спеціалізуються на виробництві певного продукту або наданні певних послуг, тому мають вищу експертизу в цій галузі порівняно з більш загальними підприємствами. Однак, для того, щоб вузькоспеціалізоване підприємство залишалося конкурентоспроможним на ринку, необхідно виконувати декілька важливих умов. Основні з них такі:

1. Якість продукту або послуги. Вузькоспеціалізоване підприємство повинно забезпечувати високу якість своїх товарів або послуг, щоб задовольняти потреби своїх клієнтів і конкурувати з іншими підприємствами.

2. Інновації. Вузькоспеціалізоване підприємство повинно постійно вдосконалювати свій продукт і застосовувати нові технології, щоб не відставати від конкурентів і виходити на нові ринки.

3. Професійна команда. Вузькоспеціалізоване підприємство повинно мати команду професіоналів у своїй галузі, які зможуть забезпечити якість виробництва і вдосконалення продукту.

4. Маркетингові зусилля. Вузькоспеціалізоване підприємство повинно забезпечувати ефективну рекламу свого продукту і розвивати свою маркетингову стратегію, щоб залучати нових клієнтів і зберігати старих.

5. Гнучкість. Вузькоспеціалізоване підприємство повинно мати гнучку організаційну структуру, яка дозволяє швидко реагувати на зміни на ринку і вимо-

ги клієнтів.

6. Співпраця з партнерами. Вузькоспеціалізоване підприємство повинно розвивати співпрацю з іншими підприємствами і партнерами у своїй галузі, щоб забезпечити доступ до нових ринків і технологій.

На третьому етапі дослідження були запропоновані шляхи вдосконалення конкурентоспроможності вузькоспеціалізованих підприємств. Процес підвищення конкурентоспроможності вимагає особливого розгляду взаємовідносин між кожним елементом організації та її оточенням і являє собою процес прийняття рішень (включаючи цілі, методи і плани), які спрямовані на досягнення мети підвищення конкурентоспроможності. При цьому менеджери компанії повинні:

- Об'єктивно оцінити поточну позицію організації.
- Визначити концепцію підвищення конкурентоспроможності.
- Продемонструвати необхідність змін.
- Чітко представити та пояснити очікувані результати покращення діяльності

[2].

З метою підвищення конкурентоспроможності підприємств необхідно впроваджувати наступні заходи:

- Використовувати всі можливі канали комунікації, щоб споживачі могли швидко зв'язатися з підприємством
- Систематично фіксувати лояльність та задоволеність споживачів.
- Створити систему мотивації для заохочення працівників до підвищення якості своєї діяльності.
- Розробляти гнучкі та динамічні програми продажів для утримання постійних клієнтів та залучення нових.
- Впроваджувати рекламні кампанії, що враховують потреби клієнтів та створюють позитивний імідж компанії.
- Створювати високу ділову репутацію компанії, забезпечуючи неухильне виконання договірних зобов'язань.

Отже, вузькоспеціалізовані підприємства повинні мати ефективну стратегію, яка відповідає потребам ринку. Для досягнення успіху вони повинні мати високу якість продукції, здібність до інновацій, ефективно управління ресурсами та вміння швидко реагувати на зміни. Для підвищення конкурентоспроможності можна застосовувати такі шляхи, як розвиток нових каналів комунікації, покращення якості продукції, впроваджувати рекламні кампанії та інші.

**Ключові слова:** спеціалізація, конкурентоспроможність, фірма, ефективність, переваги, стратегія, управління.

### Список використаних джерел

1. Клименко С. М. *Управління конкурентоспроможністю підприємства : навчальний посібник* / С. М. Клименко, О. С. Дуброва, Д. О. Барабась, Т. В. Омеляненко, А. В. Вакуленко. - Київ. : КНЕУ, 2016. - 416 с.
2. Падерін І. Д. *Конкурентоспроможність підприємства : оцінка рівня та напрями підвищен-*

ня : [монографія / за заг. ред. О. Г. Янкового]. – Миколаїв : Атлант, 2017. – 111с.