

допоможе зменшити ризик невизначеності та зміцнить конкурентність стартапу.

Отже, глобалізація та її вплив на різні аспекти життєдіяльності людства створюють як виклики, так і можливості для бізнесу. Успішна реалізація стартапів передбачає діагностику ризиків, включаючи технологічний, фінансовий і ризик управління, і відповідно усунення чи мінімізацію їх впливу. Ключовим є своєчасна оцінка ризиків та розробка відповідної стратегії ризик-менеджменту.

Список використаних джерел:

1. *Планування та оцінка ризиків при розробці стартап-проектів в умовах конкурентного середовища: веб-сайт. URL: <https://isg-journal.com/isjmef/article/view/578/330>.*
2. *Стартапи: тенденції розвитку та ризики: веб-сайт. URL: <http://surl.li/swzxn>*
3. *Risk Factors in Start-Ups: An Evaluation: веб-сайт. URL: <https://doi.org/10.29249/selcuksbmyd.1132338>.*

УДК 658:005.332.4

Литвиненко А. О.,

кандидат економічних наук, доцент,

доцент кафедри підприємництва і торгівлі,

Жернова П. Р.,

здобувач вищої освіти,

Харківський національний економічний університет

імені Семена Кузнеця

ФОРМУВАННЯ ОСНОВНИХ АСПЕКТІВ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ БІЗНЕСУ

Один із ключових аспектів успішної діяльності бізнесу – це його конкурентоспроможність. Конкурентоспроможність визначається різноманітним спектром факторів, які впливають на здатність підприємства боротися за лідерство на ринку та досягати успіху у порівнянні з іншими підприємствами.

Термін "конкурентоспроможність бізнесу" є центром успіху в сучасному бізнес-середовищі. Це означає здатність ефективно конкурувати на ринку і забезпечувати стійкий ріст підприємства. Конкурентоспроможність визначається різними чинниками, такими

як якість продукції чи послуг, маркетингові стратегії, стратегічне управління та готовність швидко адаптуватися до змін на ринку. Також важливою є здатність підприємства адаптуватися до соціокультурних, економічних та технологічних змін. Реагування на нові тренди та швидка адаптація до інновацій є ключовими чинниками для забезпечення конкурентоспроможності та успіху бізнесу. Ефективна конкурентоспроможність включає не лише залучення клієнтів, але і здатність утримувати їх інтерес до продукту чи послуги [6].

Одним із самих видатних вчених який розглядав термін конкурентоспроможність був Майкл Портер. Майкл Портер-американський економіст та професор бізнес-школи, розробив концепцію «стратегії конкуренції» та зробив дуже значний внесок у розуміння конкурентоспроможності бізнесу. Портер розглядає термін конкурентоспроможність, як взаємодію підприємства з його конкурентами, а також ринковим середовищем та підкреслює важливість сталості конкурентних переваг. Також одним із важливих людей які досліджували термін конкурентоспроможність був Пол Кругман. Кругман американський економіст, а також лауреат Нобелівської премії з економіки. На відміну від Майкла Портера підхід Кругмана більше був сфокусований на зовнішньоекономічних аспектах. Пол Кругман акцентував увагу на тому, що ефективність конкурентоспроможності не обов'язково залежить від переваги виробництва, а також може базуватися на таких елементах, як інновації, якість робочої сили та технологічний розвиток. Джон Коттер американський вчений та експерт з управління. У своїх роботах та книзі "Leading Change" Коттер висвітлює дуже важливі аспекти управління змінами в організаціях для забезпечення їхньої конкурентоспроможності. Вислові інших вчених, експертів та економістів наведені у табл. 1.

Майже кожен з них підкреслює, що висока конкурентоспроможність підприємства залежить від його здатності створювати та утримувати конкурентоспроможні продукти чи послуги, використовуючи унікальні ресурси, технології, інновації та інші фактори. При цьому важливо розглядати конкурентоспроможність не лише з точки зору виробництва конкурентоспроможної продукції, але й у контексті комплексного підходу до управління ресурсами та стратегії розвитку підприємства.

Таблиця 1.

**Наукові поняття до визначення сутності поняття
конкурентоспроможність**

Науковці	Визначення
Карпенко Є. М.	Конкурентоспроможність бізнесу визначається здатністю ефективно використовувати ресурси та створювати продукт стійкий до конкуренції.
Зав'ялов П. С., Райзберг Б. А.	Процес взаємодії і конкуренції між бізнесами за для переваги в продажах своїх товарів та задоволення потреб клієнтів
Кіперман Г. А.	Боротьба між виробниками товарів та їх постачальниками за вигідні умови продажу і реалізації товарів в економіці.
Фатхудінов Р. А.	Підприємство виявляє свою конкурентоспроможність, через здатність ефективно виробляти товари, які мають перевагу перед аналогічною продукцією інших компаній, як в межах країни, так і за її межами.

Складено на основі [1, 4, 6]

Отже, більше авторів та вчених підкреслюють, що конкурентоспроможність бізнесу базується на ефективному використанні усіх можливостей та ресурсів, з метою створення унікальних конкурентних переваг, що дозволяє ефективно відповідати викликам ринку і забезпечує стійке позиціонування на ньому [3].

Отже конкуренція та конкурентоспроможність бізнесу має дуже важливий вплив формування та розвиток бізнесу та є необхідною частиною економіки на ринку. З одного боку конкуренція сприяє розвитку та підвищенню якості товарів та послуг бізнесу, але з іншої конкуренція може стати викликом для бізнесу. У таких умовах бізнес може натрапити на купу проблем: зменшення прибутку, покупців, зниження цін. Бізнес у конкурентному середовищі повинен постійно адаптуватися та шукати інноваційні рішення, різні стратегії для забезпечення своєї конкурентоспроможності. Пошук нових ідей та можливостей обов'язково приведе до підвищення конкурентоспроможності. Для досягнення конкурентоспроможності бізнесу потрібно активно вивчати ринок, аналізувати поведінку конкурентів та реагувати на зміни в попиті споживачів. Застосовувати ефективні маркетингові стратегії, розвивати унікальність продуктів або послуг. Встановлення сильних відносин з клієнтами є ключовими елементами забезпечення стійкості у

конкурентному середовищі. Постійна інноваційна діяльність та навчання персоналу дозволяє бізнесу не тільки пристосовуватися до змін, але й створювати нові можливості для розвитку.

Список використаних джерел:

1. Андросова Т. В., Чернишова Л. О. Управління міжнародною конкурентоспроможністю : навчальний посібник у структурно-логічних схемах. Харків : ХДУХТ, 2019. – С. 85-88.
2. Бояринова К. О. Інноваційна конкурентоспроможність підприємств: чинники активізації та підходи до забезпечення / К. О. Бояринова, А. Ю. Ніканорова // Підприємництво та інновації. – 2018. – Вип. 6. – С. 7-13.
3. Дашко І. М. Дослідження основних методів оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємств. Економіка та держава. – 2020. – С.1-3.
4. Діденко Є. О. Модель управління конкурентоспроможністю підприємства. Ефективна економіка. – 2017. – С.1-4. –URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5590>
5. Лупак Р. Л. Конкурентоспроможність підприємства : навчальний посібник / Р. Л. Лупак, Т. Г. Васильців. – Львів : Вид-во ЛКА, 2017. – 484с. – URL: <http://surl.li/rrfог>
6. Шапурова О. О. Економічні аспекти корпорацій автомобільної індустрії: виробництво, збут, фінансова стійкість / О. О. Шапурова // Науковий вісник Ужгородського національного університету. – 2019. – Вип. 11. – С. 174-180.
7. Lytvynenko A. Formation of the strategy of the company in international business // A. O. Lytvynenko, O. D. Lytvynenko // International scientific journal «Internauka». Series: «Economic Sciences». – 2023. – № 2(70). – С. 133-140.