

2015. № 9. URL: <http://ape.fmm.kpi.ua/article/view/41544/43148>.

4. Солов'янчик А.В. Стратегічне управління конкурентоспроможністю підприємства ринку послуг. *Управління розвитком*. 2015. №4 (182).С.48-54. URL: file:///C:/Users/irabo/AppData/Local/Temp/Uproz_2015_4_9.pdf

Леончук Ірина

(науковий керівник: д.е.н., професор, професор кафедри економіки та економічної теорії ЗУНУ Гринчуцький В.І.)

ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВ

Одним з пріоритетних векторів української економіки є успішний розвиток вітчизняних підприємств. Головним завданням господарюючих суб'єктів є ефективність виробництва, випуск товарів і послуг потрібної кількості, належної якості та досягнення й утримання такого рівня конкурентоспроможності, який дозволяє зайняти стійку конкурентну позицію на ринку і реалізовувати місію на етапах розвитку.

Конкурентоспроможність підприємства – це характеристика підприємства, яка є формою прояву ступеня реалізації його спроможності формувати, утримувати та використовувати конкурентні стійкі переваги.

Наявність стійких переваг є результатом системного підходу до управління компанії, через механізм організаційно-виробничого комплексу: фінанси, менеджмент, виробництво, маркетинг, кадри, які взаємодіють між собою.

Конкурентні переваги мають забезпечувати унікальність і стійкість товарів до змін середовища та задовольняти специфічні потреби клієнтів.

Тільки маючи конкурентні переваги підприємство зможе активно взаємодіяти з зовнішнім середовищем та мати змогу постійно розвиватися. Процес формування прерогатив базується на постійному моніторингу кон'юнктури ринку, позицій конкурентів, урахування зміни уподобань споживачів [2].

Підвищення загальної конкурентоспроможності реалізуються за рахунок якісного впровадження техніко-технологічних інновацій, переосмислення застарілих моделей господарювання та розроблення і просування нових видів послуг. Це дає змогу виділятися на фоні конкурентів і підвищувати конкурентні позиції на національному та зарубіжних ринках.

Важливим елементом формування конкурентних переваг є конкурентна стратегія підприємства. За моделлю М. Портера конкурентні стратегії поділяються на стратегії диференціації, фокусування та лідерства за витратами. Процес формування стратегії відбувається за рахунок пошуку та оцінювання альтернативних варіантів інвестиційних рішень, які найбільш відповідають іміджу підприємства і завданням його розвитку. Певна складність формування стратегії полягає у тому, що вона не є незмінною, а вимагає періодичного коригування з урахуванням зміни умов і нових можливостей зростання [1, 23].

Отже, в умовах економічно нестабільного зовнішнього середовища формування та підтримання конкурентних переваг є важливим процесом.

Конкурентна перевага – це наявність особливої властивості товару чи будь-якої сфери діяльності організації, що дає пріоритетність перед конкурентами. Необхідним є систематично слідкувати за змінами, діяльністю підприємств та своєчасно реагувати на всі процеси які впливають на конкурентні позиції.

Дотримання стратегії переваг яка враховує вплив всіх факторів та чинників, сприяє підвищенню конкурентоспроможності підприємства, а отже і підвищенню ефективності виробництва.

Використані джерела

1. Берницька Д. І. Матеріали ХІХ міжнародно-практичної конференції Теорія і практика сучасної економіки Черкаси: *Розвиток конкурентних переваг підприємства з урахуванням факторів зовнішнього і внутрішнього середовища*: ЧДТУ, 2018. – с. 22-25. URL: <https://chdtu.edu.ua/feu/keu/conferences/item/11254-materialy-khikh-mizhnarodnoyi-naukovo-praktychnoyi-konferentsiyi-teoriya-i-praktyka-suchasnoyi-ekonomiky-2018>.
2. Іванов Ю.Б., Орлов П.А., Іванова О.Ю. Конкурентні переваги підприємства: оцінка формування та розвиток : Монографія. Х.: ВД «ІЖЕК», 2008. – 352 с.