

## **Формування конкурентних переваг на підприємстві**

**Таїсія Союк, Людмила Закревська**

*Національний університет харчових технологій, Київ, Україна*

**Вступ.** В умовах жорсткої конкуренції, нестабільної економічної ситуації в країні та НТП для того, щоб займати авангардні позиції на ринку та не збанкрутувати, підприємства повинні формувати свої конкурентні переваги та ефективно їх використовувати.

**Матеріали і методи.** Теоретичною та методологічною основою дослідження є фундаментальні положення теорії формування конкурентних переваг на підприємствах, наукові праці вітчизняних та закордонних вчених-економістів серед яких Портер М., Ансофф І., Юданов А., Прахалад К., Григорян Є. та інші.

**Результати.** Конкурентна перевага (КП) підприємства – наявність певної особливості, унікальності, яка робить його послуги чи продукцію більш привабливою, ніж у конкурентів. Наявність КП на підприємстві залежить від багатьох факторів, в тому числі від унікальності виду діяльності, особливостей співпраці з партнерами та конкурентами, наявності кваліфікованих кадрів, інновацій, технологій, доступності ресурсів та іншого. Виявлення та розробка нових КП здійснюється в чотири етапи.

Для першого етапу формування нових КП на підприємстві характерний аналіз отриманої у процесі моніторингу інформації, виявлення нових переваг та порівняння з потенціалом досліджуваного підприємства, зіставлення корисності виявлених переваг і витрат на їх розвиток. На другому етапі розробляють проект виявленої конкурентної переваги, оцінюють її очікувану ефективність та стійкість в рамках проекту. Якщо проект відповідає вимогам то починається третій етап – впровадження конкурентної переваги. На останньому етапі визначають результати від її реалізації, зіставляють планові результати з отриманими від моніторингу. Якщо КП відповідає обраним критеріям підприємство проводить заходи для її підтримки, якщо ж ні – знову аналізують проект і шукають його вузькі місця задля їх усунення [1].

Розробивши нові КП підприємства оцінюють власну конкурентоспроможність серед фірм, які випускають схожу продукцію чи надають подібні послуги. Рівень КП оцінюють відносно підприємства-лідера.

**Висновки.** Таким чином, концепція формування КП на підприємстві включає розробку нових переваг та поглиблення вже існуючих. Ефективне їх використання забезпечить суб'єкту господарювання стійкі позиції на ринку в довгостроковому періоді.

### **Література**

1. Теоретичні основи конкурентної стратегії підприємства: моногр. / за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. Ю. Б. Іванова, д-ра екон. наук, проф. О. М. Тищенко. Харків: ВД «ІнЖЕк», 2014. 384 с.