

УДК 339.13

Тарас Урбановський, Ольга Краузе

Taras Urbanovskyy, Olga Krause

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

**ТЕХНОЛОГІЇ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ
TECHNOLOGY FORMING COMPETITIVE EDGE**

Технології формування конкурентних переваг – це комплекс маркетингових процедур і способів їх виконання, призначених для ефективного позиціонування підприємства в конкурентному середовищі. Але, як і будь-яке інше явище, конкурентна перевага не може існувати вічно. Це пояснюється, що підприємства постійно піддаються неоднозначному впливу багатьох факторів, таких як детермінанти «національного ромба». М. Портер і А. Градов виділяють наступні етапи життєвого циклу конкурентної переваги: зародження, прискорення росту, зрілість і занепад (втрата).

Формування конкурентних переваг підприємства починається на етапі зародження. На цьому етапі формується стратегічний потенціал, складові котрого безпосередньо пов'язані з усіма видами ресурсів підприємства.

Формування конкурентних переваг в широкому розумінні трансформується в завдання адаптації системи управління підприємства до змін конкурентного середовища, що дозволяє швидко і точно визначати напрями підвищення конкурентоспроможності.

У ринкових умовах господарювання категорія «конкурентоспроможність» – одна з основних, бо в ній концентровано відбиваються економічні, науково-технічні, виробничі, організаційно-управлінські, маркетингові та інші можливості не лише окремого господарюючого суб'єкта чи регіону, а й країни в цілому.

У сучасній економічній літературі поняття «конкурентоспроможності підприємств» висвітлено доволі широко, розрізняють чотири основні види конкурентоспроможності підприємства.

За умов, якщо підприємство щодо своїх конкурентів має певні переваги, прагне перевищувати загальні галузеві стандарти, воно еволюціонує до третього рівня конкурентоспроможності. Система управління на таких підприємствах починає активно впливати на виробничі системи, сприяє їх розвитку та вдосконаленню.

Коли успіх у конкурентній боротьбі стає не стільки функцією виробництва, скільки функцією управління і залежить від якості, ефективності управління, організації виробництва, підприємство істотно випереджає конкурентів і досягає четвертого рівня конкурентоспроможності.

На сучасному етапі розвитку більшість вітчизняних підприємств належать до першого рівня конкурентоспроможності, лише незначну частку українських підприємств можна віднести до другого рівня. Однак слід відзначити прогресивні зрушення в діяльності окремих підприємств, здебільшого з іноземними інвестиціями, які намагаються перейти на третій та навіть четвертий рівень конкурентоспроможності.

Рушійною силою розвитку підприємств, що функціонують в ринкових умовах господарювання, є конкуренція. Зростання інтенсивності конкуренції, як на внутрішньому, так і на світовому ринках, вимагають постійного сканування конкурентного середовища, як самими підприємствами для розробки чи коригування наявної стратегії розвитку, так і державними органами, для застосування регулятивних дій. Систематичні дослідження бізнес-середовища та розробка на підставі отриманих результатів ефективної конкурентної стратегії дозволить підприємствам.