

УДК 339.138

Волинець Михайло

Volynets Mykhailo

Науковий керівник: к.е.н, доцент І. Л. Піняк

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

**ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПРОМИСЛОВОГО
ПІДПРИЄМСТВА**

**BUILDING THE COMPETITIVE ADVANTAGES OF AN
INDUSTRIAL ENTERPRISE**

Успішний розвиток вітчизняних промислових підприємств є одним з основних пріоритетів розвитку української економіки.

Конкурентні переваги є концентрованим проявом переваги над конкурентами в економічній, технічній та організаційній сферах діяльності підприємства, що можна виміряти за допомогою економічних показників (додатковий продукт, рентабельність, ринкова частка, дохід, обсяг продажу). Визначення конкурентних переваг підприємства є метою стратегічного управління самим підприємством, а також є головним чинником підвищення його конкурентоспроможності на ринку. Для цього підприємству, як і на внутрішньому, так і на зовнішньому ринку, необхідні ефективні інструменти стратегічного управління.

При визначенні конкурентних переваг важливо орієнтуватися на запити споживачів та переконатися в тому, що ці переваги сприймаються ними, як такі. Головна вимога – відмінність від конкурентів повинна бути реальною, виразною, суттєвою.

Конкурентні переваги створюються унікальними матеріальними та нематеріальними активами, котрими володіє підприємство, тими стратегічно важливими сферами діяльності, котрі дозволяють перемагати в конкурентній боротьбі. Основою конкурентних переваг, таким чином, є

унікальні активи підприємства чи особлива компетентність в сферах діяльності, важливих для даного бізнесу. Конкурентні переваги реалізуються на рівні стратегічних одиниць бізнесу та є основою ділової (конкурентної) стратегії.

Конкурентні переваги можуть мати різноманітні форми в залежності від специфіки галузі, товару, ринку. При визначенні конкурентних переваг важливо орієнтуватися на запити споживачів та переконатися в тому, що ці переваги сприймаються ними як такі. Інакше, може виявитися, наприклад, що підприємство вважає себе відомим на місцевому ринку і не витрачає засобів на рекламу, а споживачі не володіють інформацією про неї.

Стратегічна стабільність підприємства, що функціонує в ринкових умовах господарювання, можлива лише за умови його конкурентоспроможності та можливості адаптації до змін бізнес-середовища.

Для забезпечення конкурентоспроможності промислове підприємство повинне мати конкурентні переваги загальноприйнято виділяти три основні сфери набуття конкурентних переваг:

- 1) стати кращим самому;
- 2) послабити конкурентів;
- 3) змінити ринкове середовище.

Також слід зазначити, що всі конкурентні переваги можна поділити на рівні, найбільш цінними будуть ті конкурентні переваги, які важко скопіювати конкурентам.

Таким чином, необхідність визначення та утримання конкурентних переваг підприємствами, що бажають ефективно працювати у довгостроковому періоді, є обов'язковим. Адже, безумовно, конкурентоспроможність підприємства в більшості своїй залежить саме від конкурентних переваг.