



УДК 338. 46: 339. 137. 2

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА СФЕРИ ПОСЛУГ

Студ. М.Ю. Лісовський, гр. МГУР-1-16
Науковий керівник доц. С.М. Бондаренко
Київський національний університет технологій та дизайну

Мета і завдання. Метою дослідження є вивчення сутності конкурентних переваг та конкурентоспроможності підприємства сфери послуг і формування механізму забезпечення його конкурентоспроможності.

Досягнення поставленої мети обумовило необхідність розв'язання завдань:

- вивчити сутність та процеси формування конкурентних переваг;
- з'ясувати чинники, умови та джерела досягнення конкурентних переваг підприємств сфери послуг.

Об'єктом дослідження виступають процеси формування та забезпечення конкурентних переваг на підприємствах сфери послуг.

Методи та засоби дослідження. Під час проведення дослідження використовувалися такі методи: теоретичного узагальнення, аналогії та абстрактно-логічний – у процесах узагальнення основних понять і категорій, що формують теоретичний базис дослідження.

Наукова новизна – розвиток теоретико-методичних та прикладних аспектів забезпечення та збереження конкурентних переваг та конкурентоспроможності підприємства сфери послуг.

Результати дослідження. В умовах сучасного конкурентного ринку здатність підприємства сфери послуг перемагати в конкурентній боротьбі залежить від наявності в нього значних переваг у порівнянні з конкурентами. Конкурентні переваги – це характеристики, властивості послуги або товару, які створюють для підприємства певні переваги над його конкурентами. Не можна конкурентні переваги ототожнювати з потенційними можливостями підприємства. На відміну від можливостей – це факт, який фіксується в результаті реальних та очевидних вподобань покупців. Саме тому в практиці бізнесу конкурентні переваги є головною метою та результатом господарської діяльності.

Економічна сутність конкуренції на ринку послуг полягає у постійному змаганні суб'єктів ринку з метою здобуття переваг над іншими суб'єктами бізнесу, внаслідок чого споживачі можуть обирати послуги за уподобанням у кількох продавців. Послугам притаманні такі характеристики, які зумовлюють особливості у формуванні конкурентних переваг: невідчутність; невіддільність від джерела; несталість якості; неможливість зберігання [3].

Аналіз сукупності чинників формування конкурентоспроможності підприємства сфери послуг дозволяє виділити ті з них, вплив яких має вирішальний характер. Чинники, які безпосередньо впливають на конкурентоспроможність, є чинниками 1-го порядку. Це насамперед конкурентоспроможність послуг, які надає підприємство. На останніх вирішальною мірою впливає їх якість та ціна. Чинники 1-го порядку доповнимо специфічними чинниками, які впливають на конкурентоспроможність як через основні чинники першого порядку, так і безпосередньо через ряд умов. До таких чинників віднесемо репутацію (імідж, престиж) надавача послуг та співвідношення попиту і пропозиції на ринку.



Умови формування конкурентоспроможності розділяються на контрольовані (внутрішні) та неконтрольовані (зовнішні). До контрольованих належать умови формування конкурентоспроможності, які створюються безпосередньо на підприємстві. Це ресурсне, фінансове, організаційне, інформаційне забезпечення, потенціал вищого керівництва та ін. До зовнішніх відносяться умови, на які підприємство вплинути не може. Це політична ситуація в країні, законодавчі умови, рівень техніки та технології, сировинна база та ін.

Джерелами створення конкурентоспроможності є види діяльності, які входять до життєвого циклу послуги. Конкурентні переваги формуються на етапах життєвого циклу послуги під дією внутрішніх та зовнішніх умов. Але для того, щоб чинники стали конкурентними перевагами, необхідно здійснити впровадження новацій на відповідному етапі, застосувати щось нове, чого немає в конкурентів. Тому можна стверджувати, що впровадження новацій – це метод створення конкурентоспроможності [1].

Вагомим моментом для появи конкурентної переваги послуги є не просто наявність певної особливості, що властива послугі, а її відповідність потребам конкретного сегмента ринку. Конкурентні переваги окремих послуг мають тимчасовий характер, нерозривно пов'язаний із циклом життя послуги й постійною зміною кон'юнктури ринку. В сучасній практиці конкурентної боротьби технологія формування конкурентних переваг підприємства сфери послуг може ґрунтуватися на використанні методу бенчмаркінгу. Цей метод спрямований на вивчення кращих досягнень у виробництві й просуванні послуг на ринку з метою підвищення ефективності власної діяльності.

Управління конкурентними перевагами підприємства сфери послуг є безупинним процесом, який повинен мати стратегічний характер і бути пов'язаним з потребою своєчасно реагувати на пониження будь-якого з показників конкурентоспроможності, із вживанням відповідних заходів, здатних попередити втрати ринкових позицій і фінансових засобів. У роботі [2] наведено підходи до впровадження теоретичних положень та методичних принципів стратегічного управління у практику вітчизняних підприємств.

Висновки. До механізму формування конкурентоспроможності підприємства сфери послуг входять чинники, умови, методи і джерела. Чинники мають різну ієрархію. До першого рангу віднесено конкурентоспроможність послуг, на яку, в свою чергу, вирішальною мірою впливає їх якість та ціна. Умови формування поділено на зовнішні та внутрішні. Джерелами створення конкурентоспроможності є види діяльності, які входять до життєвого циклу послуги. Методом створення конкурентоспроможності є впровадження новацій. Управління конкурентними перевагами підприємства у сфері послуг повинно бути стратегічним.

Ключові слова: конкурентні переваги підприємства, конкурентоспроможність, чинники, умови, джерела, механізм формування конкурентоспроможності.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Бондаренко С.М. Про механізм формування конкурентоспроможності [Текст] / С.М. Бондаренко, В.І. Бокій // Економіст. – 2001. - № 9. – С. – 58-59.
2. Касич А.О. Втілення концепції стратегічного управління в практику вітчизняних підприємств / Касич А.О. Бізнес-Інформ. – 2014. – № 11. – С. 290–294.
3. Усова Г. В. Особливості формування конкурентних переваг у сфері послуг / Г. В. Усова, В. О. Щербельська // Актуальні проблеми розвитку економіки регіону. – 2013. – Вип. 9 (2). – С. 147–151.