



УДК 339.137

## УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТНИМИ ПЕРЕВАГАМИ НА СЕРВІСНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

Студ. М.М. Грибівська

Науковий керівник доц. Н.А. Крахмальова

Київський національний університет технологій та дизайну

**Мета і завдання.** Аналіз основних напрямків управління конкурентними перевагами сервісного підприємства у сучасних ринкових умовах. Адже для успішного конкурування як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринку, необхідно мати детальну інформацію про наявне конкурентне середовище.

**Завданням** є охарактеризувати особливості, методи та умови оцінки конкурентоспроможності підприємства; проаналізувати особливості діяльності та оцінити рівень конкурентоспроможності сервісного підприємства.

**Об'єкт і предмет дослідження.** Процес забезпечення успішного функціонування сервісного підприємства в умовах динамічного ринкового середовища. Предметом дослідження виступає сукупність теоретичних, методичних і прикладних питань управління конкурентними перевагами сервісного підприємства.

**Методи та засоби дослідження.** Оцінка конкурентоспроможності підприємства. Аналіз дієвих конкурентних стратегій підприємства.

**Наукова новизна та практичне значення отриманих результатів.** Удосконалена стратегія, що спрямовуватиметься на конкурентне протистояння відповідно до одного чи декількох підприємств на ринку. Для цього спочатку варто визначити конкурентні позиції на ринку, порівняти кількісні та якісні параметри, дати їм об'єктивну оцінку. Для розпізнання, виявлення особливостей дії ознак, оцінки причин відхилення у стані конкурентного середовища, потрібно глибоко вивчити головні конкуруючі сили у галузі, особливості формування основних варіантів конкурентної стратегії.

**Результати дослідження.** У цілому конкуренція є важливим елементом ринкового механізму, теоретично без неї ринкові відносини уявити неможливо, а практично вони навіть не можуть існувати. Конкуренція є неприкритою формою поширення економічної влади, а тому потребує регулювання та обмеження можливостей зловживання нею. Дослідження конкуренції та рішення, прийняті на їх підставі, варті чого-небудь лише за умов перевищення пропонування товарів над попитом, тобто коли купівля-продаж товарів здійснюються за наявності ринку покупця. Саме через намагання надати товарам фірми більш привабливих характеристик, створення кращих сервісних умов продажу та експлуатації товарів і виявляється конкуренція. Переваги отримує та фірма, яка пропонує не просто досконаліший товар, а кращий спосіб задоволення потреби. Кожне підприємство у процесі своєї господарської діяльності є учасником конкурентної боротьби за споживача (покупця), а тому одним з важливих елементів є визначення механізму забезпечення конкурентоспроможності, розробки стратегії діяльності підприємства. Можливість подальшого виживання підприємства в умовах постійної конкурентної боротьби залежить від рівня його конкурентоспроможності. Конкурентоспроможність підприємства становить самостійну системну категорію, яка відображає ступінь реалізації мети підприємства в його взаємодії з навколишнім середовищем.

Знаючи ступінь конкурентоспроможності, взаємозв'язок між часткою задоволення потреб та обсягом продажу на майбутнє, оцінюють суму прибутку, яка була запланована. Однак будь-який товар завжди з часом втрачає конкурентоздатність. За цієї причини новий товар повинен розроблятися так, щоб його вихід на ринок припав на момент максимально сприятливої кон'юнктури щодо товарів-конкурентів. Для цього необхідно передбачити, щоб конкурентоздатність товару була



випереджувальною і довготривалою. Це виявляється при виконанні конкретних функцій.

Управління конкурентними перевагами – це свідомий процес формування (збереження та розвитку наявних, створення нових) конкурентних переваг з метою адаптації до вимог зовнішнього середовища і забезпечення довгострокового успіху підприємства.

Мета управління конкурентними перевагами полягає у забезпеченні довгострокового успіху підприємства на ринку шляхом розробки та реалізації дієвих конкурентних стратегій.

Основні завдання управління конкурентними перевагами:

- -ідентифікація досягнутого рівня конкурентного потенціалу та конкурентоспроможності підприємства;
- -встановлення взаємоузгоджених цільових орієнтирів, досягнення яких забезпечить підтримку та підвищення конкурентоспроможності фірми;
- -опрацювання комплексу ефективних конкурентних стратегій та забезпечення їх реалізації;
- -оцінка ефективності управління конкурентними перевагами.

Реалізація системи конкурентних стратегій і виконання запланованих дій повинно супроводжуватись систематичною оцінкою й аналізом результатів, визначенням відхилень від цільових орієнтирів і швидкою реакцією на непрогнозовані зовнішні й внутрішні зміни. Важливою складовою технології управління конкурентними перевагами підприємства виступає оцінка ефективності такого управління, яку доцільно проводити на основі цільового підходу до оцінки ефективності.

Управління конкурентними перевагами – це сукупність управлінських заходів, що спрямовані на позиціонування підприємства відносно конкурентів у певному сегменті ринку.

**Висновки.** Конкурентоспроможність, з одного боку, забезпечується конкурентними перевагами та конкурентним потенціалом підприємства, а з іншого вимагає розроблення та реалізації ефективної конкурентної стратегії. Для успішного досягнення обраної конкурентної позиції потрібно використовувати всі можливі інструменти, яким володіє підприємство. Таким інструментом, зокрема є конкурентна стратегія, що включає в себе ретельно розроблену програму заходів, які мають бути реалізовані підприємством з метою досягнення вигідної конкурентної позиції на ринку та адаптації до впливу зовнішнього середовища.

Таким чином, щоб визначити стратегію, необхідно вивчити внутрішній стан підприємства та зовнішні чинники. Тільки чітко уявляючи положення підприємства на ринку, враховуючи його особливості, менеджер підприємства може краще визначити стратегію, що сприятиме досягненню намічених цілей і фінансових результатів, тому що неправильна оцінка ситуації підвищує ризик невірної розробки стратегічних дій.

**Ключові слова.** Конкурентоспроможність, сервісне підприємство, конкуренти, зовнішній ринок, ринкове середовище, управління конкурентними перевагами.

#### ЛІТЕРАТУРА:

1. Белецкая И.Л. Конкурентоспособность в ее современной трактовке // Актуальные проблемы экономики. – 2013. – №10. – с. 81-88
2. Василенко В.О., Ткаченко Т.І. Виробничий (операційний) менеджмент. Навч. посібник. – Київ, ЦУЛ, 2010. – 532с.
3. Задорожна Н. Поняття конкурентних переваг // Підприємництво, господарство і право. – 2014. – №1. – с. 100-103
4. Тарасюк Г.М. Шваб Л.І. Планування діяльності підприємства. Навчальний посібник. – К.: «Каравела», 2008. – 432 с..
5. Школа І.М., Михайловська О.В. Операційний менеджмент. Практикум. – Чернівці: Книги – XXI, 2011. – 376 с.