

цього впливу є ключовим елементом стратегічного управління, оскільки дозволяє розуміти зміни на ринку, ідентифікувати ризики та можливості, розробляти ефективні стратегії управління та забезпечувати стійкість та успішність бізнесу. Ця тема має велике значення в економічних аспектах, оскільки вона стосується як окремих підприємств, а й економіки загалом. Впровадження ефективних стратегій управління підприємствами торгівлі за умов економічних криз необхідне забезпечення стійкості економічного розвитку та соціально-економічної стабільності.

Отже, аналіз та оцінка впливу економічних криз на підприємства торгівлі допомагають підприємствам розуміти зміни на ринку, ідентифікувати ризики та можливості, розробляти ефективні стратегії управління та забезпечувати стійкість та успішність бізнесу.

Список використаних джерел:

1. Клебанова Т.С., Димченко О.В., Рудаченко О.О. Оцінка, аналіз і попередження кризового стану підприємств: моногр. Харків: ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2016. 193 с.

Рудова К. Р.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ДЛЯ ПІДПРИЄМСТВА

Формування системи конкурентних переваг для підприємства – це складний і багатоаспектний процес, який передбачає визначення унікальних аспектів підприємства, які роблять його відмінним від конкурентів і створюють підстави для успіху на ринку.

У світі бізнесу конкуренція стала однією з ключових складових успіху для будь-якого підприємства. Уміння виокремитися серед конкурентів і залишатися на вершині вимагає від компаній постійного аналізу, інновацій та стратегічного планування. Формування системи конкурентних переваг є необхідним етапом для забезпечення стійкого розвитку підприємства в сучасних умовах глобалізації та посиленої конкуренції [1].

Перше, що необхідно зрозуміти, – це саме конкурентне оточення. Це включає в себе аналіз ринку, ідентифікацію конкурентів, їхніх стратегій, сильних та слабких

сторін. Збір та аналіз інформації про ринок дозволяє підприємству зрозуміти своє місце в ньому та знайти можливості для покращення. На основі аналізу конкурентного середовища підприємство може розробити унікальну пропозицію, яка відокремить його від інших гравців на ринку. Це може бути нова технологія, інноваційний продукт або послуга, надійний сервіс або низька цінова політика. Головне, щоб ця пропозиція відповідала потребам цільової аудиторії та дозволяла підприємству зайняти чільне місце на ринку [3; 4].

Один із підходів до розробки унікальної пропозиції – це стратегія фокусу. Цей підхід передбачає концентрацію на конкретному сегменті ринку або групі споживачів і надання їм продукту або послуги, які відповідають їхнім унікальним потребам чи вимогам. Це може включати в себе спеціалізацію на певному регіональному ринку, групі клієнтів або конкретній проблемі.

Інший підхід – стратегія диференціації, коли продукт або послуга відрізняється від конкурентів за рахунок якісних або функціональних особливостей, дизайну, обслуговування клієнтів тощо. Це може включати в себе створення унікального бренду, ідентифікацію або інноваційність продукту [2].

Світ змінюється швидко, і успішні підприємства повинні постійно пристосовуватися до нових умов. Інвестування в дослідження та розвиток, прийом новітніх технологій та створення інноваційних продуктів дозволяє підприємству зберігати конкурентоспроможність та займати провідні позиції на ринку. Якість продукції або послуги завжди була однією з ключових переваг на ринку. Підприємство повинно встановити високі стандарти якості та постійно працювати над їх підтриманням. Це може включати в себе впровадження систем управління якістю, процесів контролю та забезпечення якості.

Ефективне управління вартістю дозволяє знижувати витрати виробництва та оптимізувати процеси. Це може включати в себе пошук альтернативних постачальників, вдосконалення виробничих процесів, управління запасами та оптимізацію логістики.

Успіх будь-якого підприємства залежить від його персоналу. Інвестування в розвиток та навчання персоналу, створення команди професіоналів та підтримка корпоративної культури сприяє створенню конкурентної переваги через високий рівень ефективності та мотивації. Формування системи конкурентних переваг – це складний та багатоаспектний процес, який вимагає постійного аналізу,

інновацій та стратегічного мислення. Підприємства, які успішно реалізують ці принципи, мають всі шанси бути лідерами у своїй галузі та досягати стабільного росту в умовах постійних змін на ринку. Важливою складовою процесу формування конкурентних переваг є постійне вдосконалення та адаптація стратегій до нових умов, що включає в себе перегляд та коригування стратегій у відповідності зі змінами в конкурентному середовищі та вимогами споживачів [2].

Також важливою є постійна співпраця з клієнтами та врахування їхніх потреб при розробці нових продуктів та послуг.

Стратегії формування конкурентних переваг можуть також включати активне залучення до співпраці з іншими компаніями чи створення стратегічних партнерств для спільного розвитку нових продуктів чи технологій. Це дозволяє об'єднати ресурси та експертизу кількох компаній для досягнення спільних цілей та отримання конкурентних переваг на ринку.

Важливо також звернути увагу на адаптацію до змін в законодавстві, економіці та суспільстві загалом. Підприємства, які можуть швидко реагувати на зміни та адаптувати свої стратегії відповідно, мають більші шанси на успіх у конкурентному середовищі.

У кінцевому підсумку, формування системи конкурентних переваг є складним та багатограним процесом, який вимагає постійного аналізу, інновацій та стратегічного мислення. Підприємства, які успішно впроваджують ці стратегії, можуть забезпечити собі стійке місце на ринку та досягти успіху в умовах посиленої конкуренції.

Список використаних джерел:

1. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення: монографія / за заг. ред. О.Г. Янкового. Одеса: Атлант, 2013. 470 с.
2. Труніна І.М., Сущенко О.А. Дослідження конкурентних переваг суб'єктів підприємницької діяльності в умовах глобалізації. *Часопис економічних реформ*. 2015. № 3. С. 43-49.
3. Гринько Т.В., Гвініашвілі Т.З., Перерва Б.К. Особливості формування конкурентних переваг підприємства в кризових умовах. *Інвестиції: практика та досвід*. 2023. № 11. С. 22-30. <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2023.11.22>.
4. Гринько Т.В. Напрями вдосконалення економічного механізму конкурентоспроможності вітчизняних підприємств. Теоретичні та прикладні аспекти підвищення конкурентоспроможності підприємств: колективна монографія у 4 т. Дніпропетровськ: Герда, 2013. Т. 2. С. 111-121.