

Таким чином, на сьогоднішній день на підприємствах виникає необхідність розробки та впровадження удосконалень, які спрямовані на забезпечення конкурентоспроможності продукції та підприємства.

### **Список використаних джерел**

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. Кане М.М., Иванов Б. В., Корешков В. Н., Схиртладзе А. Г. Системы, методы и инструменты менеджмента качества. Учебное пособие. – СПб.: Питер, 2008. – 560 с.

*Бондаренко С.М., к.е.н., доцент*

*Готь О.Я., магістрант*

*Київський національний університет технологій та дизайну*

## **ПРО МЕХАНІЗМ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА**

Метою дослідження є вивчення механізму формування конкурентоспроможності підприємства та забезпечення його конкурентних переваг. Досягнення поставленої мети обумовило необхідність розв'язання таких завдань:

- вивчити сутність та процеси формування конкурентоспроможності продукції та підприємства;
- з'ясувати чинники, джерела та методи досягнення конкурентних переваг на підприємстві.

Об'єктом дослідження виступають процеси формування та забезпечення конкурентних переваг підприємств та організацій.

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.

До механізму формування конкурентоспроможності підприємства входять чинники, методи і джерела. Для забезпечення високої конкурентоспроможності необхідне раціональне використання всіх ресурсів підприємства. Це дає йому змогу зайняти стабільне місце на ринку, забезпечити стабільний попит його продукції на ринку, стати більш прибутковим у порівнянні з конкурентами. Однак цей стан не являється статичним. Для забезпечення конкурентоспроможності менеджери повинні відслідковувати зміни, що відбуваються в зовнішньому та внутрішньому середовищах підприємства, проводити відповідні нововведення в процесах виробництва та реалізації продукції. Для цього корисним є визначення чинників, джерел та методів, тобто механізму формування конкурентних переваг та забезпечення конкурентоспроможності підприємств та організацій.

Система чинників конкурентоспроможності підприємства має ієрархічну структуру. Чинники, що формують конкурентоспроможність підприємства, поділяються на три групи, які, у свою чергу, поділяються на підсистеми нижчого рівня:

- чинники макrorівня – відображають вплив умов функціонування національної й міжнародної економіки;
- чинники мезорівня – характеризують сферу діяльності підприємства;
- чинники мікрорівня – безпосередньо впливають на конкурентоспроможність підприємства.

Перші два рівні формують зовнішні чинники впливу на конкурентоспроможність підприємств, а третій рівень – внутрішні чинники.

Зовнішні чинники – це такі чинники, на які підприємство впливати не може, але менеджери обов'язково враховують їх при прийнятті управлінських рішень у своїй господарській діяльності. До них відносяться [4]:

- законодавство держави, його фіскальна та кредитно-грошова політика;
- кон'юнктура ринків матеріальних трудових, фінансових ресурсів;
- розвиток родинних та підтримуючих галузей;

- динаміка попиту на товари та послуги, що виробляються чи надаються підприємством та ін.;

Внутрішніми чинниками конкурентоспроможності підприємства є:

- організаційна та виробнича структури управління підприємством;
- професійний та кваліфікований рівень управлінського персоналу;
- прогресивність техніки та технології;
- якість сировини і матеріалів, які використовуються при виробництві продукції;
- збутова політика підприємства та ін.

Джерелами створення конкурентоспроможності є види діяльності, які входять до життєвого циклу продукції. Заходи з удосконалення на всіх його етапах призводять до підвищення якості товару, зниження ціни, тобто до підвищення конкурентоспроможності. Конкурентоспроможність є величиною динамічною. Будь-які конкурентні переваги конкуренти рано чи пізно зведуть нанівець, тому навіть лідерам не варто розслаблятися. Необхідно весь час створювати та впроваджувати новації, які спрямовані на поліпшення якості товарів чи зменшення витрат на них, тому новації є методом створення конкурентоспроможності [1].

Результатом функціонування механізму формування конкурентоспроможності є конкурентні переваги – чинники конкурентоспроможності, які переважають аналогічні чинники виробів-конкурентів і цим самим вигідно відрізняють підприємство серед конкурентів. Сума конкурентних переваг становить конкурентоспроможність підприємства.

### Список використаних джерел

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. Юданов А. Ю. Конкуренция: теория и практика: учебно-практ. пособие. – 3-е изд., исправ. и доп. – М.: Гном и Д, 2001.
4. [http://pidruchniki.com/82237/ekonomika/konkurentospromozhnist\\_produktsiyi\\_pidpriyemstva](http://pidruchniki.com/82237/ekonomika/konkurentospromozhnist_produktsiyi_pidpriyemstva)