

ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ НА ЗАРУБІЖНОМУ РИНКУ

Актуальність теми, полягає в тому, що у сучасному бізнес-середовищі висока конкуренція, швидкі технологічні зміни та динамічні ринкові вимоги роблять необхідним ефективне формування конкурентних переваг для успішного виживання та розвитку підприємств. Основний напрям спрямований на дослідження сутності та технологій формування конкурентних переваг, що важливо для бізнесу у мінливому середовищі. Вивчення конкурентних стратегій та методів аналізу конкурентоспроможності допомагає компаніям краще розуміти свої конкурентні переваги та недоліки. Для покращення конкурентоспроможності компанії оптимізують витрати, використовують різноманітні методи та шукають кращі пропозиції, тому підвищення конкурентоспроможності через ефективні проекти та операції є одним із основних напрямків розвитку багатьох підприємств, відповідаючи сучасним вимогам української економіки, орієнтованої на розвиток ринкових відносин та появу нових конкуруючих компаній. Мета – розробка та застосування ефективної стратегії формування конкурентних переваг (КП) для компаній, що оцінюють майно та бізнес. Тобто основна мета – підвищення конкурентоспроможності компаній на динамічному ринку, забезпечуючи виділення серед конкурентів, залучення клієнтів та стійкий успіх.

Підприємства, займаючись оцінкою майна та бізнесу, у сучасному конкурентному середовищі, повинні зосередитися на створенні та підтримці конкурентних переваг. Технологія формування конкурентних переваг включає етапи локалізації пошуку, визначення можливостей зростання та аналіз причин виникнення переваг. Локалізація процесу пошуку важлива для зрозуміння, де саме шукати конкурентні переваги. Це може включати вивчення географічних особливостей ринку та доступності засобів комунікації. Формування списку конкурентів допомагає визначити основних суперників, а діагностика цілей конкурентів дозволяє розуміти, які цілі переслідують конкуренти та які дії планують зробити на ринку. Отримані дані використовуються для виділення ключових конкурентних переваг на ринку оціночних послуг. Це включає аспекти, такі як географічні особливості, фінансова потужність та стратегічні плани конкурентів. Ефективне використання цієї технології допомагає підприємствам не тільки виділитися серед конкурентів, але й зміцнити свої позиції, залучаючи більше клієнтів та підвищуючи прибутковість. Однак, існує ризик поширених помилок у процесі формування конкурентних переваг, таких як непорозуміння, відсутність доказів тверджень та недостатня оригінальність у комунікаціях. Ці помилки можуть призвести до втрати довіри, погіршення репутації, втрати клієнтів та фінансових втрат. Дослідження, яке було проведено, сприяє покращенню позиції компаній на ринку оцінки майна та бізнесу та підвищенню їхньої конкурентоспроможності. Використання технології формування конкурентних переваг дозволяє компаніям виживати та процвітати в умовах високої конкуренції та постійних змін на ринку. Важливою є постійна адаптація стратегій та уникання поширених помилок, таких як втрата довіри та погана репутація.

Перелік посилань:

1. Лоуренс, Роберт З. (2002). «Конкурентоспроможність». Девід Р. Хендерсон. Коротка енциклопедія економіки (1-е вид.). Бібліотека економіки та свободи.
2. Портер, Майкл Е. (1985). «Конкурентна перевага: як досягти високого результату та забезпечити його стійкість.». ст. 454.
3. Мурман, Крістін та Енн С. Майнер. (1997), «Вплив організаційної пам'яті на продуктивність і креативність нового продукту». Журнал маркетингових досліджень, 34 (1), ст. 91-106.
4. Рокарт, Джон Ф., «Керівники визначають власні потреби в даних», 1979 (2), ст. 81-93.
5. Котлер, Ф. «Маркетинговий менеджмент» Експрес-курс. 2-ге вид. ст. 464