

продуктів. Патентна стратегія полягає в тому, щоб максимально зосередитись на вузьких ринкових областях і зосередити увагу на диференціації продукції.

Обираючи інноваційну стратегію, керівники повинні спочатку врахувати ринкову позицію компанії, її науково-технологічну політику та стадію життєвого циклу товару або послуги. На основі різних моделей інноваційних стратегічних планів існує безліч варіантів вибору стратегічних позицій. Інноваційна стратегія, заснована на тісній співпраці між командами [2]. У компаніях, які обирають цю стратегію, менеджери з персоналу повинні забезпечувати працівників робочими місцями, щоб вони могли накопичувати або набувати навичок на інших посадах в тій же організації. Завдяки набутим навичкам та вмінням, інноваційна стратегія може сприяти подальшому розвитку до розвитку кар'єри. Особливістю цієї стратегії є сертифікація, яка дозволяє детально проаналізувати роботу команди та її результати. Стратегія лідерства – орієнтація на результати самої роботи, наприклад, на результат. У галузі управління персоналом цей тип в основному зосереджений у короткостроковій перспективі, лише поміркована увага до якості та відсутність толерантності до ризиків. Ця стратегія має ключову функцію. План-аналіз поліпшення якості – показує, що всі проблеми зосереджені не тільки на всьому робочому процесі, але й на його якості. Організації, що характеризуються цією стратегією, прагнуть приймати менш ризиковані рішення. У такій організації відданість і відданість працівників високо цінуються.

Сьогодні інновації стають дедалі популярнішими, що може багаторазово підвищити ефективність компанії. Це тому, що всі організації перебувають у глобальному конкурентному середовищі. Недостатньо впроваджувати інновації в компанії, необхідно мати можливість чітко керувати ними та використовувати їх, щоб принести користь організації в майбутньому.

Список використаних джерел:

1. Grynko T., Nviniashvili T. Innovative strategies of business entities staff management. Управління розвитком суб'єктів підприємництва в умовах викликів XXI століття: Колективна монографія: за заг. ред. Т.В. Гринько. Дніпро: Біла К.О., 2019. С. 174-203.
2. Nviniashvili T. The role of staff motivation in the conditions of reducing the economic security of business entities. Журнал «Актуальные научные исследования в современном мире», Переяслав-Хмельницький, 2019. Вып. 10(54), Ч. 4. С. 157-159.

Гайдай К. В.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ

В сучасних ринкових умовах під час своєї діяльності перед підприємством постають різноманітні завдання, які в кінцевому рахунку впливають на зміни в системі управління. Головною об'єктивною проблемою є постійне підвищення динамізму зовнішнього середовища, а фактичні зміни вимагають розробки більш складних і деталізованих управлінських рішень [3].

Вищезазначене особливо актуалізує питання використання методів стратегічного управління підприємством.

Вітчизняні підприємства мають тенденцію організації без заздалегідь сформульованої стратегії, що призводить до швидкого послаблення конкурентних позицій та зменшення шансів виходу на зовнішній ринок. Через економічну кризу у світі менеджери стикаються з проблемами стратегічного планування при створенні компанії, тобто в цьому випадку очевидно, що деякі компанії мають слабкі та сильні сторони (інші сильні сторони) [2]. Однак ми не можемо говорити про розвиток конкурентних переваг через це, але ми повинні розуміти суть стратегічного планування та організаційного управління бізнесом, оскільки мета виживання в конкурентному середовищі є більш домінуючою, ніж інші цілі, що визначають його подальшу поведінку.

Конкурентна перевага повинна забезпечувати унікальність торгової марки та відповідати конкретним потребам клієнтів. Стратегічні фактори успіху базуються не на об'єктивних факторах, а на суб'єктивно сприйнятих споживчих уподобаннях [1]. Отримання та підтримка конкурентних переваг є ключовою функцією стратегічного управління бізнесом. Особливо важливо отримати перевагу на насиченому ринку. На насиченому ринку багато постачальників можуть задовольнити попит. Фактори, що забезпечують досконалість компанії, зазвичай пов'язані з поняттям факторів стратегічного успіху. Головною передумовою їх формування є здатність компанії реалізовувати та підтримувати свої переваги як товаровиробника (порівняно з конкуруючими постачальниками) у довгостроковій перспективі.

Конкурентні переваги частково втрачають цінність, якщо вони легко відтворюються іншими компаніями. Керівництво повинно розробити стратегії їх підтримки шляхом встановлення бар'єрів для входу: високі капітальні витрати, дефіцит сировини, економія від масштабу, вигідний вибір місця, патенти та ліцензії тощо. Два найпоширеніші та найефективніші способи – це переваги, пов'язані з володінням брендом, та основні ділові можливості компанії у вибраній галузі діяльності, засновані на організаційній ефективності компанії [4].

Як відомо, стратегія – це комплексна модель дій, спрямованих на досягнення організаційних цілей. З одного боку, стратегія – це конкретний довгостроковий план досягнення мети. Формулювання стратегії – це процес пошуку цілей та складання довгострокових планів. З іншого боку, стратегія – це довгостроковий план, який якісно визначає діяльність підприємства та напрямок його розвитку [6]. Стратегія пов'язана зі сферою діяльності, способом та формою діяльності, системою управління людськими ресурсами та конкурентною позицією компанії. Стратегію розвитку підприємства можна вибрати відповідно до характеру завдання та ступеня використання.

Стратегічне управління не є панацеєю для вирішення всіх недоліків корпоративного управління. Необхідність підтримки стратегічного позиціонування підприємства робить стратегічне управління процесом безперервним та динамічним [5]. Тому одноразовий аналіз та діагностика не можуть бути основою цього процесу, оскільки вони надають обмежену інформацію. Головною перевагою є те, що організація може мінімізувати негативний вплив майбутньої невизначеності. По-друге, компанія може зосередитись на факторах навколишнього

середовища, які можуть змінювати форму та відповідно коригувати існуючу стратегію. По-третє, компанія може отримати необхідну основу для прийняття стратегічних та фактичних рішень. По-четверте, компанією стає простіше керувати, оскільки за допомогою стратегічного плану можна порівняти досягнуті результати із встановленими цілями, визначеними у вигляді планових завдань.

Список використаних джерел:

1. Гвініашвілі Т.З., Морока Д.М. Проблеми забезпечення конкурентоспроможності підприємства в сучасних умовах. *Причорноморські економічні студії*, 2020. Вип. 50/20. С. 127-131.
2. Гринько Т.В. Управління конкурентоспроможністю підприємства: логістичний аспект. *Збірник наукових праць Міжнародної науково-практичної конференції «Економіка і менеджмент 2016: перспективи інтеграції та інноваційного розвитку»: у 9 т. (м. Дніпропетровськ, 14-15 квітня 2016 р.)*. Дніпро: Біла К.О., 2016. Т. 6. С. 64-66.
3. Гринько Т.В., Гвініашвілі Т.З. Механізм функціонування суб'єктів підприємництва в контексті економічної безпеки країни. *Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії*. Запоріжжя: Видавничий дім «Гельветика», 2018. Вип. 3(15). С. 58-64.
4. Гринько Т.В., Михайлова Д.О. Механізм управління формуванням конкурентних переваг підприємств готельного бізнесу. *«Розвиток економічної науки на сучасному етапі»: матеріали міжнародної науково-практичної інтернет-конференції економічного спрямування (м. Тернопіль, 28 листопада 2017 р.)*. Тернопіль: ФОП Шпак В.Б., 2017. С. 17-19.
5. Grynko T., Gviniashvili T. (2017) Organisational and economic mechanism of business entities' innovative development management. *Економічний часопис-XXI*, 2017. №165 (5-6). С. 80-83.
6. Hvinashvili T. Factor analysis of business entities' competitiveness. *Scientific achievements of modern society. Abstracts of the 5th International scientific and practical conference*. Cognum Publishing House. Liverpool, United Kingdom, 2020. P. 81-84.

Канд. екон. наук Гвініашвілі Т. З.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

**ТЕНДЕНЦІЇ ТА НОВАЦІЇ
В СФЕРІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА**

Сучасні інформаційно-комунікаційні технології призводять до трансформації форм зайнятості і стосуються всіх суб'єктів і всіх інститутів ринку праці. Вплив цифрових перетворень проявляється в скасуванні та створенні робочих місць в різних секторах економіки та виникненні нових форм праці. Інформаційно-комунікаційна революція привела до зміни більшості інструментів управління персоналом і активізувала когнітивні процеси (інформатизація управлінської діяльності; зростання значущості ІТ-технологій, що забезпечують обробку великого обсягу інформації, необхідної для прийняття рішень в сфері HR-менеджменту; формування нової системи комунікацій і розвиток нових технологій обміну інформацією в організаціях; посилення уваги до навчання та розвитку співробітників і т. ін.). Будь-які рішення повинні прийматися максимально швидко, інакше рішення, прийняте невчасно, не буде відповідати вимогам зовнішнього і внутрішнього середовища організації. Крім того, нестабільність, невизначеність, складність середовища значно підвищує ризик отримання недостовірної інформації або отримання інформації не в повному обсязі [3, с. 140]. В даний час