



УДК 339.137.2

УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТНИМИ ПЕРЕВАГАМИ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Студ. А.М. Хондока, гр. мгЗМН-1-18

Науковий керівник доц. Т.Р. Цалко

Київський національний університет технологій та дизайну

Мета полягає в дослідженні теоретичних та практичних аспектів управління конкурентними перевагами підприємства в сучасних умовах господарювання.

Завданням дослідження є розроблення системи покращення управління конкурентними перевагами підприємства, в результаті чого очікується комерційний ефект для господарюючого суб'єкту.

Об'єктом дослідження є управління конкурентними перевагами підприємства в сучасних умовах господарювання.

Предметом дослідження виступають теоретичні та прикладні положення формування конкурентних переваг підприємства як засобу покращення іміджу українських підприємств.

Методи та засоби дослідження: застосовано аналітичний метод та метод теоретичного узагальнення.

Науковою новизною є узагальнення шляхів удосконалення системи управління конкурентних переваг, як пріоритетної форми покращення іміджевої складової підприємств, що характеризує напрям роботи організації, дозволяючи виявити її слабкі та сильні сторони.

Практичне значення отриманих результатів полягає у можливості їх впровадження на підприємствах різних галузей економіки, що сприятиме підвищенню їх іміджевої складової.

Аналіз останніх публікацій. Технології формування конкурентних переваг на різних рівнях економічної системи досліджено в працях багатьох зарубіжних і вітчизняних науковців: М. Портера, Ф. Котлера, Ж.-Ж. Ламбена, Р. Байя, Г. Азоєва, В. Василенка, І. Должанського, Л. Лісовської, Л. Іванця, Р. Фатхутдінова, Т. Харченко, М. Чорної та ін.

Результати дослідження. Найважливішим критерієм успішної діяльності підприємства в сучасних умовах є його конкурентоспроможність. Під конкурентоспроможністю підприємства будемо розуміти його здатність розробляти, виробляти і продавати свої товари більш ефективно, ніж конкуренти. Так, конкурентоспроможність підприємства забезпечується його конкурентними перевагами □ перевагою над конкурентами в економічній, виробничій, організаційної, соціальної, ринкової сферах діяльності.

Як конкурентних переваг підприємства можуть виступати нові товари, нові технології, нові послуги, нові ринки, нове обладнання, модернізація засобів виробництва, нові методи організації і управління виробництвом, працею і продажами [1-3]. При формуванні конкурентних переваг підприємства доцільно керуватися рядом принципів: цінності, натхнення, незворотності, актуалізації, інформаційної забезпеченості [4].

Формування конкурентних переваг підприємства повинно бути стимулюючим фактором при наступних умовах:

- існування форми відтворення, що ставить все господарські структури в економічно рівні умови (співвідношення власних і бюджетних джерел фінансування має бути чітко визначено, інвестиційні кредити повинні бути доступними, а ставка відсотка □ не вище нормативу окупності кредиту);

- наявність примусових механізмів використання на інвестиційні цілі тих відтворювальних елементів, які не можуть «проїдати»;



- розвиток підприємств як виробничо-соціальних комплексів, здатних взяти під свій контроль розширене відтворення висококваліфікованих кадрів, їх соціальний захист, охорону здоров'я і нормальні умови праці;

- наявність єдиної інституційної системи організації і стимулювання творчої праці, державного захисту інтелектуальної власності та стимулювання інтелектуальної діяльності.

Основою формування конкурентних переваг є нововведення в широкому сенсі (поліпшення технології, вдосконалення способів і методів управління, зміна продукту або виробничого процесу, впровадження нових підходів до маркетингу, нових каналів розповсюдження товару, нових стратегій конкуренції і т. д.).

Сферою виникнення (формування) конкурентних переваг можуть служити також наступні джерела:

- висока якість товару, надійність;
- імідж підприємства, торгова марка, статус (призначення) товару;
- асортимент і номенклатура продукції, що випускається;
- технічні пріоритети, інновації;
- наданий сервіс (кредит, обслуговування після продажу);
- окремі маркетингові функції (частка витрат на рекламу, канали розподілу);
- використовувана технологія (точність обробки);
- «вхідний» якість;
- кваліфікація та досвід працівників;
- контроль діяльності;
- вигідне місце розташування (наприклад, роздрібних магазинів);
- ступінь вертикальної інтеграції.

Для підприємства найбільш кращі довгострокові конкурентні переваги, що характеризуються наступними властивостями: цінністю, унікальністю, стійкістю, прибутковістю.

Однією з важливих передумов посилення і розвитку конкурентної переваги підприємницької структури є вибір сфери конкуренції, відмінною від тієї, що вибрали конкуренти, або перехід до глобальної конкуренції, в той час як інші вітчизняні фірми ще обмежуються внутрішнім ринком. Тому підхід до розвитку конкурентної переваги, на наш погляд, носить глобальний характер і визначається завоюванням нових конкурентних переваг в системі: стратегічна група □ галузь національна економіка □ світовий ринок.

Висновок. Отже, конкурентоспроможність підприємства як найважливішої ринкової категорії забезпечується його конкурентними перевагами перевагою над конкурентами в економічній, виробничій, організаційній, соціальній, ринкової сферах діяльності.

ЛІТЕРАТУРА

1. Ткачова С.С. Сучасна концепція стійких конкурентних переваг підприємства: інтеграція та збалансування наукових підходів / С.С. Ткачова // Ученые записки Таврического национального университета имени В.И. Вернадского. Серия «Экономика и управление». – 2012. – Т. 25(64). – № 2. – С. 160–168.

2. Селезньова Г.О. Формування конкурентних переваг підприємства в сучасних умовах господарювання / Г.О. Селезньова // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2016. – № 10 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://global-national.in.ua/issue-10-2016>.

3. Цьвок Д.Р. Формування конкурентних переваг підприємства / Цьвок Д.Р., Яворська Н.П. // Проблеми системного підходу в економіці. – Випуск № 5(61). – 2017. – С. 141-147.

4. Харченко Т. О. Інноваційне забезпечення конкурентоспроможності підприємства [Електронний ресурс] / Т. О. Харченко, Р. Л. Куфрик // Ефективна економіка. – 2016. – № 11. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5253>