

ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА

В умовах розвитку ринкових відносин забезпечення конкурентних переваг є вирішальним фактором успіху бізнесу й економічної безпеки. Конкуренція є об'єктом уваги як зарубіжних, так і вітчизняних науковців протягом більш ніж двох століть. Перші згадки щодо конкуренції відомі ще з давніх часів. З точки зору економічної теорії основними підходами до вивчення конкуренції як економічного явища виступають поведінковий, структурний й функціональний підходи. Кожен з підходів властивий одній з економічних концепцій, що відповідають розвитку економічної думки певного періоду часу.

Забезпечення конкурентних переваг – це багатоаспектне поняття, яке в умовах сучасного життя виходить далеко за межі економіки, зачіпаючи соціальні, філософські, психологічні аспекти. Воно може бути віднесено не тільки до підприємства або продукції, але і до регіону, людині або ідеї. Забезпечення конкурентних переваг як всеосяжний показник успішності вивчається з різних сторін, пропонуються підходи до його оцінки, управління та розвитку. Тим часом, питання підвищення забезпечення конкурентних переваг не втрачає своєї актуальності, змусив шукати нові інструменти, чинники, алгоритми, якщо не гарантують результат, то максимально до нього наближають [1].

Дослідження чинників впливу на формування забезпечення конкурентних переваг підприємства набуває більшої актуальності на нинішньому етапі розвитку національної економіки країни. Конкуренція примушує підприємства всіх форм власності постійно відстежувати зміни вартості матеріальних ресурсів, попиту та пропозиції, зменшувати витрати на виробництво, покращувати якість своєї продукції та послуг, що реалізуються на ринку, підвищувати свою забезпечення конкурентних переваг.

Варто відзначити, що існує велика кількість визначень поняття «чинник забезпечення конкурентних переваг підприємства» і класифікацій цих чинників за різними ознаками. Під чинником забезпечення конкурентних переваг підприємства розуміють діючу силу, обставину, умову, вплив яких може призвести до змін особливостей, конкурентних переваг підприємства та можливостей їх використання в боротьбі за найбільш вигідні умови реалізації і збуту продукції.

Класифікація чинників забезпечення конкурентних переваг підприємства в різних авторів дуже неоднорідна. При цьому можна відзначити, що за походженням дослідники поділяють чинники забезпечення конкурентних переваг підприємства на внутрішні та зовнішні. Внутрішні чинники – чинники, які за своїм походженням відносяться до самого підприємства, тобто вони управляються підприємством, їх зміна можлива за рахунок ресурсів підприємства. До внутрішніх чинників, що впливають на забезпечення конкурентних переваг підприємства, слід відносити наявність якісних ресурсів всіх видів, місце розташування підприємства, рівень менеджменту тощо. Зовнішні чинники – це сили, явища, обставини, що впливають на забезпечення конкурентних переваг окремого підприємства ззовні. Підприємство не завжди може на них впливати, керувати ними. До цих чинників слід відносити дії уряду, чинники попиту, активність конкурентів тощо [2].

Найважливіше завдання формування та оцінки конкурентних переваг підприємства на міжнародному ринку полягає в забезпеченні можливості досягнення різними засобами і методами необхідних конкурентних переваг. Одночасно з теоретичними дослідженнями суті конкуренції та забезпечення конкурентних переваг в економічній літературі обговорюється проблема практичної оцінки забезпечення конкурентних переваг. Вивчення конкурентів і умов конкуренції потрібна підприємству в першу чергу для того, щоб визначити, в чому його переваги і недоліки перед конкурентами, і зробити висновки для розробки власної успішної конкурентної стратегії і підтримки конкурентних переваг [1].

Таким чином, рівень забезпечення конкурентних переваг (як функція від всіх перерахованих вище чинників) знаходить відображення в інтегрованому показнику вартості підприємства. Саме по динаміці цього показника керівники компанії можуть зробити комплексний висновок про правильність прийнятих управлінських рішень і ефективності управління бізнесом. Такий висновок напрошується виходячи з того, що забезпечення конкурентних переваг підприємства – це багатоаспектне поняття, що формується комплексом чинників, які повинні не тільки відображати поточний стан, а й прогнозувати стан підприємства в майбутньому для досягнення нею стратегічних завдань.

Література:

1. Воронько-Невідничка Т. В. Управління конкурентоспроможністю підприємства в мовах нестабільного ринкового середовища. Економіка та управління підприємствами. 2018. Випуск 21. С. 251–254.
2. Жилінська Л. О. Розробка комплексу заходів щодо підвищення конкурентоспроможності промислових підприємств. Держава та регіони. Сер.: Економіка та підприємництво. 2014. № 1. С. 73–80.