

Магістр 2 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

ПРОЦЕС ДОСЯГНЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВОМ

Анотація. Проведено аналіз і запропоновано внести зміни до порядку та змісту основних етапів процесу досягнення конкурентних переваг, який передбачає аналіз компетенцій, оцінку виробничих і фінансових можливостей підприємства та визначення джерел, які використовує підприємство в процесі своєї діяльності для досягнення та утримання конкурентних переваг.

Аннотация. Проведен анализ и предложено внести изменения в порядок и содержание основных этапов процесса достижения конкурентных преимуществ, который предусматривает анализ компетенций, оценку производственных и финансовых возможностей предприятия, а также определение источников, используемых предприятием в процессе своей деятельности для достижения и удержания конкурентных преимуществ.

Annotation. The article analyses and proposes changes in the order and content of the main stages of the process of achieving competitive advantages, which provides the analysis of competencies, the assessment of production and financial capabilities of an enterprise, as well as the definition of the sources used by the company in the normal course of business to achieve and maintain competitive advantages.

Ключові слова: конкурентні переваги, процес досягнення конкурентних переваг підприємством, компетенції підприємства, фінансовий потенціал підприємства.

Ключовими чинниками успіху в конкурентній боротьбі прийнято називати такі чинники, що впливають з вимог ринку, які можуть дати фірмі переваги перед її конкурентами. Суперництво серед існуючих конкурентів часто зводиться до прагнення всіма засобами домагатися вигідного становища, використовуючи тактику цінової конкуренції,

просування товару на ринок і інтенсивну рекламу. Знання можливостей компанії та джерел конкурентного впливу дозволить виявити напрями, де компанія може піти на відкриту конфронтацію з конкурентами, а де – уникнути її. Якщо компанія є виробником з низькими витратами, вона буде в змозі протиставити себе владі споживачів, оскільки зможе продавати їм товари, не вразливі з боку товарів-замінників.

Метою дослідження є розвиток передумов для вибору економічно обґрунтованих джерел формування конкурентних переваг підприємства за рахунок вдосконалення порядку та змісту основних етапів процесу їх досягнення, що дозволить підвищити ефективність функціонування підприємства і поліпшити його конкурентне становище на ринку.

Нова ситуація в розвитку споживчих ринків, що характеризується високою швидкістю змін, формує ряд принципових вимог до організації бізнесу. Конкурентні переваги підприємства, закладені в організації операційних бізнес-процесів (постачання, виробництво, збут), не можуть розглядатися як джерело стратегічної переваги в довгостроковому плані. Конкурентні переваги в остаточному підсумку проявляються в характеристиках продуктів і послуг, але цикл створення конкурентних переваг повинен випереджати цикл продуктивний. Планована конкурентна перевага спочатку проектується на рівень виробничих процесів і лише потім проявляється в параметрах продуктів і послуг [1]. Тобто, якщо конкурентна перевага позначається на вартості виробничих процесів, це, в остаточному підсумку, виявиться в характеристиках собівартості продуктів. Формування конкурентних переваг усе більше зміщується у бік тих процесів, які забезпечують швидкість і точність ринкових реакцій підприємства.

Отже, для підприємства у довгостроковому плані важливо організувати процес досягнення конкурентних переваг (рис. 1) [2].

Аналіз зазначеного процесу показав, що виявлення джерел формування конкурентних переваг можливе лише за умови проведення аналізу компетенцій та оцінки виробничих можливостей підприємства, оскільки саме вони забезпечують вибір економічно обґрунтованих джерел для формування конкурентних переваг.

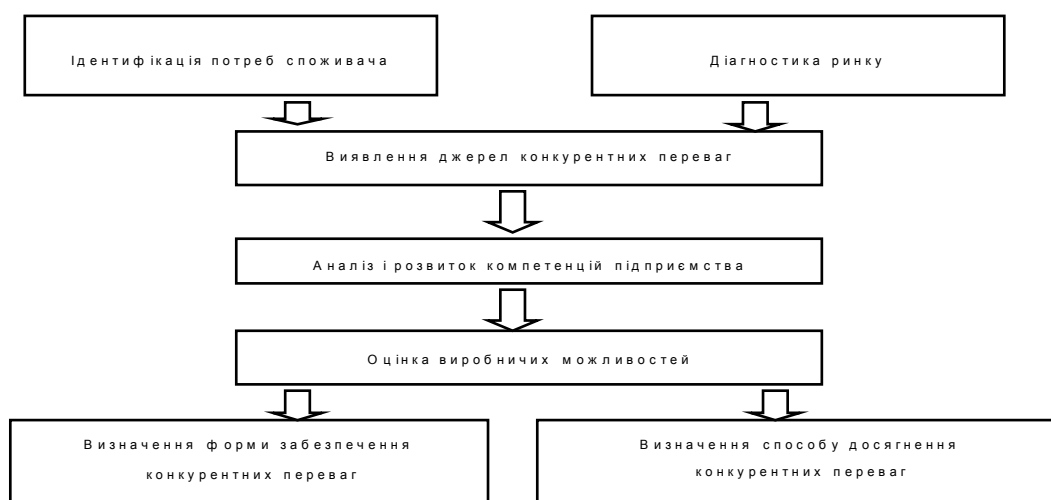


Рис. 1. Процес досягнення конкурентних переваг підприємством
[2]

На думку автора, процес досягнення конкурентних переваг повинен мати такий порядок: на початковому етапі процесу досягнення конкурентних переваг, у результаті аналізу потреб споживачів, а також після діагностики ринку, зі всієї безлічі параметрів проводиться відбір тих, які характеризують конкурентоспроможність продукції, тобто є визначальними у формуванні попиту. Потім необхідно проаналізувати компетенції підприємства – це невід'ємна складова його стратегічних активів, яка відображає комплекс колективного знання, досвіду та здібностей підприємства, що в поєднанні з унікальною технологією дозволяє створювати (підтримувати) конкурентні переваги та забезпечувати неповторну відмітність підприємства у певному ринковому оточенні, виявлення внутрішніх змін [3]. Наступним етапом повинна бути оцінка виробничих можливостей, оскільки формування конкурентоспроможного потенціалу підприємства безпосередньо пов'язане з можливостями його виробничого потенціалу.

Також необхідною складовою процесу досягнення конкурентних переваг є фінансовий потенціал підприємства – це комплексне поняття, яке характеризується системою показників, що відображають наявність і розміщення засобів, реальні та потенційні фінансові можливості. Основними з них є склад і структура активів підприємства, об'єм проведеної продукції і послуг, загальні витрати на виробництво, структура витрат, структура обігових коштів і період їх обороту і платоспроможність, інвестиційний потенціал, інтенсивність інвестицій, норма прибутку капіталу, рентабельність продукції [4]. Конкурентоспроможний фінансовий потенціал характеризується стійкою платіжною готовністю, достатньою забезпеченістю власними обіговими коштами і ефективним їх використанням з господарською доцільністю, чіткою організацією розрахунків, наявністю стійкої фінансової бази. А потім вже із виявлених виробничих, фінансових можливостей та компетенцій впливають джерела конкурентних переваг, які підприємство повинне розвивати та визначати способи досягнення та утримання конкурентних переваг за допомогою отриманої в процесі аналізу інформації. Запропоновану послідовність

процесу досягнення конкурентних переваг підприємством наведено на рис. 2.

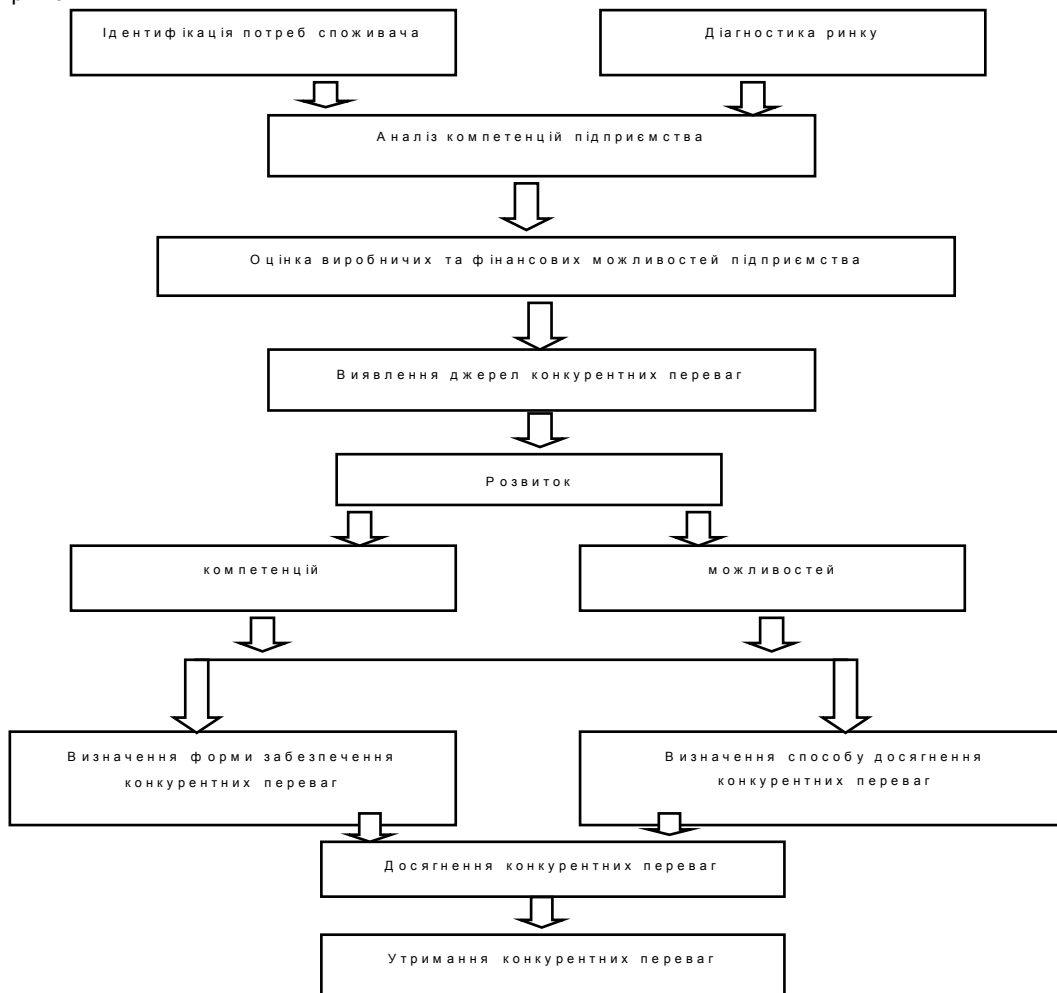


Рис. 2. Процес досягнення конкурентних переваг підприємством, що пропонується

Останнім кроком повинна стати розробка моделі ефективного вибору конкурентної стратегії, що враховує цілу низку чинників, дає можливість здійснювати кількісний та якісний аналіз стратегічних альтернатив та передбачає використання оптимального набору інструментів. Це дозволить сформулювати конкурентну стратегію підприємства та забезпечити її успішну практичну реалізацію.

Отже, для врахування впливу взаємодії внутрішнього та зовнішнього середовищ підприємства на результати його діяльності необхідний аналіз факторів, які визначають умови для створення і підтримки конкурентних переваг підприємства. Ці дослідження базуються на використанні ресурсно-ринкового підходу. Найбільш

вагомими факторами є стан конкурентного потенціалу підприємства і його конкурентна позиція на ринку.

Підтримка високої конкурентоспроможності означає, що всі ресурси підприємства використовуються настільки продуктивно, що воно стає більш прибутковим, ніж його головні конкуренти. Це одночасно передбачає, що підприємство займає стабільне місце на ринку товарів та послуг, а його продукція користується постійним попитом.

Наук. керівн. Пасько М. І.

Л і т е р а т у р а : 1. Управління конкурентоспроможністю підприємства : підручник / Ю . Б . Іванов, М . О . Кизим, О . М . Тищенко та ін. – Х . : В Д "ІН Ж Е К", 2010. – 320 с. 2. Беленов О . Н . Обеспечение конкурентоспособности промышленного предприятия на основе развития внутрифирменных конкурентных преимуществ / Беленов О . Н . // Экономика и управление фирмой. Сер. Экономика и управление. – 2005. – № 1. – С. 66–70. 3. Мендрул О . Г . Управління вартістю підприємств: теоретичні та практичні аспекти : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня докт. екон. наук / Мендрул О . Г . – К . : КНЕУ, 2003. 4. Костевич О . Д . Фінансовий потенціал як фактор сталого розвитку / О . Д . Костевич // Вісник Чернігівського державного технологічного університету. – Чернігів : ЧДТУ, 2010. – Вип. 43. – С. 54–59. 5. Комарцова О . С . Стратегічне планування на підприємстві / Комарцова О . С . // Управління розвитком. – 2010. – № 19(95). – С. 76–77.