

Магістр 2 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

**ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ
ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА**

Анотація. Узагальнено підходи авторів щодо сутності конкурентних переваг підприємства, а також підходи до формування конкурентних переваг підприємства з урахуванням особливостей підходів, умов їх використання у ринковому середовищі.

Аннотация. Обобщены подходы авторов относительно сущности конкурентных преимуществ предприятия, а также подходы к формированию конкурентных преимуществ предприятия с учетом особенностей подходов, условий их использования в рыночной среде.

Annotation. The approaches of authors in relation to the essence of competitive edges of an enterprise, as well as the approaches to forming the competitive edges of an enterprise taking into account the features of approaches, terms of their use, in market environment are generalized.

Ключові слова: конкурентні переваги (КП) підприємства, підходи формування КП, фактори впливу.

Одним з основних пріоритетних векторів української економіки є успішний розвиток вітчизняних підприємств. Досягнення цієї мети в умовах стрімкого розвитку ринкової економіки можливе лише при успішному формуванні конкурентних переваг підприємств. При наявності конкурентних переваг підприємство зможе активно взаємодіяти з зовнішнім середовищем та мати змогу постійно розвиватися, а отже, отримувати надприбуток і виживати в сучасному середовищі. Вивченням конкурентних переваг підприємства займалися такі вчені: Ж.-Ж. Ламбен, М. Портер, К. Макконелл, К. Штайльманн, Ю. Юданов, Р. Фатхутдінов, Г. Азоев, А. Челенков, Н. Сафіулінін, Г. Михайлик, Л. Балабанова, Н. Куденко, В. Пастухова, Т. Омеляненко та інші, але окремі питання формування конкурентних переваг підприємства щодо їх особливостей потребують уточнення й

доповнення.

Мета статті – дослідження сутності конкурентних переваг та підходів до їх формування підприємством у ринковому середовищі.

Було розглянуто матеріали робіт [1 – 3] щодо розкриття сутності та особливостей конкурентних переваг, що дозволило виокремити таке авторське визначення: конкурентна перевага – це особливість чи властивість, що забезпечує підприємству перевагу у конкурентному середовищі на постійній основі щодо його здатності адаптування і гнучкості та успішного функціонування й подальшого розвитку. Удосконалення діяльності підприємства, насамперед, забезпечується за рахунок ефективного використання факторів внутрішнього й зовнішнього середовищ.

Формування конкурентних переваг підприємств неможливе без розвитку співробітництва на умовах партнерства між суб'єктами ринкових відносин та виробництва за рахунок взаємодії з науковцями, споживачами, постачальниками, потенційними конкурентами, посередниками, трудовим колективом [3]. Розглянуті підходи до формування конкурентних переваг підприємства з точки зору їх особливостей, щодо ключових аспектів їх використання та на основі чого досягається успішний розвиток (таблиця).

Таблиця

Підходи до формування конкурентних переваг (КП) підприємства

Підхід	Ключові аспекти	За рахунок чого забезпечуються КП
Інноваційний	практичне використання науково-технічного результату й інтелектуально-виробничого потенціалу	нової чи радикально поліпшеної виробленої продукції, технології
Кластерний	подолання інертності, негнучкості підприємств; розширення кооперування серед конкурентів, постачальників, науковців	об'єднання підприємств на підставі колективної співпраці; використання специфічних ринків
На основі реінжинірингу	перебудова на інформаційній і технологічній основі організації виробництва й управління	радикальної зміни господарської діяльності

Логістичний	планування, організація, управління, контроль і регулювання руху матеріальних й інформаційних потоків від їхнього первинного стану до кінцевого споживача	оптимального управління матеріальними, інформаційними та фінансовими потоками
Ресурсозберігаючий	застосування сукупності заходів щодо дбайливого та ефективного використання факторів виробництва	зростання економічної ефективності діяльності підприємства
Корпоративно-командний	створення команд односторонніх; забезпечення гармонізації інтересів усього персоналу	формування корпоративної культури; досягнення поставленої мети
Ситуаційний	вибір форм і методів регулювання залежно від умов конкретних обставин	виявлення факторів впливу й адаптація системи конкурентоспроможного менеджменту
Комплексний	всебічне дослідження причинних зв'язків та наслідків, комплексна оцінка вхідних параметрів системи забезпечення, їх зміна та розвиток на досліджуваному об'єкті	ефективного управління підприємством
Нормативний	встановлення нормативів за всіма підсистемами для успішного функціонування підприємства	відповідності нормативів вимогам комплексності, ефективності, обґрунтування, перспективності застосування у масштабі і часі

Соціальний	передбачає, що центральне місце у системі посідає персонал, для якого створюються всі умови	згуртованості персоналу, відданості своїй справі
Системний	результативність діяльності підприємств залежить від стану зовнішнього середовища, зв'язків з іншими суб'єктами зовнішнього середовища; всі зв'язки й опосередкування, елементи, функції розглядаються як взаємозалежне ціле	формування факторів підвищення ефективності діяльності та комерційного успіху на ринку

Розглянуті підходи до формування конкурентних переваг підприємства, щодо їх особливостей, переваг та недоліків надали можливість виокремити потребу підприємства (за результатами проведеного аналізу) у використанні того чи іншого підходу: за пріоритетністю обраних методів з урахуванням специфіки виробництва, потреб ринку, тобто "вузьких місць" на підприємстві.

Отже, на основі висвітленого раніше слід відмітити про актуальність та своєчасність відбору методів формування конкурентних переваг залежно від результатів аналізу діяльності підприємства та визначеної стратегії його розвитку. Наступний етап цього дослідження – обґрунтований вибір методів формування конкурентних переваг для кожного конкретного підприємства відповідної галузі, його розмірів тощо.

Наук. керівн. Коюда В. О.

Література: 1. Азоев Г. Л. Конкурентные преимущества фирмы / Азоев Г. Л., Челенков А. П. – М. : ОАО "Типография" НОВОСТИ, 2000. – 255 с. 2. Ламбен Жан-Жак. Менеджмент, ориентированный на рынок / Ламбен Жан-Жак ; пер. с англ. ; под. ред. В. В. Колганова. – СПб. : Питер, 2004. – 800 с. 3. Стровский Л. Е. Вещное экономическая деятельность предприятия : учебник для студ. сред. проф. учебн. заведений / Л. Е. Стровский. – М. : Юнити, 2003. – 642 с. 3. Драган О. І. Формування

конкурентних переваг підприємства / Драган О. І. // Наукові праці НУХТ. – 2009. – № 29. – С. 120–124.