

Секція конференції: Економіка галузевих ринків.

Петрова Н.О.

*здобувач кафедри менеджменту в галузях АПК,
асистент кафедри правового забезпечення АПК,
Сумський національний аграрний університет,
м. Суми, Україна*

ВПЛИВ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА

Основою формування, забезпечення та підвищення конкурентоспроможності підприємств є набуття, утримання та розвиток його конкурентних переваг, що є наслідком реалізації потенційних та ресурсних можливостей підприємства в довгостроковому періоді в умовах конкуренції. Можливості підприємства визначаються його потенціалом, який під дією законів функціонування ринку та впливом позитивоутворюючих факторів внутрішнього та зовнішнього середовища реалізується в конкурентних перевагах підприємства.

На важливість і необхідність формування та досягнення конкурентних переваг вказують як зарубіжні так і вітчизняні дослідники [1-6]. Так, М. Портер, визнаний зарубіжний вчений в галузі конкуренції підкреслює, що фірми випереджають своїх суперників, якщо мають міцну конкурентну перевагу [4].

Підприємство може успішно існувати і розвиватися, якщо воно володіє певними конкурентними перевагами, які створюють передумови для ефективності функціонування підприємства. Існуючі конкурентні переваги підприємства фактично являють собою реалізовані можливості підприємства [3].

Конкурентна перевага сприяє формуванню конкурентоспроможності суб'єктів діяльності і в результаті – національної економіки. Дедалі більшого значення, в останній час, фахівці надають таким конкурентним перевагам, як "масштаб підприємства та ступінь вертикальної інтеграції, накопичений досвід

та наявні знання щодо певного напрямку діяльності, зв'язки між напрямками діяльності, здатність використовувати досвід чи знання в інших бізнес-одиницях, чинники морального зносу напрямків діяльності, інвестиційні рішення у часовому розрізі, регулюючі закони та норми та ін". [2, с. 61].

Існує багато шляхів досягнення конкурентних переваг. Так, на думку Чернеги В.В., існує три основні шляхи їх отримання: стати краще самому підприємству, безпосередньо послабити конкурентів або змінити ринкове середовище [6, с. 21].

У першому випадку підприємство застосовує комплекс заходів, спрямованих на удосконалення власної діяльності. Наприклад, покращення якості продукції, зменшення її собівартості.

У другому випадку – діяльність підприємства спрямовано на безпосереднє послаблення конкурентів. Це можуть бути легальні методи переманювання найдосвідченіших кадрів, створення перепон конкурентам у доступі до каналів розповсюдження товарів через укладання угод на ексклюзивну дистрибуцію, тощо. Проте, останнім часом, як в Україні, так і на Заході, підприємства намагаються змінити саме середовище, в якому вони конкурують [6, с. 22]. Таким чином, конкурентні переваги повинні бути зорієнтовані як на споживачів, так і на конкурентів.

Не дивлячись на численні визначення та підходи до трактування конкурентних переваг, науковці обминають, на наш погляд, найосновнішу конкурентну перевагу перш за все для сільськогосподарських підприємств – це кваліфікований персонал, як один із основних ресурсів, джерел, що впливає на формування конкурентоспроможності.

Як переконливо показує світовий і вітчизняний досвід, самі значимі та довговічні конкурентні переваги виникають не від технічних нововведень. Будь-які технічні рішення і інноваційні стратегії можуть бути швидко скопійовані конкурентами. Найбільш стійку перевагу дає освоєння більш досконалих організаційних технологій [5, с. 12]. Велика увага приділяється якості інноваційних систем, ефективності використання людського капіталу,

інституційному середовищу тощо [1, с. 188].

Вдосконалення особистості, навчання, мотивування працівників до праці, розвиток творчого підходу та мислення в процесі здійснення управління, виконання будь-якої роботи повинно бути основним завданням сучасного управління на підприємстві. Організація повинна створювати умови для того, щоб у працівників на всіх рівнях виробництва та управління було бажання працювати, самовдосконалюватися, тим самим формуючи вектор напрямлення на забезпечення стійких конкурентних переваг.

Досліджуючи різноманітні наукові праці вчених, ми встановили, що визначення конкурентних переваг підприємства існує безліч. Проте, їх можна охарактеризувати, загалом згрупувавши за джерелом виникнення у внутрішні та зовнішні конкурентні переваги, що створюють значний вплив на конкурентоспроможність сільськогосподарських підприємств (табл.).

Таблиця - Зовнішні та внутрішні конкурентні переваги сільськогосподарських підприємств

Зовнішні конкурентні переваги (у відношенні до зовнішнього середовища організації)	Внутрішні конкурентні переваги (у відношенні до внутрішніх процесів в середині організації)
Сприятливий політичний, економічний, інформаційний, соціальний клімат країни (стабільність політичної системи країни, сучасна інформаційна мережа в ринковому середовищі, "законослухняність" суб'єктів ринкового середовища, не корумпованість органів, що складають механізм держави, зв'язок з НДІ, з дорадницькими організаціями, налаштування зв'язків із ВНЗ по залученню висококваліфікованих молодих спеціалістів, якісна інфраструктура регіону).	Конкурентні переваги, що визначають ефективність функціонування підприємства (фінансові показники: прибутковості - за показниками рентабельності продукції, виробництва, капіталу, продажів; інтенсивності використання капіталу – за коефіцієнтами оборотності видів ресурсів або капіталу, ліквідність і платоспроможність підприємства, доступ до фінансових ресурсів).
	Конкурентні переваги, що базуються на ресурсних конкурентних перевагах: 1. Природні, кліматичні, земельні ресурси; 2. Фінансові ресурси; 3. Трудові ресурси: висока кваліфікація, компетентність і достатній досвід роботи або можливість навчання персоналу, розвиток творчої, інтелектуальної, бажаної працювати особистості, ефективна організація праці працівників; 4. Технологічні ресурси: сучасність матеріально-технічної бази, використання НТП, автоматизація трудових процесів.

Взаємовідносини зі споживачами (орієнтація на "свого" споживача (знання їх потреб, виходячи з їх купівельної спроможності при дотриманні високої якості продукції (товару чи послуг), формування налагодженої системи ділових контактів)).	Конкурентні переваги, що базуються на управлінських та організаційних конкурентних перевагах: 1. Управлінські конкурентні переваги – ефективність і результативність діючої системи менеджменту (наприклад, спрямованої на забезпечення якості та безпечності, екологічності аграрної продукції, тощо), стратегічний підхід до управління підприємством, інноваційний характер управлінської діяльності, гнучкість реакції системи управління на зміни зовнішнього середовища, ефективна товарна та збутова політика, гнучка цінова політика. 2. Інформаційні конкурентні переваги – висока якість процедури збору й обробки інформації; використання сучасних інформаційних технологій, наявність системи інформаційної підтримки управління конкурентоспроможністю.
Взаємовідносини з постачальниками та конкурентами створення атмосфери співпраці, іміджу добросовісності, кооперації, дружніх зв'язків між підприємством та постачальниками і конкурентами, при дотриманні ефективної системи моніторингу конкурентів, їх політики і стратегій розвитку, змінюючи в залежності від цього власну стратегію; використання можливості інтеграції і кооперації для досягнення спільної мети (напр., сільськогосподарська кооперація, інтеграція, створення агрокластерів).	

Джерело: сформовано автором

Зовнішні та внутрішні конкурентні переваги, взаємодіючи між собою створюють загальні конкурентні переваги, що дають можливість підприємству, слідуючи обраній стратегії управління та виробництва, вдало функціонувати в конкурентному середовищі, формуючи тим самим свою конкурентоспроможність.

Так, зовнішні конкурентні переваги, з одного боку, орієнтують підприємство на розвиток та використання тих чи інших внутрішніх переваг, а з іншого забезпечують йому стійкі конкурентні позиції, оскільки орієнтують на цілеспрямоване задоволення потреб конкретної групи споживачів.

Отже, конкурентні переваги, на наш погляд, посідають важливе місце у формуванні та забезпеченні конкурентоспроможності підприємства та являються запорукою його стійкої конкурентної позиції, встановлюють напрямок формування конкурентної стратегії підприємства, беруть участь у становленні конкурентного потенціалу.

Список використаних джерел:

1. Антонюк Л.Л. Інновації: теорія, механізм розробки та

комерціалізації / Л.Л. Антонюк, А.М. Поручник, В.С. Савчук. – Київ: КНЕУ, 2003. – 394 с.

2. Наливайко А.П. Теорія стратегії підприємства. Сучасний стан та напрямки розвитку / А.П. Наливайко. – К.: КНЕУ, 2001. – 227 с.

3. Отенко І.П. Управління конкурентними перевагами підприємства / І.П. Отенко, Є.О. Полтавська. – Харків: ХНЕУ, 2005. – 212 с.

4. Портер М. Стратегія конкуренції / М. Портер; пер. з англ. – К.: Основи, 1997. – 390 с.

5. Рубаник Ю. От организации и контроля сверху – к самоорганизации и сотрудничеству / Ю. Рубаник // Менеджмент и менеджер. – 2004. - № 9. – С. 12-17.

6. Чернега В.В. Конкурентостійкість підприємств та механізми її забезпечення / В.В. Чернега. – К.: ІПК ДСЗУ, 2008. – 235 с.