

В. В. Ігнатовський

ФОРМУВАННЯ КОКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Обґрунтовано актуальність питань формування та досягнення конкурентних переваг підприємством на сучасному етапі. Розглянуто сутність поняття «конкурентна перевага». Виділено основні вимоги, яким мають відповідати конкурентні переваги, щоби вважатися стратегічними чинниками успіху. Означено основні проблеми, які виникають при формуванні конкурентної переваги.

Відмічені труднощі при формуванні конкурентної стратегії сучасного підприємства, названі чинники, що формують конкурентні переваги, їх складові та особливості формування з урахуванням зовнішнього середовища. Проведена порівняльна характеристика впливу чинників на ефективність та конкурентоспроможність підприємства. Названо рівні формування конкурентоспроможності та рівні окремих конкурентних переваг.

У результаті аналізу трактування терміну «конкурентні переваги» запропоновано доповнити наведені визначення комплексним та ситуаційним підходом, сутність якого полягає у гармонізації джерел конкурентних переваг, результатом чого має стати система конкурентних переваг, спрямована на перемогу у конкурентній боротьбі.

Ключові слова: конкуренція, конкурентоспроможність, переваги, чинники, підприємство, ефективність.

Игнатовский В. В. Формирование конкурентоспособных преимуществ современного предприятия.

Обоснована актуальность вопросов формирования и достижения конкурентных преимуществ предприятия на современном этапе. Рассмотрена сущность понятия «конкурентное преимущество». Выделены основные требования, которым должны отвечать конкурентные преимущества, чтобы считаться стратегическими факторами успеха. Определены основные проблемы, возникающие при формировании конкурентного преимущества.

Отмечены трудности при формировании конкурентной стратегии современного предприятия, названы факторы, формирующие конкурентные преимущества, их составляющие и особенности формирования с учетом внешней среды. Проведена сравнительная характеристика влияния факторов на эффективность и конкурентоспособность предприятия. Названы уровни формирования конкурентоспособности и уровни отдельных конкурентных преимуществ.

В результате анализа трактовки термина «конкурентные преимущества» предложено дополнить приведенные определения понятия комплексным и ситуационным подходом, суть которого заключается в гармонизации источников конкурентных преимуществ, результатом чего должна стать система конкурентных преимуществ, направленная на победу в конкурентной борьбе.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентоспособность, преимущества, факторы, предприятие, эффективность.

Ignatovsky Vladislav. Formation of competitive advantages of a modern enterprise.

The urgency of the issues of forming and achieving competitive advantages of the enterprise at the present stage has been substantiated. The essence of the concept of «competitive advantage» is considered. The main requirements that competitive advantages must meet in order to be considered strategic factors of success are highlighted. The main problems arising in the formation of a competitive advantage have been identified.

Difficulties in the formation of a competitive strategy of a modern enterprise are noted, the factors that form competitive advantages, their components and features of formation, taking into account the external environment, are named. The comparative characteristic of the influence of factors on the efficiency and competitiveness of the enterprise is carried out. The levels of formation of competitiveness and the level of individual competitive advantages are identified.

As a result of the analysis of the interpretation of the term «competitive advantages», it is proposed to supplement the above definitions of the concept with an integrated and situational approach, the essence of which is to harmonize the sources of competitive advantages, which should result in a system of competitive advantages aimed at winning the competitive struggle.

Key words: competition, competitiveness, advantages, factors, enterprise, efficiency.

Нині, попри наявність величезної інформаційної бази, і навіть різних методів комплексного аналізу підприємства, немає єдиної універсальної методики оцінки конкурентоспроможності підприємства. Не повною мірою розроблено питання виміру та прогнозу конкурентоспроможності, особливо відчутно це в умовах невизначеності. За умов невизначеності ринку відсутня чітко визначена методика прогнозування конкурентоспроможності підприємства.

На даний момент управління конкурентоспроможністю, а також збереження та вдосконалення конкурентних переваг дозволяє підвищити ефективність використання ресурсів, підвищити інноваційну активність, а також якість товарів та послуг, сприяючи створенню цим умов для забезпечення стійких темпів економічного зростання та підвищення рівня життя. Усе це потребує детального та всебічного дослідження шляхів підвищення конкурентоспроможності підприємства, формування його конкурентних переваг.

Конкурентоспроможність підприємства в умовах зростання конкурентного тиску обумовлена внутрішніми та зовнішніми конкурентними перевагами суб'єкта. Якщо формування зовнішніх конкурентних переваг підприємства залежить рівня конкурентоспроможності країни, регіону, галузі, то внутрішніх – від конкурентного потенціалу підприємства міста і ефективності системи управління.

В даний час фахівці виділяють такі рівні конкурентоспроможності [2]:

- макрорівень у якому визначаються основні умови функціонування всієї господарської системи;
- мезорівень у якому формуються перспективи розвитку галузі;
- мікрорівень у якому конкурентоспроможність набуває кінцевої форми у вигляді співвідношення ціни та якості товарів та послуг.

Це співвідношення залежить від умов, що сформувалися на макро- і мезорівнях, а також від співробітників підприємства, і його здатності використовувати свої ресурси, і загальногосподарські, галузеві переваги. Кожне підприємство має регулярно проводити аналіз конкурентних переваг на ринку для формування ефективності стратегії, що відповідає тенденціям розвитку ринкової ситуації [4].

Конкурентоспроможність підприємства – це багатопланова економічна категорія, що є основним критерієм оцінки ефективності роботи підприємства у плані виробництва товарів та надання послуг, а також кінцевим показником ефективності управління цим підприємством. Конкурентоспроможність підприємства схильна до впливу факторів.

Чинник конкурентоспроможності – безпосередня причина, необхідна і достатня зміни критеріїв конкурентоспроможності [3]. Важливим етапом є факторний аналіз причин зменшення значення окремих критеріїв конкурентоспроможності товарів та послуг.

Вивчивши величезну різноманітність факторів конкурентоспроможності підприємства, що наводяться сучасними дослідниками, можна виділити найістотніші фактори конкурентоспроможності сучасного підприємства [1]:

- здатність вдосконалення процесу надання послуг;
- здатність освоєння та впровадження нових видів продукції, що користуються попитом;
- використання передових технологій;
- підвищення якості послуг;
- здатність керувати вартістю послуг, що надаються;
- здатність до вдосконалення та розвитку персоналу;
- міжнародна діяльність;
- чисельність та порівняльна сила конкуруючих підприємств.

Таким чином, конкурентоспроможність підприємства – це показник результативності фінансово-господарської діяльності з урахуванням галузевої специфіки, організаційно-правової форми, статусу, іміджу. Економістами було розроблено інструментарій, якісної та кількісної оцінки конкурентоспроможності, що дозволяє реалізовувати системно-критеріальний підхід до визначення рівня конкурентоспроможності підприємства [4].

Конкурентні переваги роблять підприємство впізнаваним на ринку, захищаючи від впливів конкурентного середовища. Конкурентна перевага – це система, яка має будь-яку ексклюзивну цінність, що забезпечує їй перевагу над конкурентами в економічній, технічній та організаційній сферах діяльності, що дає можливість більш ефективно розпоряджатися наявними ресурсами. Стійка конкурентна перевага є довгостроковою вигодою та водночас не застосовується ні існуючими, ні потенційними конкурентами, вигоди від використання якої не можуть бути скопійовані.

Використання створених конкурентних переваг та потенціалу підприємства спрямоване на досягнення поставлених цілей у процесі роботи. Навіть за умов однієї мети є кілька способів використання потенціалу. Джерела конкурентних переваг різноманітні, проте найчастіше вони засновані:

- на операційній ефективності, тобто виконанні подібних видів діяльності краще, ніж це роблять конкуренти (якість обслуговування або якість продукції, години роботи та місцезнаходження, швидкість обслуговування, перевага у витратах тощо);

- стратегічному позиціонуванні, тобто здійсненні відмінних від конкурентів видів діяльності або виконання подібної діяльності, але іншими шляхами. Стратегічне позиціонування ґрунтується на перевазі, недосягній для конкурентів (ключова конкурентна перевага). Це може бути унікальність товару чи послуги, імідж торгової марки, технологічне лідерство, унікальна комбінація видів діяльності тощо. Отже, пропозиція підприємства має бути значущою для споживачів, щоб її можна було класифікувати як конкурентну перевагу.

Тому підприємство має орієнтуватися на ті шляхи формування конкурентних переваг, які будуть давати максимальну ефективність у конкретний час, вибудовувати конкурентну стратегію, що дозволяє мати стійку конкурентоспроможність підприємства.

Список бібліографічних посилань

1. Иванова, О. А. (2011). Управление конкурентоспособностью предприятия в современных условиях хозяйствования. *Вчені зап. Харк. гуманіт. ун-ту «Нар. укр. акад.»*, т. 17, с. 164–172.
2. Иванов, Ю. Б., Орлов, П. А., Иванова, О. Ю. (2008). *Конкурентні переваги підприємства: оцінка, формування та розвиток*. Харків: ІНЖЕК, 352 с.
3. Тарнавська, Н. П. (2018). *Управління конкурентоспроможністю підприємств: теорія, методологія, практика*. Тернопіль: Економічна думка, 570 с.
4. Фахтудинов, Р. А. (2016). Управление конкурентоспособностью предприятия. Москва: Эксмо, 213 с.

Reference

1. Ivanova, O. A. (2011). Upravlenye konkurentosposobnost'yu predpriyatiya v sovremennykh uslovyakh khozyaystvovaniya. *Vcheni zap. Khark. humanit. un-tu «Nar. ukr. akad.»*, vol. 17, pp. 164–172.
2. Ivanov, YU. B., Orlov, P. A., Ivanova, O. YU. (2008). *Konkurentni perevahy pidpriyemstva: otsinka, formuvannya ta rozvytok* [Competitive advantages of the enterprise: evaluation, formation and development]. Kharkiv: INZHEK, 352 p.
3. Tarnavs'ka, N. P. (2018). *Upravlinnya konkurentospromozhnistyu pidpriyemstv: teoriya, metodolohiya, praktyka*. Ternopil': Ekonomichna dumka, 570 p.

-
4. Fakhtudynov, R. A., (2016). *Upravlenye konkurentosposobnost'yu predpriyatiya*. Moskva: Ékсмо, 213 p.