

РОЛЬ УПРАВЛІННЯ В ЗАБЕЗПЕЧЕННІ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА

*Гусаренко Д.Б., магістрант,
Харківський національний технічний університет сільського
господарства імені Петра Василенка*

Головним завданням на шляху побудови в Україні ефективної економічної системи є вирішення питань забезпечення вітчизняного ринку якісними й конкурентоспроможними товарами та послугами. Українська економіка зможе зайняти гідне місце у світовій економіці лише тоді, коли у країні сформується потужне коло конкурентних підприємств, які здатні конкурувати з провідними світовими компаніями. Досягнення конкурентних переваг є метою і результатом стратегічного управління підприємства, концентрованим проявом лідерства серед конкурентів.

В економічній літературі конкурентні переваги часто ототожнюються з можливостями розпоряджатися наявними ресурсами, тобто її конкурентоспроможністю [1, с. 298]. Необхідно зазначити, що така аналогія має під собою вагомий підстави, тому що зміст конкурентоспроможності найчастіше трактується як здатність випереджати суперників у досягненні поставлених цілей. Разом з тим між цими поняттями є причинно-наслідкове розходження.

Конкурентоспроможність є результатом, що фіксує наявність конкурентних переваг, без останніх неможлива конкурентоспроможність. Але наявність окремих конкурентних переваг не означає автоматичної переваги. Лише в комплексі вони можуть впливати на вибір оптимального рішення. Крім того, на конкурентоспроможність впливають стратегічні та тактичні зміни на ринку, не пов'язані з діяльністю підприємства (зміна попиту, демографічні зрушення, природні явища і т.п.). Порівняння даних понять пояснює активний інтерес до

дослідження природи конкурентних переваг. Він зумовлений бажанням зрозуміти механізм конкурентоспроможності, розкрити його внутрішні зв'язки.

Формування конкурентних переваг у широкому розумінні трансформується в завдання адаптації систем управління до змін конкурентного середовища, що дозволяє швидко і точно визначити напрямки підвищення конкурентоспроможності. Рішення цього завдання ускладнюється тим, що досягнути успіху на ринку за відсутності постійної і цілеспрямованої роботи будуть через певний час перевершені відповідними діями конкурентів. Ця обставина визначає підхід до управління підприємством, що не тільки забезпечував би сам процес адаптації, а й створював умови для ефективного функціонування на постійній основі [2, с. 27]. Технології формування конкурентних переваг – це комплекс маркетингових процедур і способів їх використання, призначених для ефективного позиціонування підприємства конкурентному середовищі. При цьому принциповими особливостями таких технологій є:

1) систематичний характер виконання, зумовлений динамічністю конкурентного середовища і необхідністю його постійного моніторингу;

2) висока відповідальність їх розроблення і виконання зумовлена безпосереднім впливом розроблених рішень на найважливіші економічні показники;

3) інерційність виявлення результатів підготовлених рішень і неможливість оперативного усунення небажаних наслідків;

4) складність організаційної підтримки реалізації технології через їх багатофункціональність і необхідність координації робіт між різними ієрархічними рівнями управління підприємством;

5) інтерактивність, що зумовлюється великою кількістю процедур, що не можуть бути формалізовані, та

необхідністю введення окремих коректив у результаті зміни кон'юнктури;

6) необхідність могутньої інформаційної підтримки у виді статистичних даних, результатів панельних досліджень і так званих слабких сигналів;

7) багатокритеріальність, пов'язана з багатоаспектним характером як процесів управління, так і стану конкурентного середовища.

Результат реалізації зазначених технологій – широкий клас складних управлінських рішень, орієнтованих одночасно, принаймні, у трьох просторах: товарному, регіональному і функціональному [3, с. 162]. При цьому слід зазначити, що функціональний аспект із точки зору технологічності підготовки є найбільш значущим. Так чи інакше, але технологія повинна бути присутня у будь-якому управлінському процесі. У зв'язку з цим розроблення технологій формування конкурентних переваг необхідно проводити для замкнутого управлінського циклу, що передбачає аналітичні роботи, стратегічну та тактичну діяльність підприємства.

Література:

1. Романюк І.А. Використання конкурентних переваг суб'єктів сільського зеленого туризму у контексті забезпечення соціально-економічної безпеки. Управління розвитком соціально-економічних систем: матер. Міжнар. наук.-практ. конф., м. Харків, 8-9 листопада 2018 р. Харків: ХНТУСГ, 2018. С. 297-299.

2. Голік В.В. Забезпечення конкурентних переваг сільськогосподарських підприємств через формування системи стратегічного управління. Актуальні проблеми теорії та практики менеджменту: матер. Міжнар. наук.-практ. конф. Сімферополь, 2013. С. 26-29.

3. Мандич О.В., Романюк І.А., Нікітіна О.М. PR-маркетинг як один з інструментів підвищення конкурентоспроможності підприємства. Вісник ХНТУСГ : економічні науки. Вип. 177. 2016. С. 160-165.

Науковий керівник – Мандич О.В., д.е.н., професор.