

ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА

*Грисюк В.І., здобувач вищої освіти
другого (магістерського) рівня,
Білоцерківський національний аграрний
університет, м. Біла Церква
Приходько Т.В., асистент,
Білоцерківський національний аграрний
університет, м. Біла Церква*

Сьогодення сформувало низку викликів для економіки України як в інституціональному, так і в практичному аспектах. У таких умовах суттєво змінюються умови функціонування і розвитку національного підприємства загалом і сільськогосподарського зокрема. Невирішеною лишається проблема низької конкурентоздатності як української продукції, так і вітчизняних підприємств у цілому. Перед вітчизняними підприємствами серед інших є вирішення проблеми пошуку шляхів формування конкурентних переваг підприємства, підвищення конкурентоспроможності агробізнесу.

У сучасних умовах господарювання сільськогосподарському підприємству необхідно в системі управління конкурентоспроможністю необхідно постійно займатися пошуком шляхів і методів забезпечення конкурентних переваг для забезпечення розвитку та досягнення перспективних цілей.

Щодо визначення сутності конкурентних переваг не існує єдиного підходу серед науковців, серед яких Іванов Ю., Петриків О., Боришкевич І., Шаповалова І. та інші. Іванов Ю. так трактує конкурентні переваги: «..позитивні відмінності підприємства від конкурентів в деяких або в усіх видах діяльності, які забезпечують підвищення соціально-економічної ефективності в короткостроковому періоді й виживання в довгостроковому за рахунок постійного пошуку нових можливостей і швидкої адаптації до навколишнього оточення та умов конкурентної боротьби, що змінюються»[1]. А. Левицька вважає, що конкурентними перевагами підприємства є сукупність комбінацій наявних у нього ресурсів (сировинних, просторових, трудових, управлінських, технологічних, інформаційних, маркетингових та ін.) та способів їх використання, які забезпечують йому ширші можливості виробництва і реалізації продукції порівняно з його конкурентами [2].

На нашу думку, конкурентні переваги підприємства є сукупністю ключових факторів успіху, які дозволяють забезпечити стійкі конкурентні позиції підприємства на ринку. При цьому такі ключові чинники повинні бути відмінними від переваг конкурента.

Характеризуючи конкурентні переваги, необхідно зазначити, що процес їх забезпечення має бути постійним та узгодженим із стратегічними цілями функціонування підприємства. Цей процес має узгоджуватись із конкурентоспроможним потенціалом підприємства. Для досягнення успіху у забезпеченні конкурентоспроможності на ринку, підприємство має сформувати і реалізувати ефективну систему управління конкурентними перевагами.

Формування конкурентних переваг та управління ними має відбуватись згідно певного алгоритму: 1) своєчасне виявлення факторів(переваг), 2) оцінка досягнутої конкурентної позиції підприємства, 3) виявлення відхилень від

вибраного ідеального варіанту розвитку, 4) встановлення причин виявлених відхилень, 5) коригування окремих напрямків діяльності підприємства. Детальний і всебічний аналіз чинників впливу на забезпечення конкурентних переваг має бути обов'язковим етапом процесу формування цих переваг, оскільки вагомість впливу кожного чинника може змінити достовірність оцінки конкурентоспроможності та конкурентних переваг.

Одним із найважливіших підходів у формуванні конкурентних переваг має бути адаптивність до мінливості сили впливу зовнішнього середовища на функціонування підприємства. Розроблений на підприємстві дієвий адаптаційний механізм, як складова механізму управління конкурентними перевагами, дозволить навіть несприятливі, на перший погляд, зовнішні умови використати для підприємства з певними вигодами. Конкурентні переваги підприємства є також основою забезпечення економічної безпеки, що дозволяє підприємству стійко функціонувати [4].

Які саме фактори необхідно розглядати при формуванні конкурентних переваг підприємства – єдиної думки серед науковців та практиків не існує. Більшість виділяє наступні: ресурсний потенціал виробництва, менеджмент підприємства, маркетинг, кадровий потенціал, результати-фінансово-господарської діяльності, імідж підприємства, інноваційний розвиток підприємства, економічна безпека підприємства та інші. Оскільки конкурентоспроможність підприємства поєднує в собі ефективне використання економічного потенціалу підприємства та здатність адекватно реагувати на зміни на ринку, то для її оцінки доцільно враховувати як внутрішні, так і ринкові можливості підприємства [5].

Література

1. Іванов Ю. Б. Конкурентні переваги підприємства: оцінка, формування та розвиток : монографія. Х.: ВД «ІНЖЕК», 2008. 352 с.
2. Левицька А.О. Конкурентні переваги підприємства: сутність та джерела формування. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2012. № 4, Т. 1. С. 51–54
3. Шаповалова І.В. Конкурентні переваги підприємства: ретроспективний аналіз трактування термінів. *Економіка та суспільство*. 2017. Випуск № 10. С.427-432.
4. Пилипенко Н.М. Конкурентоспроможність як невід'ємна складова забезпечення економічної безпеки підприємства. *Стан та перспективи розвитку обліково-аналітичного забезпечення управління підприємницькою діяльністю в умовах євроінтеграційних процесів* : Матеріали міжнародної наукової інтернет-конференції. URL : <http://www.reu.chteiknteu.cv.ua/?p=1283>
5. Пилипенко Н.М. Науково-практичні аспекти оцінки конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств. *Вісник СНАУ*. 2016. №.1(67). С. 73-78