

Андрійович Алла

(науковий керівник: к.е.н., доцент кафедри економіки підприємств і корпорацій Ляхович Л.А)

КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Конкурентні переваги та їх створення є ціллю стратегічного менеджменту сучасного підприємства, головним фактором підвищення його конкурентоспроможності. Між конкурентними перевагами і конкурентоспроможністю існує причинно-наслідковий зв'язок: конкурентні переваги сприяють досягненню конкурентоспроможності, за своєю сутністю вони первинні.

Конкурентна перевага – це ексклюзивна цінність, якою володіє організація і яка дає їй перевагу перед конкурентами [1]. Науковці стверджують, що конкурентні переваги проявляються в економічній, технічній та організаційній сферах діяльності підприємства, а їх вимірниками є такі економічні показники: вищий прибуток, рентабельність, ринкова частка, обсяг продажу [2].

Всі види конкурентних переваг підприємства поділяють на зовнішні і внутрішні [3]. Зовнішні конкурентні переваги – ті, які створюють цінність для покупця і збільшують ринкову силу фірми, що дозволяє змусити ринок прийняти більш високу порівняно з конкурентами ціну продажу (маркетингове «ноу-хау», знання очікувань покупців).

Внутрішні конкурентні переваги створюють цінність для виробника, є наслідком більш високої продуктивності, що забезпечує фірмі високу рентабельності і стійкість до зниження ціни продажу, яке нав'язане ринком або конкуренцією (спеціалізація, масштаби виробництва, досвід, операційна ефективність). Ці переваги досягаються і реалізуються персоналом, при цьому особливу роль тут відіграють керівники підприємств.

Загалом до конкурентних переваг сучасного підприємства слід віднести низьку собівартість продукції, високу диференціацію товарів, раціональне сегментування ринку, впровадження інновацій, швидку та адекватну реакцію на потреби ринку. Також значний вплив на кінцеві економічні результати діяльності підприємства мають такі конкурентні переваги, як: високий рівень продуктивності праці й кваліфікації

персоналу; високі якість і технічний рівень продукції, що виробляється; управлінська майстерність й стратегічне мислення менеджерів різних рівнів управління.

Конкурентні переваги, зазвичай, є результатом реалізації конкурентної стратегії. Конкурентна стратегія - це ретельно розроблена програма заходів, які мають бути реалізовані організацією з метою досягнення вигідної конкурентної позиції на ринку та адаптації підприємства до змін у внутрішньому та зовнішньому середовищі [4].

Розробка такого виду стратегії потребує системного обґрунтування її вибору і визначення механізму її формування. Тому для забезпечення конкурентоспроможності на внутрішньому і зовнішньому ринку вітчизняні підприємства повинні використовувати новітні інструменти стратегічного менеджменту.

Етапами формування і реалізації конкурентної стратегії підприємства є:

- дослідження та аналіз середовища підприємства (зовнішнього та внутрішнього);
- визначення стратегічної мети, цілей і постановка завдань;
- аналіз стратегічних альтернатив та вибір конкурентної стратегії;
- реалізація стратегії.

Функціонування вітчизняної кондитерської промисловості супроводжується значною концентрацією галузі та посиленням конкурентної боротьби між виробниками. Внутрішніми конкурентними перевагами кондитерських підприємств є розвиток інвестиційного потенціалу, підвищення дохідності та зростання вартості підприємств; технологічна та інноваційна спрямованість; маркетинговий підхід до формування конкурентної стратегії. До зовнішніх конкурентних переваг підприємств галузі віднесено удосконалення брендової політики та застосування елементів системи брендингу.

Отже, необхідною умовою забезпечення ефективного функціонування і розвитку вітчизняних підприємств є формування конкурентних переваг внаслідок реалізації конкурентної стратегії. Конкурентні стратегії підприємства – це набір стратегій, які спрямовані на адаптацію підприємства до змін в умовах конкуренції та зміцнення довгострокової конкурентної позиції економічного суб'єкта на ринку.

Література

1. Фатхутдинов Р.А. *Стратегическая конкурентоспособность: учебник* Р.А. Фатхутдинов. – М. : Экономика , 2005. – 504 с.
2. Азоев Г.Л. *Конкурентные преимущества фирмы* / Г.Л. Азоев, А.П. Челенков; Гос. ун-т упр., Нац. фонд подготовки кадров. – М.: Новости, 2000. – 254 с., с. 48.
3. Ламбен Жан-Жак *Менеджмент, ориентированный на рынок* / Жан-Жак Ламбен. – СПб. : Питер, 2007. – 800 с.
4. Иванов Ю. Б. *Теоретичні основи конкурентної стратегії підприємства: монографія* / Ю. Б. Иванов та ін.; за заг. ред. Ю. Б. Иванова. – ХНЕУ. – Х. : ВД «ИНЖЕК», 2006. – 383 с., с. 70.

Бєляєва Валентина

(науковий керівник: к.е.н., доцент кафедри управління персоналом і регіональної економіки Дяків О.П.)

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ

З моменту свого зародження та під час розвитку менеджмент в організаціях був змушений розв'язувати безліч проблем і завдань. Ці складнощі пояснювалися зазвичай рядом найрізноманітніших причин, наприклад:

- невмінням грамотно організувати працівників у компанії;
- нездатністю раціонально продумувати розпорядок дня і робочий простір;
- некомпетентністю у сфері добору, аналізу та прийняття найбільш вигідних і раціональних рішень.

Але ті менеджери, які прагнуть до саморозвитку, завжди намагалися знайти оптимальне вирішення питань, виявити причини труднощів і з'ясувати, які способи управління персоналом є найбільш ефективними.

Згодом розроблялись все нові й нові принципи менеджменту, контролю якості, визначення і досягнення цих цілей. Причому багато цих принципів актуальні й нині. Однак варто чесно визнати, що переважна частина їх була розроблена в США, Японії і на Заході з урахуванням специфіки й менталітетів саме цих країн та регіонів. Іншими словами, керівники поки не зіткнулися з тими труднощами, які покликани

вирішувати ці принципи. Відповідно, розроблені за кордоном підходи можуть виявитися неефективними для нашої країни. Ось чому проблеми менеджменту в Україні актуальні і на сьогодні.

Завдання, які стоять перед менеджментом в Україні, можна об'єднати в наступний перелік [1]:

- підтримка на стабільному рівні життєздатності компанії в умовах змін ринку і зростаючої конкуренції;
- чітке окреслення цілей, що відповідають інтересам організації та одночасно запитам споживачів на ринку;
- прагнення до мінімізації витрат і максимізації прибутку;
- удосконалення діяльності компанії завдяки впровадженню сучасних методів управління;
- прагнення до максимальної реалізації потенціалу своїх працівників;
- побудова доброзичливих стосунків у колективі;
- розроблення удосконалених форм функціонування компанії.

Однак успішне виконання всіх завдань ускладнено у зв'язку з наявністю безлічі проблем. Розглянемо основні проблеми сучасного менеджменту; це, зокрема:

- нестача кваліфікованого управлінського персоналу;
- корумпованість економіки;
- відсутність продуктивної взаємодії менеджера і власника компанії;
- вхід у топ-менеджмент співробітників без спеціальної освіти.

Важливо розуміти, що менеджмент – це окрема галузь, що має певну специфіку та особливості [3]. Особливо якщо враховувати, що чим вища посада, тим менше технічних навичок потрібно управлінцю, але при цьому зростає необхідність в освоєнні специфічних знань, що дають змогу ефективно керувати всією організацією [2]. Відповідно, керівник вищої управлінської ланки переходить від вироблення рішень до управління процесами прийняття рішень. В Україні поки актуальна така проблема – до керівництва організацією приходять фахівці, який, займаючи високий управлінський пост, за стилем мислення і підходами до розв'язання проблем залишається на колишньому рівні. У результаті цього топ-менеджер часто уникає прийняття управлінських рішень, займаючись лише технологічними питаннями. Найвище керівництво має усвідомлювати, що його завдання полягає в управлінні процесами