

Роман Костюкович
слухач магістерської програми
Тернопільський національний економічний університет

ОСНОВНІ ЗАВДАННЯ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТНИМИ ПЕРЕВАГАМИ ПІДПРИЄМСТВА

Перспективи розвитку вітчизняної економіки та підвищення її конкурентоспроможності на самперед пов'язують з підвищенням конкурентоспроможності її господарюючих суб'єктів. Конкуренція є головним фактором, який визначає, стане підприємство успішним або зазнає краху. Саме в ході конкуренції стає ясно, наскільки інноваційна діяльність підприємства рухає його вперед, як вироблення загальної корпоративної культури або реалізація обраної стратегії сприяють її ефективності, що і власне формує конкурентні переваги підприємства.

Проблема формування конкурентних переваг та вибору конкурентних стратегій як і інші аспекти конкурентоспроможності підприємств досліджувалися багатьма зарубіжними та вітчизняними вченими. Однак, зарубіжний досвід не можна сліпо використовувати для вітчизняних підприємств, так як для України характерним є нестабільний економічний розвиток, відсутній досвід ефективного створення і управління конкурентними перевагами.

Провідні зарубіжні вчені Колз Річард та Ул. Джозеф вважають, що конкуренція в ринковій економіці виконує кілька важливих функцій. Вона допомагає організувати економічну діяльність та відповідає на такі основні питання: що, скільки та як виробляти, як правильно розподілити товари та послуги. Конкуренція дозволяє виробити ціни, які в подальшому впливатимуть на поведінку як покупців так і продавців та на розподіл ресурсів [1].

Конкурентоспроможність підприємства-виробника можна охарактеризувати як відносну характеристику, яка відображатиме відмінності процесу розвитку даного виробника від виробника-конкурента. Вона характеризує можливість і динаміку пристосування виробника до постійно змінюваних умов конкуренції на ринку [2]. Тому, для того, щоб бути конкурентоспроможним необхідно управляти конкурентними перевагами підприємства.

Концептуально управління конкурентними перевагами підприємства відображається як більш ефективний, в порівнянні з конкурентами, рівень управління, який забезпечує формування та посилення конкурентних переваг, які виражаються в наступному:

- досягнення стійкого зростання прибутку достатнього для забезпечення соціально-економічного розвитку підприємства та для нарощування його економічного потенціалу;
- в ефективній організації структури управління підприємством;
- створення позитивного іміджу підприємства та впізнаваності його корпоративного бренду через високу якість продукції, своєчасне виконання ділових зобов'язань, надання певних гарантій;
- випуск якісної та конкурентоспроможної продукції.

Проведений аналітичний огляд літератури з питань визначення механізмів управління, показав що вони виражаються в сукупності зв'язків і відносин між підрозділами підприємства які виникають в процесі управління. Так, Г. Л. Азов і А. П. Челенков розглядають побудову методологічних основ пошуку конкурентних переваг через механізм розробки та реалізації стратегії конкуренції [3].

Інші вчені розглядають організаційний механізм управління підприємством і визначають його як сукупність різноманітних за своєю природою конкретних організаційних механізмів, покликаних організувати в інтересах підприємця ефективну діяльність підприємства як виробничо-господарської та соціальної системи, яка діє за умови мінливих потреб суспільства та нестабільності зовнішнього середовища. І. М. Кірцнер представляє механізм управління конкурентними перевагами підприємства як систему організаційно та

процедурно оформлених елементів, методів та інструментів, що визначають порядок здійснення управлінських дій на рівень конкурентоспроможності підприємства.

Оскільки механізм формування та управління конкурентними перевагами тісно пов'язаний з п'ятьма конкурентними силами, які визначають його прибутковість, а саме: загрози з боку конкурентів; ринковий вплив влади постачальників; ринковий вплив влади покупців; суперництво між діючими на ринку підприємствами; загрози з боку продуктів-замінників, то створення механізмів формування та управління конкурентними перевагами ґрунтується на певних принципах. Основними з яких є принципи наукової обґрунтованості, ефективності, безперервності, гнучкості та адаптивності. Будь який підхід в управлінні, а особливо, при прийнятті рішень повинен бути науково обґрунтованим. Економічна ефективність функціонування будь якого механізму полягає в досягненні максимального результату при мінімальних затратах. Безперервність функціонування механізму полягає в необхідності його постійного вдосконалення під впливом негативних чинників зовнішнього середовища. Гнучкість і адаптивність механізму обумовлюється з урахуванням всіх можливих зовнішніх та внутрішніх чинників його становлення, серед яких є формування виробничих відносин і зв'язків, розробка та вибір методів управління, які дозволяють досягти як стратегічних цілей підприємства, так і забезпечити інтереси та потреби трудового колективу.

Але сучасні умови визначають необхідність посилення підприємством конкурентних переваг в інтегрованому управлінні. Відмінною особливістю такого управління є правильний підхід при формуванні завдань управління конкурентними перевагами. Таким чином, до основних завдань управління можна віднести: управління персоналом; управління якістю продукції; управління інноваціями; стратегічне управління; управління фінансовими ресурсами; управління матеріальними ресурсами і запасами; управління інформаційними ресурсами; управління тимчасовими ресурсами і системою планування; управління продуктивністю праці; антикризове управління підприємством; управління маркетингом; управління по цілям [4]; управління за результатами.

Таким чином, управління конкурентними перевагами і конкурентоспроможністю підприємства слід будувати на основі ексклюзивних цінностей об'єктів. Так як цінність це щось особливе, тобто внутрішнє становить те, чим підприємство володіє, містить в собі, прагне зберегти або бажає мати в майбутньому. Як показує світова практика ринкових відносин, взаємозалежне вирішення цих проблем і використання даних принципів гарантує підвищення конкурентоспроможності підприємств. Виділені завдання управління конкурентними перевагами дозволять системно підійти до визначення основних напрямків у вирішенні питань пов'язаних з підвищенням конкурентоспроможності її господарюючих суб'єктів.

Список використаних джерел

1. Ричард Л. Колз Маркетинг сельскохозяйственной продукции. М.: «Колос», 2012. 512 с.
2. Азоев Г. Л. Конкурентные преимущества фирмы. М. : «Типография «Новости», 2012. 256 с.
3. Діденко Є. О. Управління конкурентоспроможністю юридичної компанії на основі визначення ключових факторів успіху в умовах насиченого конкурентного середовища. Технології та дизайн. К. : КНУТД, 2014. №4 (13).
4. Ріпа Т. В. Змістова характеристика конкурентоспроможності підприємств торгівлі. Миколаївський національний університет імені В.О. Сухомлинського. Глобальні та національні проблеми економіки. Миколаїв. 2016. №10. С. 474-477.
5. Брич В.Я., Корман М. М. Психологія управління: навч. посіб. К. : Кондор, 2013. 379 с.
6. Брич В., Нагара М. Методологічні засади розвитку коучингу в Україні. Україна: аспекти праці. 2009. № 6. С. 18-23.
7. Пуцентейло П.Р. Організаційно-економічне забезпечення ефективного розвитку тваринництва в умовах кризи. Економічний дискурс. 2016. № 2. С. 37-46.

8. Пуцентейло П.Р. Формування і розвиток інфраструктури аграрного ринку. АгроІнКом. 2008. № 1-2. С. 9-11.
9. Язлюк Б.О. Інноваційний менеджмент : навч. посіб. Тернопіль : Економічна думка, 2012. 194 с.
10. Язлюк Б. Формування та реалізація інвестиційно-інноваційного потенціалу підприємства. Наукові записки Терноп. нац. пед. ун-ту ім. В. Гнатюка. Сер. Економіка. 2006. № 20. С. 149-152.

Анастасія Кравець

Слухач магістерської програми
Тернопільський національний економічний університет

ПІДВИЩЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИРОБНИЦТВА ЗЕРНА

Успішний розвиток сільськогосподарського виробництва, на сьогоднішній день, залежить в першу чергу від підвищення ефективності виробництва зернових. Зернові культури володіють найвищою питомою вагою у структурі посівних площ України.

Зерно, а також продукти його переробки (хліб, макарони, крупи, кондитерські вироби тощо) становлять основу харчового раціону людей. Продукти із зерна володіють високими смаковими та поживними якостями, характеризуються достатньою кількістю вітамінів, вуглеводів, амінокислот, білків і мінеральних солей. Разом з тим зерно є головним і незамінним кормом у скотарстві, птахівництві та риборстві. Воно характеризується набагато вищою поживною цінністю в порівнянні з іншими типами кормів, володіє високою кількістю перетравного протеїну, кормовими одиницями та мікроелементами. В вигляді корму використовується і побічна продукція зерновиробництва – солома та соломка.

Для переробної промисловості зернові культури виступають у вигляді сировинної бази: результатом переробки зернових є мука, крупи, крохмаль, спирт тощо; соломи – папір, целюлоза та інше.

Зернові є одним із основних експортних продуктів України, що забезпечують значні поступлення валютних коштів. В процесі зберігання зерно майже не втрачає своїх властивостей і в зв'язку з цим його використовують для формування державних продуктових і кормових резервів.

Потреба в зерні, в цілому, розраховується як сума необхідної кількості зерна, яке потрібне на харчові потреби, для переробної промисловості, кормо виробництва, на експорт, насіння та формування держрезерву. Найбільшу частку, з усього переліченого, займає зерно, яке споживається населенням у вигляді продуктів харчування та використовується у тваринництві. Відповідно із статистикою в Україні на потреби тваринництва використовується від 50 до 60 % виробленого зерна, на забезпечення потреб населення – 15 – 20 %, насіння – до 10 %.

В останні роки відбувається значне зростання експорту українського ячменю, відкриваються оптимістичні перспективи у нарощуванні експорту вітчизняної кукурудзи. Спостерігаючи кон'юнктуру привабливості зернових, відбувається зміна структури їх експорту, так протягом останніх років сумарна доля ячменю, пшениці та кукурудзи, в загальному експорті зерна, становить 97 – 98 %.

Отже, спираючись на науково обґрунтовані норми споживання хліба та хлібопродуктів для населення, відродження тваринницької галузі, а отже і постійне зростання потреби у кормах, а також виходу нашої держави на нові світові ринки зерна у якості одного з провідних експортерів, виникає необхідність виробництва зернових до 1 т на душу населення.