

КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ПЕРЕДУМОВА ФОРМУВАННЯ ЙОГО КОНКУРЕНТОЗДАТНОСТІ

Черначук Ю., студентка

Науковий керівник: Самборський І. О., к. е. н., доцент

Рівненський державний гуманітарний університет

Діяльність торговельного підприємства в умовах конкурентної боротьби залежить від його конкурентоздатності. Середовище сучасного ринку, якому властиві невизначеність і мінливість, вимагає від суб'єкта господарювання якісного управління та постійного контролю конкурентоздатності своєї діяльності. Якісне управління конкурентоздатністю визначається здатністю формувати і втримувати конкурентні переваги на ринку.

Конкурентоздатність підприємства – це його комплексна порівняльна характеристика, яка відображає ступінь переваг над підприємствами-конкурентами по сукупності оціночних показників діяльності на певних ринках, за певний проміжок часу.

Конкурентоздатність підприємства залежить від значної кількості чинників, які можуть проявлятися у конкурентних перевагах. Особливого значення надається проблемі їхнього створення та реалізації. У розробленій М. Портером теорії конкурентних переваг організації зазначається, що конкурентні переваги формуються завдяки ефективності використання всіх видів ресурсів підприємства, а не лише за рахунок їхньої наявності [1].

Ж.-Ж. Ламбен розуміє конкурентоздатність фірми як можливість кращого, ніж у конкурентів, задоволення потреб покупців. Дослідження проблем пошуку, створення і реалізації конкурентних переваг, а також конкурентоздатності підприємств належать Г. Азоєву та А. Челенкову, які розуміють конкурентоздатність як результат, що фіксує наявність конкурентних переваг, без яких вона неможлива, але зауважують, що наявність окремих конкурентних переваг не означає автоматичну перевагу [2]. На думку М.О. Єрмолова, конкурентоздатність підприємства є відносною характеристикою, яка відображає відмінності процесу розвитку даного підприємства від підприємств-конкурентів як за ступенем задоволення своїми товарами або послугами конкретної суспільної потреби, так і за ефективністю діяльності [3]. Отже, конкурентоздатність підприємства означає його здатність до

ефективної господарської діяльності і забезпечення прибутковості в умовах конкурентного ринку.

Існує багато шляхів отримати конкурентні переваги. Основними є: стати краще самому, безпосередньо послабити позиції конкурентів або змінити ринкове середовище. Виявити конкурентну перевагу буває простіше, ніж втримати. М. Портер розглядає три фактори втримання конкурентної переваги. Перший фактор визначається джерелом переваги, другий передбачає втримання переваги, що визначається кількістю наявних у фірми джерел конкурентної переваги. Третій фактор передбачає постійну модернізацію виробництва й інших видів діяльності підприємства.

Отже, менеджмент підприємства повинен вміти відслідковувати зміни, що відбуваються в сучасних умовах господарювання, і проводити відповідні перетворення в політиці ведення виробництва та реалізації товарів, що можуть забезпечити формування конкурентних переваг торговельного підприємства, а, отже, і його конкурентоздатність. Такими перетвореннями можуть бути: зміна товарної політики, впровадження нових технологій, диверсифікація виробництва, зміна організаційно-правового статусу підприємства, модернізація форм збуту продукції, вихід на нові ринки, створення спільних виробництв тощо.

Література.

1. Портер М. Стратегія конкуренції : пер. з англ. К. : Основи, 1998. 390 с.
2. Мазаракі А. А. Економіка торговельного підприємства. К. : Хрещатик, 1999. 797 с.
3. Близький Р.С., Волкова В.О. Сутність конкурентоспроможності торговельного підприємства в сучасних умовах. *Вісник ВПІ*. 2008. № 4. С. 26-32.
4. Благодетелева-Вовк С. Л. Розрахунок рівня конкурентоспроможності підприємства на основі використання вітчизняних і міжнародних стандартів якості. URL : <http://www.e2000.kyiv.org>.
5. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия. СПб : Питер, 2009. 416 с.
6. Павлова А. В., Губарев Р. В. Система управління конкурентоспроможністю підприємства. Європейський вектор економічного розвитку. 2014. № 2 (17). С. 168- 176.