

## **ОСНОВНЫЕ ЗАДАЧИ УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТНЫМИ ПРЕИМУЩЕСТВАМИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

**Колосова В.Н.**

**Научный руководитель: Бабич Д.В., д.э.н., профессор  
Харьковский национальный университет имени В.Н. Каразина**

Перспективы развития национальной экономики и повышения её конкурентоспособности связаны, в первую очередь, с повышением конкурентоспособности её хозяйствующих субъектов. Конкуренция является главным фактором, который определяет, станет предприятие успешным либо потерпит крах. Именно в ходе конкуренции становится ясно, насколько инновационная деятельность предприятия двигает его вперед, как выработка общей корпоративной культуры или реализация выбранной стратегии способствуют ее эффективности, что и собственно формирует конкурентные преимущества предприятия.

Проблемы формирования конкурентных преимуществ, выбора конкурентных стратегий и другие аспекты конкурентоспособности предприятий исследованы зарубежными и отечественными учеными. Однако, зарубежный опыт не может оставаться неизменным для отечественных предприятий, так как для Украины характерны нестабильность экономического развития, отсутствие опыта эффективного создания и управления конкурентными преимуществами.

Колз Ричард Л. И Ул. Джозеф Н. считают, что конкуренция в рыночной экономике выполняет несколько важных задач. Она помогает организовать экономическую деятельность и ответить на основополагающие вопросы: что, сколько и как производить, как распределять товары и услуги. В процессе конкуренции вырабатываются цены, которые влияют на поведение покупателей и продавцов и распределение ресурсов [1].

Конкурентоспособность организации-производителя можно определить как относительную характеристику, отражающую отличия процесса развития данного производителя от производителя-конкурента. Она характеризует возможность и динамику приспособления производителя к изменяющимся условиям конкуренции на рынке [2, с. 232]. Поэтому, для того, чтобы быть конкурентоспособным необходимо управлять конкурентными преимуществами предприятия.

Концептуально управление конкурентными преимуществами предприятия отражает более эффективный, относительно конкурентов, уровень управления, обеспечивающий формирование и усиление предприятием конкурентных преимуществ, состоящий в следующем:

- в достижении устойчивого роста прибыли в размерах, достаточных для обеспечения социально-экономического развития предприятия, наращивании его экономического потенциала;
- в эффективной организационной структуре управления предприятием;
- в создании положительного имиджа предприятия и узнаваемости корпоративного бренда на основе обеспечения высокого качества продукции, своевременного выполнения деловых обязательств, предоставлении гарантий;
- в выпуске качественной и конкурентоспособной продукции.

Аналитический обзор литературы по вопросу определения механизма управления, выражается в совокупности возникающих в процессе управления связей и отношений между подразделениями предприятия. Так, Азоев Г.Л., Челенков А.П. рассматривают вопросы связанные с построением методологических основ поиска конкурентных преимуществ, механизм разработки и реализации стратегии конкуренции [3].

Круглов рассматривает организационный механизм управления предприятием и определяет его как совокупность разнообразных по своей природе конкретных организационных механизмов, призванных организовать в интересах собственника эффективную деятельность организации как производственно-хозяйственной и социальной системы, действующей в условиях изменяющихся потребностей общества и нестабильности внешней среды [4]. И. М. Кирцнер выделяет механизм управления конкурентными преимуществами предприятия и представляет его как систему организационно и процедурно оформленных элементов, методов и инструментов, определяющих порядок осуществления управленческих воздействий на уровень конкурентоспособности предприятия [5].

Поскольку механизм формирования и управления конкурентными преимуществами тесно связан с пятью конкурентными силами, определяющими прибыльность предприятия, а именно: угроза со стороны конкурентов; рыночная власть поставщиков; рыночная власть покупателей; соперничество между действующими на рынке предприятиями; угрозы со стороны продуктов-заменителей, то создание механизма формирования и управления конкурентными преимуществами предприятия должно основываться на определенных принципах. К основным из которых относятся принципы научной обоснованности, эффективности, непрерывности, гибкости и адаптивности. Любой подход в осуществлении управления, а особенно, принятия решения должен быть научно обоснованным. Эффективность функционирования механизма заключается в достижении наилучшего результата при минимальных затратах. Непрерывность функционирования механизма определяется необходимостью его постоянного совершенствования под воздействием негативных факторов внешней среды. Гибкость и адаптивность механизма обуславливается с учетом всех возможных внешних и внутренних факторов его становления, среди которых формирование производственных связей и отношений, разработка и выбор методов управления, позволяющих эффективно реализовывать как стратегические цели предприятия, так и обеспечивать интересы и потребности трудового коллектива.

Но современные условия определяют необходимость усиления предприятием конкурентных преимуществ в интегрированном управлении. Отличительной особенностью такого управления является правильный подход при формировании задач управления конкурентными преимуществами. Таким образом, к основным задачам управления можно отнести: управление персоналом; управление качеством продукции; управление инновациями; стратегическое управление; управление финансовыми ресурсами; управление материальными ресурсами и запасами; управление информационными ресурсами; управление временными ресурсами и системой планирования; управление производительностью труда; антикризисное управление предприятием; управление маркетингом; управление по целям [6]; управление по результатам.

Таким образом, управление конкурентными преимуществами и конкурентоспособностью предприятия следует строить на основе эксклюзивных ценностей объектов. Так как ценность это нечто особенное, т.е. внутреннее составляющее то, чем предприятие владеет, содержит в себе, стремится сохранить либо желает иметь в будущем. Как показывает мировая практика рыночных отношений, взаимосвязанное решение этих проблем и использование данных принципов гарантирует повышение конкурентоспособности предприятий. Выделенные задачи управления конкурентными преимуществами позволяют системно подойти к определению основных направлений в решении вопросов связанных с повышением конкурентоспособности её хозяйствующих субъектов.

#### **Литература:**

1. Ричард Л. Колз Маркетинг сельскохозяйственной продукции / Ричард Л. Колз. - М.: «Колос», 2000. – 512 с.
2. Фатхутдинов Р. А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса / Р.А. Фатхудинов. - М. : «Маркетинг», 2002. – 892 с.

3. Азоев Г.Л. Конкурентные преимущества фирмы / Г.Л. Азоев, А.П. Челенков. — М. : «Типография «Новости», 2000. — 256 с.
4. Управление и коммуникации в современной науке. Вып. 4: Наука и производство: организационно-экономический аспект: библиографический указатель отчетов о НИР, диссертаций и информационных карт, поступивших во ВНИЦентр в 1976-1980 гг.: / Коллект. автор, Круглов, С.Л. . - М.: ВНИЦентр, 1981 . — 83 с.
5. Кирцнер И.М. Конкуренция и предпринимательство / И.М. кирцнер. — М.: изд-во «ЮНИТИ», 2001., — 240 с.
6. Drucker, Peter F., "The Practice of Management", 1954. ISBN 0-06-011095-3. Русскоязычное издание: Практика менеджмента. — М.: «Вильямс», 2007. — 400 с.