

Список використаних джерел:

1. Балабанова Л. В., Сардак О. В. Управління персоналом: навч. посібник. Донецьк, 2006. – 471 с.
2. Воробьев А., Жданов С., Кузьмина Ю. Стратегическое управление персоналом. Управление персоналом. N15.2008. URL: <http://www.top-personal.ru/issue.html?1692>.
3. Дериховська В.І. Взаємозв'язок розвитку персоналу та стратегії управління персоналом. Бізнес-інформ. №7, 2013. – С.341–347.
4. Сардак О. В. Вибір моделі стратегічного управління персонал-маркетингом підприємства. Науковий вісник НЛТУ України. 2014. Вип. 24.1. – С. 177–182.
5. Сорокина М. В. Теория и методология стратегического управления персоналом в торговле. Санкт-Петербург, 2005. – 203 с.

КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ ПІДПРИЄМСТВА: СУТНІСТЬ ТА ДЖЕРЕЛА ФОРМУВАННЯ

О. В. СЛОБОДЕНЮК,

*Харківський національний університет міського господарства
імені О. М. Бекетова*

В умовах сучасного розвитку ринку підприємства все частіше стикаються з різноманітними чинниками, які впливають на господарську діяльність. Головним з яких, на сьогодні, є дія конкуренції. А саме зростання чисельності виробників, насичення ринку різноманітними продуктами, мінливість ринку. Усе це вимагає від товаровиробників пошуку шляхів удосконалення своєї діяльності, тобто пошуку способів підтримання стабільного попиту на товари, що виготовляються. Однією із провідних дій у даному напрямі є формування та забезпечення підприємству стабільних конкурентних переваг, оскільки від них найбільшою мірою залежатиме зацікавленість споживачів, а, отже, і обсяги збуту продукції підприємства та отримання прибутку.

Таким чином, питання сутності та формування конкурентних переваг на підприємствах на сьогодні набувають особливої актуальності і потребують глибокого дослідження.

Однією з основних умов розвитку суспільного виробництва є конкуренція, створення конкурентного середовища, тобто передумов для формування нових конкурентних переваг або втримання існуючих, що на ряду з підвищенням та ущільненням зв'язків з контрагентами, постачальниками, споживачами та іншими учасниками зовнішнього оточення

підприємства є свідченням зростаючої залежності результативності діяльності підприємства від певних факторів впливу. Тож важливим за таких обставин є виділення факторів впливу на конкурентоспроможність підприємства, що зумовлені ринковим оточенням та сучасним процесним підходом до управління підприємством.

Економічні зміни конкурентного середовища підприємства вимагають від нього виявлення, формування, та практичного використання конкурентних переваг як первинної ланки системи забезпечення його конкурентоспроможності. Саме тому значна кількість дослідників сьогодні намагається дати визначення конкурентних переваг підприємства та систематизувати джерела їх формування.

Конкурентоспроможність підприємств відображає його здатність проявляти гнучкість, адаптивність до постійних змін зовнішнього середовища з метою збільшення, зменшення, або збереження займаної частки ринку з метою розвитку бізнесу. Більшість фахівців розглядають конкурентну перевагу з позиції споживача як особливість, яка дає їм суттєву вигоду чи благо, та схиляються до думки, що в основі конкурентної переваги повинна бути споживча цінність, але в сучасній літературі немає чіткого визначення сутності даного поняття.

Теслюк Н.П. відмічає, що конкурентні переваги – такі характеристики діяльності підприємства, якісні або кількісні індикатори його ринкової позиції, які забезпечують підприємство, зрештою, доходами, що перевищують середньогалузевий рівень, а також відповідні показники конкурентів.

Ж.-Ж. Ламбен запропонував власне поняття та визначення конкурентної переваги. Він визначив конкурентну перевагу як характеристики і властивості товару (марки), які створюють для організації певну перевагу над своїми прямими конкурентами. Ці характеристики можуть бути найрізноманітнішими та відноситися як до самого товару (базової послуги), так і до додаткових послуг, що супроводжують базову, до форм виробництва, збуту чи продажу, які є специфічними для підприємства чи товару. Зазначена перевага є відносною і визначається порівняно з конкурентами який займає найкращу позицію на ринку чи в сегменті ринку. Дослідник згрупував конкурентні переваги організації у дві категорії залежно від різноманітних внутрішніх і зовнішніх чинників. Зовнішня конкурентна перевага базується на особливих властивостях товару, які утворюють цінність для покупця за рахунок скорочення витрат або підвищення ефективності; внутрішня - на

переважанні витрат виробництва, управлінні підприємством чи товаром, яке створює цінність для виробника, що дозволяє досягти собівартості нижчої, ніж у конкурента.

Ж.-Ж. Ламбен виділяє три групи факторів, які забезпечують конкурентну перевагу:

➤ відмінна якість, що являє собою підвищену цінність для покупців або за рахунок зменшення їх затрат, або за рахунок підвищення ефективності товару;

➤ витрати фірми нижчі за рахунок високої продуктивності;

➤ ключові компетенції - особливий навик чи технологія, які створюють унікальну цінність для споживачів.

М. Портер наголошує на тому, що джерело конкурентної переваги компанії полягає в способі, яким її види діяльності виконуються і посилюють один одного. Для того, щоб забезпечити їх вдале співіснування, потрібна чітка стратегія. Стратегічний вибір видів діяльності є фундаментом не тільки конкурентної переваги, але й стійкості цієї переваги. Він поділяє конкурентні переваги на 5 видів: нові технології; нові запити покупців чи ті запити, що змінилися; поява нового сегмента галузі, як правило, за рахунок освоєння нової продукції; зміна вартості чи наявності компонентів виробництва; зміна державного регулювання в таких сферах, як стандарти, охорона навколишнього середовища і т.п.

Таким чином, на сьогодні використовується цілий ряд визначень конкурентних переваг підприємства і якщо одні з них досить вірно і повно відображають суть даного поняття, то інші є частковими і стосуються лише окремих сфер діяльності виробничих одиниць. В цілому ж, характеризуючи суть поняття «конкурентні переваги підприємства», можемо відзначити, 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. Перелічені ресурси виступають джерелами формування конкурентних переваг, а тому особливого значення для забезпечення успішної діяльності кожного підприємства має налагодження системи управління формуванням і забезпеченням ефективного використання наявних і потенційних конкурентних переваг в процесі ведення господарської діяльності.

Список використаних джерел

1. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов / Майкл Е. Портер; Пер. сангл. – М. : АльпинаБизнесБукс, 2005. – 454 с.
2. Соціально-економічний розвиток України на початку XXI століття: Зб. доп. 76-ї наук. конф. студ. КНЕУ. 22–23 квіт. 2007р. / Відп. завип.: М. І. Мирун, О. А. Петухова. – Київ : КНЕУ, 2009. – 390, [2] с.
3. Управление конкурентоспособностью организации. Учебник. – 2-е издание, испр. и доп. – М.: Изд-во Эскмо, 2005. – 544 с.
4. Сысоева Е. А. Факторы конкурентоспособности предприятия: подходы и составляющие // Экономические науки, 2010. – 12(73).

УПРАВЛІННЯ ФОРМУВАННЯМ ТА РОЗВИТКОМ КАДРОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Є. Ю. ГНАТЧЕНКО, доцент, канд. екон. наук, В. В. НЕСТЕРЕНКО
*Харківський національний університет міського господарства
імені О. М. Бекетова*

На сьогоднішній день управління формуванням та розвитком кадрового потенціалу потребує застосування цільового підходу, який дає можливість пов'язати цей процес з цілями та стратегією діяльності підприємства в цілому.

Аналіз літературних джерел дозволяє зробити висновок, що проблеми формування та управління кадровим потенціалом займають вирішальне значення в системі ефективного функціонування підприємства. В якості засобів досягнення ефективності діяльності передбачається розвиток кадрового потенціалу та покращення його використання, управління кадровим потенціалом, посилення мотивації високопродуктивної праці, підвищення соціального розвитку колективу, створення максимальної зацікавленості робітників в кінцевих результатах діяльності підприємства.

За своїм змістом ці заходи відображають різні задачі розвитку кадрового потенціалу, що виникають при управлінні виробничими та соціально-трудовими процесами на підприємстві. Принципова схема взаємодії процесів управління кадровим потенціалом та досягнення цілей підприємства представлена рис. 1.1.