

Формування конкурентних переваг як фактор забезпечення економічної безпеки підприємств

(Сілакова Г.В., Петухова О.М. Формування конкурентних переваг як фактор забезпечення економічної безпеки підприємств. *Перспективи ефективних управлінських рішень у бізнесі та проектах* : матер. V Міжнар. наук.-практич. конф. (19-20 вересня 2019 р., м. Одеса) / Міжнародний гуманітарний університет. – Одеса: Фенікс, 2019. С. 70-73.)

Петухова О.М., д.е.н., професор,
професор кафедри менеджменту та адміністрування
Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Сілакова Г.В., к.е.н., доцент,
доцент кафедри економіки, обліку та фінансів
Інститут післядипломної освіти
Національного університету харчових технологій, Київ, Україна

Економічна безпека є однією із найважливіших характеристик діяльності підприємств. Підприємство, яке досягло високого рівня економічної безпеки, має перевагу перед іншими підприємствами аналогічного профілю при залученні інвестицій, отриманні кредитів, виборі постачальників і підборі кваліфікованих кадрів. Врешті-решт, таке підприємство не вступає в конфлікт з державою та суспільством, оскільки своєчасно сплачує податки до бюджету, здійснює виплату заробітної плати працівникам, дивідендів - акціонерам, а банкам гарантує повернення кредитів і сплату відсотків по ним. Чим вища безпека підприємства, тим більше воно захищене від несподіваної зміни ринкової кон'юнктури і, отже, тим менше ризикує опинитися на межі банкрутства.

В сучасній економічній літературі одним із підходів щодо визначення сутності поняття «економічна безпека підприємства» є трактування його з позиції наявності у підприємства конкурентних переваг. Так, прихильники даного підходу зазначають, що наявність конкурентних переваг, зумовлених відповідністю матеріального, фінансового, кадрового, техніко-технологічного потенціалів і організаційної структури підприємства його стратегічним цілям і завданням забезпечать йому певний рівень економічної безпеки [1].

Саме конкурентні переваги сприяють підвищенню рівня економічної безпеки і забезпечують захищеність шляхом досягнення

більш стійкого положення на ринку та можливість отримання більш високих економічних результатів у довгостроковій перспективі.

Конкурентні переваги створюють для підприємства особливе становище серед конкурентів. Вони можуть бути різними і відноситися як до самого товару (базової послуги), так і до додаткових послуг, що супроводжують базову, а також до форм виробництва, збуту або продажу, що є специфічними для підприємства або товару.

Конкурентні переваги підприємства, залежно від різних факторів, виражаються в двох категоріях:

зовнішні конкурентні переваги - переваги підприємства перед конкурентами, що базуються на відмінних якостях товарів або послуг, важливих для споживача. До них відносять: кон'юнктура ринку (ринкове середовище і умови функціонування в ньому; кількість і поведінка конкурентів; рівень конкуренції); цінові тенденції (рівень і динаміка цін; соціальна спрямованість цін; ступінь ринкової влади підприємства); інформаційне забезпечення (рівень інформованості підприємства щодо стану та тенденцій розвитку ринку, поведінки споживачів, конкурентів та інших ринкових суб'єктів; способи поширення інформації про підприємство; наявність «зворотного зв'язку»); імідж підприємства (думка споживачів та інших ринкових суб'єктів про підприємство та його продукцію (послуги); популярність підприємства та продукції (послуг) серед споживачів); природньо-географічні особливості (географічне розміщення; наближеність до джерел матеріальних і людських ресурсів, ринків збуту; наявність транспортних шляхів і каналів розподілу продукції);

внутрішні конкурентні переваги - переваги підприємства над конкурентами, які базуються на перевазі підприємства щодо витрат виробництва, управління підприємством або товару, що створюють ціни для продавця. Серед них можна виділити наступні: виробничі (ступінь забезпеченості матеріально-технічними ресурсами; рівень витрат на виробництво продукції; ефективність використання основних засобів; рівень продуктивності праці; бездефектність виробництва); технологічні (прогресивність технологічних процесів; ступінь механізації та автоматизації технологічних процесів; екологічність технологічних процесів); фінансово-економічні (наявність джерел фінансування; рівень рентабельності і платоспроможності); кваліфікаційні (професіоналізм, майстерність, активність, творчість персоналу; схильність до нововведень); організаційні (рівень прогресивності і гнучкості організаційної структури); управлінські (ефективність і результативність системи управління; ефективність управління закупівельними, виробничими,

збутовими процесами, обіговими коштами, якістю; прогресивність системи мотивації персоналу); інноваційні (ступінь використання досягнень науково-технічного прогресу).

Фактори, що впливають на досягнення конкурентних переваг підприємств поділяють на наступні групи: ресурсні – володіння ресурсами особливої якості або кількості; операційні – характеризують ступінь або ефективність використання наявних ресурсів; програмно-стратегічні – наявність стратегії розвитку суб'єкта – носія конкурентних переваг та якість цієї стратегії.

Ресурсні та операційні конкурентні переваги є традиційними і пов'язані між собою тим, що наявність ресурсів є основою для ефективного їх використання, оскільки накопичені основні виробничі фонди і кваліфіковані кадри дають змогу підприємствам ефективно використовувати ці природні ресурси. Роль програмно-стратегічної конкурентної переваги визначається тим, що в умовах глобалізації економіки конкурентна боротьба фактично перетворюється у боротьбу стратегій на всіх рівнях. Відтак, стратегічний компонент стає провідною характеристикою конкурентоздатності, оскільки пов'язаний із формуванням і використанням такого потенціалу ринкового суб'єкта, ефективний розвиток і реалізація якого можуть бути здійснені тільки відповідно до стратегії, що розроблена заздалегідь [2, С. 97].

Формування конкурентних переваг - це комплекс заходів, спрямованих на реалізацію та вдосконалення як виробництва товарів і послуг, так і організаційних процесів підприємства в цілому.

Процес формування конкурентних переваг підприємства складається з: аналізу конкурентного статусу підприємства на ринку з виявленням наявних конкурентних переваг; планування заходів щодо досягнення бажаної конкурентної позиції підприємства на ринку; виявлення змін у конкурентному середовищі, коригування плану заходів щодо досягнення бажаної конкурентної позиції в зв'язку з виявленими змінами у середовищі; розробки плану фінансування запланованих заходів; координація дій підрозділів підприємства для досягнення конкурентних переваг; підготовки і адаптації персоналу до реалізації розроблених заходів; контролю за реалізацією плану заходів щодо формування конкурентних переваг.

Досягнення підприємством унікальних, стійких конкурентних переваг дає йому можливість своєчасно і ефективно адаптуватися до умов мінливості ринкового середовища, протистояти кризовим явищам в економіці і розвиватися навіть при несприятливих умовах, а отже, забезпечувати необхідний рівень економічної безпеки.

Література

1. Лоханова Н. Система управління станом економічної безпеки підприємства: проблемні питання, концепція розвитку. *Економіст*. 2005. № 2. С. 52–56.

2. Мовчан Т. А., Демчук Н. І. Конкурентоспроможність підприємств як індикатор рівня економічної безпеки. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. Сер.: Економічні науки. 2016. Вип. 18(1). С. 96-99.