

ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО СТВОРЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ

Пошук і використання особливих, відмінних від конкурентів, методів ведення конкурентної боротьби, які можна утримувати протягом певного часу, призводить до отримання конкурентної переваги. Інші визначення конкурентних переваг включають: унікальне поєднання наявного виробництва, потенціалу підприємства, накопиченого досвіду його використання в минулому та сформованого іміджу, які сприяють виробництву конкурентоспроможної продукції і реалізація яких здатна забезпечити підприємству довгострокове виживання; виняткова цінність, якою володіє об'єкт, що дає йому перевагу над конкурентами. діяльність підприємства, безпосередньо пов'язана зі зміцненням його ринкових позицій, адаптацією видів діяльності до обраних стратегій, вибором політики взаємовідносин з конкурентами, оперативним реагуванням на зміни в конкурентному середовищі діяльності; сукупність власних і придбаних активів компанії, а також її операційних особливостей, що забезпечують їй перевагу над конкурентами та ексклюзивну експертизу в певній сфері діяльності [1].

Шляхом вибору найкращої бізнес-стратегії, яка має такі ж переваги, як і її основа, підприємство може створити конкурентні переваги [2].

Ключовою складовою загального процесу управління конкурентоспроможністю є діяльність з формування та утримання конкурентних переваг. Нижче наведені ключові стратегії, які рекомендується використовувати при створенні методики управління конкурентними перевагами:

1) Управління за цілями: стратегія, орієнтована на досягнення запланованих результатів, навіть якщо динаміка внутрішнього та зовнішнього контекстів організації накладає обмеження на обсяг та часові рамки параметрів сформульованої мети.

2) Управління за слабкими сигналами: підхід до формування та виконання управлінських рішень з метою оперативної адаптації або швидкого реагування

суб'єкта господарювання на зміни конкурентного середовища з урахуванням наявності попередньої (неповної, мінімальної) інформації, так званих слабких сигналів у режимі реального часу.

3) Управління знаннями: метод управління створенням і застосуванням знань, а також ефективним використанням інтелектуального капіталу. З огляду на таку ситуацію, закономірно впливає, що процес розвитку конкурентних переваг та управління знаннями тісно пов'язані між собою. Розвиток управління знаннями має вирішальне значення для будь-якої організації, оскільки боротьба за майбутнє "починається не з битви за частку ринку, а за інтелектуальне лідерство".

4) Управління змінами: ідея управління, яка передбачає створення систем впливу на зміни у внутрішньому та зовнішньому середовищі шляхом превентивних дій при збереженні життєздатності організації та досягненні поставленої мети. На думку Г. Мінцберга, "стратегічне управління часто тотожне управлінню змінами". Однак дослідження свідчать, що коригування можуть мати і тактичний характер і стосуватися важливих організаційних проблем на додаток до стратегічного характеру.

5) Реінжиніринг: стратегія, яку переважна більшість експертів пов'язує з перепроєктуванням бізнес-процесів для покращення результатів діяльності.

6) Ощадне (або струнке) управління: метод, який полягає у створенні високоефективних інформаційних систем, використанні синергетичних ефектів, руйнуванні ієрархічних рівнів в організаційній структурі, інтеграції всіх учасників загального процесу через командну структуризацію управління, підвищенні якості та зниженні витрат; логістичний підхід - це філософія управління, яка застосовується через інтегроване управління низкою бізнес-процесів і процедур з метою отримання синергетичного ефекту від узгодження параметрів різних процесів, на думку багатьох вчених; створення і впровадження системи управління бізнесом, відомої як маркетинговий підхід, має на меті виявлення і врахування ринкового попиту і вимог для обґрунтованої орієнтації виробничої діяльності на випуск конкурентоспроможної продукції в заздалегідь визначених обсягах і відповідно до конкретних техніко-економічних характеристик. Ресурсний підхід - це стратегія управління, яка фокусується на пошуку та найкращому використанні

сильних сторін організації, поєднуючи їх з маркетинговим підходом. таланти бізнесу [3].

7) Тотальне управління якістю: метод, який акцентує увагу на широкому і всеосяжному управлінні якістю та інтегрує багато управлінських завдань з метою підвищення якості товарів і послуг та забезпечення конкурентоспроможності підприємства відповідно до обраної стратегії конкуренції.

8) Управління взаємовідносинами з покупцями: метод, який ставить потреби клієнта в центр бізнесу. Здійснюється шляхом першочергового виявлення та передбачення нових потреб та цінностей споживачів як окремого сектору ринку, з подальшим розподілом переваг протягом тривалого партнерства.

Отже, кожна з розглянутих стратегій інноваційного менеджменту є корисною в конкретних ситуаціях, але оскільки вони мають потенціал для суттєвого вдосконалення продукції, розвитку технологічних можливостей, створення конкурентних переваг з урахуванням превентивного розвитку персоналу, то можуть забезпечити синергетичний ефект від успішного використання (поєднання) їх окремих складових при обґрунтуванні та реалізації стратегій.

Література

1. Демків І. О. Управління гнучкістю в системі конкурентних переваг підприємства. Луцьк 2011. 121 с.
2. Тарнавська Н. Зміна акцентів у формуванні конкурентних переваг. Тернопіль. 140 с.
3. Шершньова З.Є., Оборська С.В. Стратегічне управління. Київ 1999. 384 с.