

УДК:339.137

Н.В. Чебанова, д-р екон. наук, професор

Л.Є. Ревуцька, канд. екон. наук, доцент

Український державний університет залізничного транспорту

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ЯК ЧИННИК ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ

Постановка проблеми. Сучасні умови господарювання, сформовані під впливом глобалізаційних та інтеграційних процесів, актуалізують залежність процвітання національних систем від формування конкурентоспроможних галузей, що відіграють роль мультиплікаторів економічного розвитку в масштабах окремих територій і господарства в цілому. При цьому стало очевидним, що для різних сфер діяльності потрібні свої принципи підтримки і розвитку конкурентоспроможності, що враховують їх особливості.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Поняттю конкурентоспроможності підприємств завжди приділялася велика увага. Певний внесок у розвиток теорії управління конкурентоспроможністю внесли К. Бери, Д. Дей, Ж.-Ж. Ламбен, М. Портер, А. Пулфорд,

Дж. Еткінсон. Питання конкурентоспроможності займають значне місце в працях таких зарубіжних вчених, як І. Ансофф, А. Дайан, П. Друкер, Б. Карлофф, Ф. Котлер, М. Мескон, Ф. Роджерс, Р. Уотерман, А. Уотерман, Й. Шумпетер та ін.

Необхідно зазначити, що поряд зі значною кількістю робіт, присвячених переробці західного досвіду з досягнення конкурентних переваг, тільки їх невелика кількість враховує специфіку розвитку конкурентоспроможності на вітчизняних підприємствах.

Проблемами конкурентоспроможності підприємства займалися дослідники В.С. Андріанов, М.І. Гельвановській, А.П. Градов, А. Селезньов, Р.А. Фатхутдінов, А.Ю. Юданов, Н.В. Немогай, Л.Н. Нехорошева та ін. [1, с. 361; 2, с. 719], В.Л. Дикань, Г.Л. Азоев, Д.В. Погребняк, В.В. Яцура, Ю.Б. Іванов.

Метою статті є визначення теоретичної сутності категорії «конкурентоспроможність» підприємства та аналіз методів її оцінки в сучасних умовах.

Виклад основного матеріалу дослідження. Науково обґрунтованої й загально визнаної дефініції «конкурентоспроможність» не існує. Незважаючи на різні підходи до визначення суті поняття, всі дослідники відмічають порівняльний і часовий (динамічний) характер цього показника.

Порівняльний характер означає, що конкурентоспроможність не є явищем, притаманним конкретному об'єкту (країні, галузі, підприємству, товару чи послугі). Вона не впливає з його внутрішньої природи, а проявляється тільки за умов порівняння даного об'єкта з іншими. Результатом цього порівняння є визначення рівня конкурентоспроможності.

Часовий характер (динамічність) означає, що досягнутий в окремий проміжок часу рівень конкурентоспроможності об'єктом не може розглядатися як довгострокова характеристика його ринкової позиції незалежно від ефективності діяльності. Протидія інших суб'єктів господарювання, рішучість та активність їх конкурентних стратегій можуть призвести до втрати досягнутої позиції та зниження рівня конкурентоспроможності.

Конкурентоспроможність підприємства визначається різними чинниками, які можуть виявлятися в конкурентних перевагах. Особливого значення надається проблемі їхнього створення та реалізації. В розробленій М. Портером теорії конкурентних переваг організації зазначено, що конкурентні переваги формуються завдяки ефективності

використання всіх видів ресурсів підприємства, а не лише через їхню наявність [11, с. 100].

Дослідження проблем пошуку, створення і реалізація конкурентних переваг, а також конкурентоспроможності підприємств належать Г.Л. Азоєву, який розуміє конкурентоспроможність як результат, що фіксує наявність конкурентних переваг, без яких вона неможлива, але зауважують, що наявність окремих конкурентних переваг не означає автоматичну перевагу [3, с. 208].

Найчастіше поняття “конкурентоспроможність” визначається як здатність до ефективного використання внутрішнього потенціалу підприємства, а внутрішній потенціал – як основа утримання існуючих й розробки нових конкурентних переваг з метою успішного ведення конкурентної боротьби на ринку; як самостійна системна категорія, яка відображає ступінь реалізації цілей підприємства у його взаємодії з оточенням.

Якщо розглядати поняття конкурентоспроможність стосовно до підприємства, то його можна визначити як можливість ефективної господарської діяльності та її практичної прибуткової реалізації в умовах конкурентного ринку; це підсумки виробничо-господарської діяльності, в яких відображаються зусилля всіх без винятку служб і підрозділів, а також здатність реагувати на зміну кон'юнктури ринку. Ця реалізація забезпечується всім комплексом коштів, які є у підприємства.

Конкурентоспроможність – це складна економічна категорія, яку можна розглядати на декількох рівнях. Таким чином підвищення ефективності функціонування підприємства багато в чому залежить від рівня конкурентоспроможності продукції, підприємства та країни загалом.

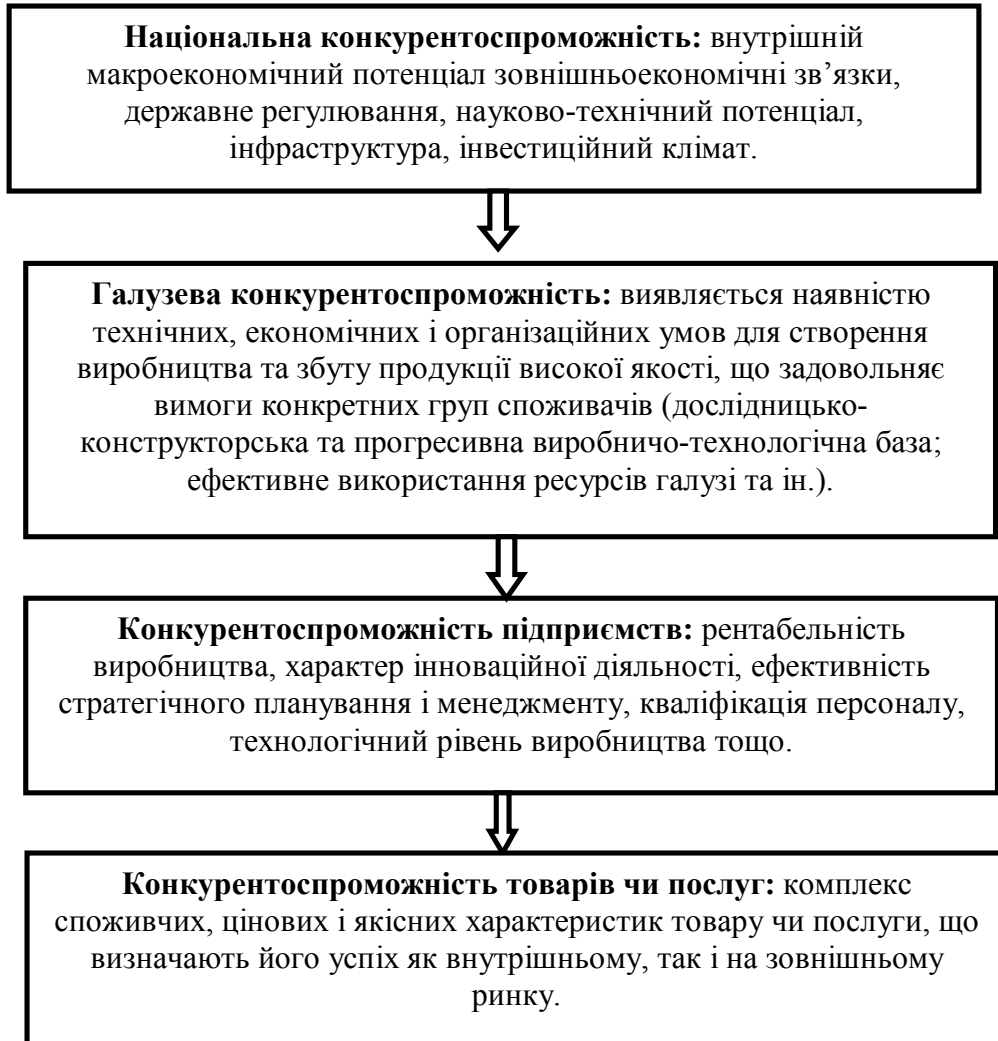
Між усіма цими рівнями існує тісна внутрішня і зовнішня залежність. Конкурентоспроможність країни та галузі в остаточному підсумку залежить від здатності конкретного товаровиробника випускати конкурентоспроможний товар.

Ієрархічна декомпозиція конкурентоспроможності нараховує чотири рівні (рисунок).

Слідє відмітити, що вчені-економісти приділяють особливу увагу конкурентоспроможності, оскільки вона показує ефективність використання ресурсів на підприємстві. Значить, ефективність і конкурентоспроможність – дві тісно взаємопов'язані категорії на підприємства.

Необхідно зазначити, що підвищення конкурентоспроможності підприємств пов'язано насамперед з можливістю її оцінки. На даному етапі відсутня загальноприйнята методика оцінки конкурентоспроможності

підприємства.



Ієрархічна декомпозиція конкурентоспроможності

У розвинених країнах застосовуються методики, що мають переважно конкретно-економічний, кількісний характер. Вони базуються на системному аналізі підприємства, відображають його діяльність за всіма провідними параметрами (в тому числі аналіз ефективності використання ресурсів і рентабельності виробництва, аналіз стійкості функціонування підприємства тощо).

На наш погляд, застосування такої системи показників для виявлення рівня конкурентоспроможності підприємства є не зовсім прийнятним, так як більшість розрахункової базової інформації складає комерційну таємницю підприємств.

Більш ефективно у вітчизняних умовах господарювання в основу оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства закласти такі показники, як якість, ціна, рівень обслуговування, імідж та ін.

Найбільш простими, зрозумілими й доступними методами, що не

вимагають використання спеціальної документації про діяльність підприємства, є:

1) Метод складання карти стратегічних груп конкурентів.

2) Метод, заснований на визначенні ринкової частки.

3) Метод балів.

4) Графічний метод – побудова багатокутника конкурентоспроможності.

5) Метод рангів.

6) Метод порівняльних переваг.

Також для оцінки рівня конкурентоспроможності підприємств можливим є використання методів, зазначених у таблиці.

Можливі методи оцінки конкурентоспроможності підприємств

Найменування методу	Характеристика	Можливість застосування для підприємств
1 SWOT-аналіз	Дозволяє проаналізувати слабкі й сильні сторони підприємства, потенційні небезпеки й загрози, виявити існуючі можливості для розвитку.	Можливо в повній мірі.
2 Профіль полярностей	В основі методу лежить визначення показників, за якими підприємство випереджає або відстає від конкурентів.	Показує напрямки, на які повинне звернути увагу керівництво підприємства для виживання в конкурентній боротьбі.
3 Метод експертних оцінок	Заснований на узагальненні думок фахівців - експертів про ймовірність ризику	Допомагає отримати інформацію, необхідну для вироблення управлінського рішення.
4 Метод «4P»	Дозволяє дати кількісну оцінку окремих факторів і всіх факторів у цілому. Заснований на порівняльному аналізі підприємств конкурентів за наступними факторами: продукт, ціна, просування на ринку, регіон і канали збуту.	Дозволяє гнучко реагувати на зміни й зміцнювати власні конкурентні позиції.
5 Оцінка на базі якості продукції	Даний метод складається в зіставленні ряду параметрів продукції, що відображають споживчі властивості.	Дає можливість одержати ряд «параметричних» індексів, що характеризують ступінь задоволення потреби споживачів продукції/послуг.

Конкурентоспроможність підприємств треба оцінювати комплексно за всіма критеріями й напрямками діяльності, отже, можливе застосування декількох методів одночасно.

Важливим також є оцінка ринку як конкурентного середовища підприємства; його ємність, рівень конкуренції тощо. Для аналізу стану ринку, на якому працює підприємство, широко використовується індексний метод, заснований на розрахунку спеціальних показників та їх порівнянні.

На основі виявлених характеру ринкового середовища, специфіки конкуренції, особливостей і тенденцій розвитку ринку, а також потреб і переваг цільового сегменту, можливим є розробка організаційно-економічного механізму підвищення конкурентоспроможності підприємств, який повинен враховувати фактори, які активно впливають на формування вказаної категорії, а саме асортимент послуг; якість обслуговування, виражена через показник задоволеності споживачів отриманими послугами (товарами, роботами); ціна і доля ринку.

Висновки. Таким чином, на основі вищевказаного можна стверджувати, що конкурентоспроможність виступає найважливішим фактором забезпечення ефективного та прибуткового розвитку підприємств. Саме ця категорія визначає здатність підприємств функціонувати не тільки в поточних фінансово-економічних і політичних умовах, а й в умовах фінансово-економічної кризи. Тому управління конкурентоспроможністю є стратегічно необхідним та передбачає сукупність заходів щодо систематичного вдосконалення послуг, постійного пошуку нових видів реклами, нових груп потенційних клієнтів, поліпшення сервісу тощо.

На сьогодні як закордонна, так і вітчизняна практика економічного управління виробила цілий ряд методів оцінки конкурентоспроможності підприємства. Кожен з них має як свої переваги, так і недоліки, а тому досить часто необхідним є застосування системи методів для більш повної оцінки конкурентоспроможності того чи іншого підприємства з урахуванням особливостей його господарської діяльності.

Бібліографічний список: 1. Немогай Н.В. Управление качеством: учебник / Н.В. Немогай, Н.В. Бонцевич, В.В. Садовский; под ред. Н.В. Немогай. – Гомель: Центр исслед. ин-тов рынка, 2006. – 361 с.
2. Экономика предприятия: учеб. пособие / Л.Н. Нехорошева, Н.Б. Антонова, Л.В. Гринцевич [и др.]; под ред. Л.Н. Нехорошевой. –

Минск: БГЭУ, 2008. – 719 с. 3. Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика. – М.: Центр экономики и маркетинга, 1996.–208 с. 4. Дикань В.Л. Методичні підходи до оцінки конкурентоспроможності підприємства / В.Л. Дикань, Т.В. Пономарьова // Вісник економіки транспорту і промисловості. Серія «Економіка». – 2011. – Випуск 36. – С. 100–105. 5. Погребняк Д.В. Методи діагностики конкурентоспроможності підприємства / Д.В. Погребняк // Проблеми підвищення ефективності інфраструктури. Збірник наукових праць. – 2011. – Випуск 32. – С. 45–51. 6. Рибницький Д.О. Сучасні підходи до оцінювання конкурентоспроможності підприємства / Д.О. Рибницький, Т.А. Городня // Науковий вісник НЛТУ України. – 2010. – Випуск 20.9. – С. 227–230. 7. Яцура В.В. Аналіз методів оцінки конкурентоспроможності підприємств [Електронний ресурс] / В.В. Яцура, М.В. Замроз // Вісник Волинського інституту економіки та менеджменту. Збірник наукових праць. – 2011. – № 2. – Режим доступу до статті: http://archive.nbuiv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vviem/2011_2/18.pdf. – Назва з екрану. 8. Иванов Ю.Б. Конкурентоспособность предприятия: оценка, диагностика, стратегия: монография / Ю.Б. Иванов, А.Н. Тищенко, Н.А. Дробитько. – Х.: ХГЭУ, 2003. – 349 с. 9. Дикань В.Л. Обеспечение конкурентоустойчивости предприятия. – Х.: Основа, 1995.– 158 с. 10. Портер М. Конкуренция. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2001. – 495 с. 11. Портер М. Международная конкуренция. – М.: Международные отношения, 1993. – 798 с. 100. 12. Соболев Ю.О., Дикань В.Л., Дейнека О.Г., Позднякова Л.А. Стратегия предприятия и стратегический менеджмент: учеб. пособие. – Х.: ООО «Олант», 2002. – 416 с.

Чебанова Н.В., Ревуцкая Л.Е. Конкурентоспособность как фактор повышения эффективности функционирования предприятия. Целью исследования является обоснование места и роли, а также анализ составляющих стратегического управления конкурентоспособности предприятия. Конкурентоспособность определяет способность предприятий функционировать не только в текущих финансово-экономических и политических условиях, но и в условиях финансово-экономического кризиса. Управление конкурентоспособностью является стратегически необходимым и предусматривает совокупность мероприятий по систематическому совершенствованию услуг, постоянного поиска новых видов рекламы, новых групп потенциальных клиентов, улучшение сервиса и тому подобное. Необходимо применение системы методов для более полной оценки конкурентоспособности того

или иного предприятия с учетом особенностей его хозяйственной деятельности.

Chebanova N., Revutsky L. Competitiveness as a factor in improving the functioning of the company. The study aims to study the place and role, as well as analysis of the components of strategic management Competitiveness company. Competitiveness measures the ability of companies to operate not only in the current financial, economic and political conditions, but also the financial and economic crisis. Managing competitiveness is strategically necessary and provides a systematic set of measures to improve services, constant search for new forms of advertising, new groups of potential customers, improving service and others. It is necessary to use systems methods for a more complete assessment of the competitiveness of a company with the peculiarities of its business.