

підходу до дослідження об'єктів), базувалося на тому, що розуміння об'єкту відбувається через уявний або фізичний розподіл його на частини. Розуміння частин, у свою чергу також припускає ділення на дрібніші складові, і так до безкінечності. І, оскільки, такому процесу не буде завершення, для проведення аналізу конкретного об'єкту необхідно усвідомити можливість його дослідження як цілого.

Висновки. В зв'язку з цим ми можемо припустити, що дослідження окремих складових економічного потенціалу підприємства, і розробка заходів по їх розвитку не може дати позитивно ефекту вже тому, що не досліджений і не обґрунтований вплив таких складових один на одного, і на цілісну систему, під якою ми маємо на увазі економічний потенціал. У свою чергу також можемо висловити гіпотезу про те, що економічний потенціал входить на правах елемента в систему «Сукупний потенціал підприємства». Слід зазначити, що зарубіжна практика активно використовує термін «потенціал» характеризуючи як окреме підприємство, так і галузь, і державу в цілому. Перевага подібного досвіду полягає в тому, що інвестори отримують усю необхідну інформацію про доцільність вкладення засобів. Виходячи з цього, у пресі публікуються спеціальні звіти, і залежно від конкретних цілей аналізу використовуються різні економічні показники або їх поєднання, які дають кількісну і якісну оцінку діяльності фірми.

Література

1. Свободин В. Производственный потенциал сельскохозяйственного предприятия и оценка эффективности его использования / В. Свободин // Вести. стат. – 2004. – № 10. – С. 7–12.
2. Совецкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия / Совецкая Г.В. – Минск : ИП "Экоперспектива", 2007. – 358 с.
3. Фокина О.М. Экономика предприятия : [конспект лекций] / О.М. Фокина, О.В. Хорошилова. – Воронеж : Изд-во ВГТУ, 2003. – 96 с.
4. Черников Д.А. Эффективность использования производственного потенциала и конечные народнохозяйственные результаты / Д.А. Черников // Экон. науки. – 2001. – № 10. – С. 14–18.

Надійшла 18.08.2011

УДК 65.018: (477)

Л. О. ШЕМЧУК

Хмельницький національний університет

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА В СИСТЕМІ ЧИННИКІВ ЇЇ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

У статті визначено основні підходи щодо трактування поняття «конкурентоспроможність підприємства» та розглянуто основні чинники її забезпечення.

The main approaches to the interpretation of the concept of "competitiveness" and the basic factors of its providing have been defined.

Ключові слова: конкурентоспроможність підприємства, чинники, фактори.

Вступ. Питання визначення конкурентоспроможності та системи чинників її забезпечення є надзвичайно важливим для утримання певних сегментів ринку та загалом ефективного функціонування промислових підприємств. Завдання підвищення конкурентоспроможності підприємств завжди були в полі зору як зарубіжних, так і вітчизняних вчених, однак багато питань теоретичного, методологічного, а також практичного характеру на сьогодні залишаються не вирішеними внаслідок несистемного та епізодичного характеру їх дослідження.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Конкурентоспроможність підприємства досліджувалася багатьма вченими, починаючи з робіт А. Сміта, Д. Рікардо, Дж. С. Мілля, К. Маркса, Ф. Едґурта, К. Вікселя, Дж. Робінсон, Дж. Кейнса, Й. Шумпетера, А. Лернера та закінчуючи працями їх послідовників. Серед сучасних наукових підходів щодо визначення конкурентоспроможності промислових підприємств та підвищення її рівня слід виділити наукові праці Азоева Г.Л., Градова А.П., Гринчуцького В. І., Зав'ялова П. С., Макконнелла К., Маршалла А., Портера М., Райзберга Б. А., Спірідонова І. А., Фатхутдінова Р. А., Юданова А. Ю., та інших.

Постановка завдання. Однак, поряд з великою кількістю робіт з даної проблеми єдиної системи як оцінювання, так і підвищення рівня конкурентоспроможності підприємств ще не знайдено. Окрім того, величезна різноманітність наукових підходів вносить певну неоднозначність у визначенні факторів впливу, принципів оцінки, методів як оцінки, так і підвищення конкурентоспроможності. Через те, необхідний пошук шляхів вирішення зазначених проблем, який має бути спрямований на визначення чинників забезпечення конкурентоспроможності з метою розробки сучасного механізму її підвищення.

Виклад основного матеріалу дослідження. На думку багатьох вчених., конкурентоздатність – це

сукупність виробничих, соціальних, управлінських чинників, які складають потенціал суб'єкта, що є необхідною умовою виготовлення продукту і відображає статичний стан підприємства, а конкурентоспроможність – це сукупність виробничих, соціальних, управлінських чинників систем та їх взаємодії у часі і просторі, що є достатньою умовою виробництва (реалізації) продукту і відображає динамічний стан реалізації потенціалу шляхом задоволення потреб споживачів.

Конкурентоспроможність підприємства можна трактувати як перевагу його продукції перед аналогічною у конкурентів. Вченими питанням конкурентоспроможності підприємства приділено чимало уваги. Так, Азоев Г. А. конкурентоспроможність підприємства розглядає як результат його конкурентних переваг у всьому спектрі проблем управління. На думку Зав'ялова Ф. Н. та Райзберга Б. А., конкурентоспроможність – це здатність фірми, компанії конкурувати на ринках з виробниками й продавцями, кількома продавцями, покупцями, а окремих суб'єкт господарювання не може визначати умови обороту товарів на ринку [1].

На думку Фатхутдінова Р. конкурентоспроможність – це потенційна здатність об'єкта або суб'єкта управління конкурувати у майбутньому на конкурентних ринках, що забезпечена зниженням прояву стратегічних неконкурентоспроможних чинників і посиленням впливу стратегічних ексклюзивних конкурентних переваг об'єкта на основі проведення комплексної стратегічної діагностики об'єкта, параметрів ринку і конкурентів, розробки стратегій. Автор також дає неповне визначення конкурентоспроможності і зводить її лише до здатності фірми випускати конкурентоспроможну продукцію і мати певні переваги стосовно інших підприємств даної галузі всередині країни та за її межами [2].

Скударь Г. М. подає конкурентоспроможність як відносну характеристику, що віддзеркалює відмінності процесу розвитку даного виробника від виробника-конкурента як за ступенем задоволення своїми товарами чи послугами конкретної суспільної потреби, так і за ефективністю виробничої діяльності. Круглов М. І. визначає конкурентоспроможність як систему економічних категорій, елементами якої є конкурентоспроможність продукції і фінансова конкурентоспроможність. На думку Беленького П.Ю. конкурентоспроможність підприємства є показником узагальнюючим, який відображає дієвість всього комплексу механізмів господарювання і до дослідження проблем його забезпечення слід підходити комплексно з урахуванням всіх факторів і механізмів. Н. Тарнавська, Р. Сивак та Г. Нагорняк конкурентоспроможність підприємства розглядають як комплексне багатфакторне поняття з огляду на її складові частини: конкурентоспроможності виробничого потенціалу, інтелектуального капіталу, виробництва, цінних паперів, колективу, життєвого циклу конкурентних переваг тощо. С. М. Клименко, Т. В. Омеляненко та іншими вченими конкурентоспроможність підприємства визначається як потенційна або реалізована здатність економічного суб'єкта до ефективного довготривалого функціонування у релевантному зовнішньому середовищі і ґрунтується на конкурентних перевагах підприємства, визначає здатність його витримувати конкуренцію на певному ринку та відображає його позицію відносно конкурентів.

На нашу думку, конкурентоспроможність підприємства не слід відділяти від конкурентоспроможності його продукції – це взаємообумовлені поняття, особливо коли йдеться про зовнішній ринок, на якому аналогічної продукції більше, ніж на внутрішньому ринку і де Україна займала останні місця за рівнем конкурентоспроможності бізнесу серед 102 країн світу. Іншими словами, під конкурентоспроможністю підприємства слід розуміти таку його здатність, яка забезпечує, в умовах конкурентного ринку, проведення ефективної фінансово-господарської діяльності і отримання прибутків.

Конкурентоспроможність підприємства це поняття відносне, оскільки на рівні певного регіону воно може мати певні переваги, а в цілому по країні воно може бути неконкурентоспроможним. Через те конкурентоспроможність підприємства слід розглядати як відносну здатність, використовуючи ринкові і ресурсні можливості, забезпечувати свою прибуткову діяльність, виходячи з реальних і потенційних можливостей задовольняти постійно зростаючі конкретні потреби споживачів у порівнянні з підприємствами-конкурентами на певному ринку.

Конкурентоспроможність підприємства має динамічний характер і через те потребує постійної оцінки її рівня, моніторингу показників, що її характеризують та дослідження джерел її формування: техніко-екологічних, виробничих, реалізаційних, маркетингових, професійно-кваліфікаційно-кадрових, інноваційно-інвестиційних, організаційно-економічних.

Отже, на нашу думку, конкурентоспроможність підприємства – це система категорій, елементами якої є: ефективність функціонування підприємства як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках; ресурсно-вартісний стан підприємства, що характеризує ефективність використання ресурсів та обігових коштів за певний проміжок часу; ефективність реалізації продукції з відповідною рентабельністю продажів та конкурентоспроможністю товару як співвідношення ціни та якості продукції; ефективність використання всіх видів ресурсів та ефективного функціонування і використання всіх можливостей для забезпечення конкурентних переваг. Основними умовами формування і забезпечення конкурентоспроможності машинобудівних підприємств є внутрішні та зовнішні фактори. Дослідження управління конкурентоспроможністю слід здійснювати в обов'язковому взаємозв'язку впливу факторів як внутрішнього, так і зовнішнього середовища, яка є багаторівневою, багатоаспектною системою.

На макрорівні формується сукупність таких факторів: економічних, міжнародних, демографічних, правових, географічних, науково-технічних, технологічних, політичних та соціокультурних факторів [2]. На мезорівні на конкурентоспроможність діють: продуктивність галузі, наукоємність, оплата праці в галузі, капіталоємність, наукоємність, технічний рівень продукції, сукупність необхідних знань, ступінь експортної орієнтації.

На мікрорівні на конкурентоспроможність впливають: ціна і якість продукції, що виготовляється підприємством, його виробничий, технологічний стан, професійно-кваліфікаційний рівень персоналу, маркетингові можливості тощо. М. Мескон до факторів прямого впливу відносить внутрішні фактори, а до опосередкованого – зовнішні фактори. М. Портер до факторів основного впливу відносить: наявність конкуренції в галузі, ринкову владу покупців та постачальників, загрозу появи нових конкурентів, загрозу появи товарів-замінників [3].

Фатхутдінов Р. А. серед зовнішніх чинників, які впливають на конкурентоспроможність підприємства на мезоекономічному рівні виділяє: використання доступних і дешевих ресурсів, прозорість ринку, система підготовки кадрів, рівень інтеграції всередині країни, низькі процентні ставки, якісне правове регулювання, сприяння місцевих органів, гармонізація системи сертифікації.

До внутрішніх чинників на галузевому рівні слід віднести: попит на товар галузі, оптимальний рівень уніфікації і стандартизації продукції, експорт наукомісткої продукції, наявність конкурентоспроможного персоналу в галузі, оптимальний рівень галузевої концентрації, наявність конкурентоспроможних постачальників, оптимізація ефективності використання ресурсів, наявність радикальних нововведень, великий обсяг конкурентоспроможних підприємств в галузі, сертифікація та ексклюзивність продукції [1].

Іващенко Г. А. класифікує фактори конкурентоспроможності за можливостями управління на: первинні, суб'єктивні, регульовані, контрольовані, заплановані; за ступенем дії на: статичні, динамічні, дискретні, безперервні; за можливостями виміру: вимірні, слабо вимірні, невимірні. На думку дослідників конкурентоспроможність залежить від ряду компонентів, які можна поділити на три групи: техніко-економічні, комерційні та нормативно-правові. Перші включають якість, ціну продажу і затрати на експлуатацію чи в процесі використання. Другі включають кон'юнктуру ринку, сервісне обслуговування, рекламу, імідж фірми. І треті фактори відображають вимоги технічної, екологічної безпеки, а також патентно-правові вимоги. На нашу думку, дана класифікація не чітко слідує виділеним класифікаційним ознакам, оскільки комерційна група і економічна передбачають одне й те ж саме. Не враховано в даній класифікації динамічних факторів, зокрема таких як: час між виникненням потреби і її задоволенням та швидкість реалізації інноваційних технологій, які мають бути спрямовані на підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства [4].

Інші вчені визначають дію на конкурентоспроможність підприємства таких факторів як: якість, ціна, надійність, час та витрати. Однак вченим не визначається вплив даних факторів у парній взаємодії, їх ранжування. Внаслідок жорстокої конкуренції одним із факторів можна назвати і ефективність логістичного управління, тобто товаротранспортних потоків.

Висновки. Виходячи з аналізу існуючих підходів головними чинниками, які впливають на рівень конкурентоспроможності є такі: чинники макросередовища (економічні, політико-правові, законодавчо-нормативні, науково-технічні, соціально-демографічні, екологічні та випадкові); мезосередовища (інтенсивність конкуренції, стан приватизації, контактні аудиторії, кількість постачальників, ЗМІ, еластичність попиту і пропозиції, наявність постачальників та розвинутої інфраструктури); мікросередовища (виробничі потужності, економіко-географічне положення, інформаційне забезпечення, ефективність витрат та збуту продукції, наявність техніко-технологічного, ресурсного, виробничого потенціалів тощо). Отже, чинники, які забезпечують формування конкурентоспроможності підприємства трактуються по-різному. Через те, не дивлячись на різні підходи до вивчення чинників, що впливають на конкурентоспроможність, слід конкретизувати їх вплив у залежності від об'єкту та суб'єкту дослідження.

Література

1. Фатхутдінов Р. А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент / Фатхутдінов Р. А. – М. : Маркетинг, 2002. – 892 с.
2. Нижник І. В. Забезпечення конкурентних переваг: ризики і втрати в їх реалізації на регіональному ринку / І. В. Нижник // Вчені записки Кримського інженерно-педагогічного університету. Економічні науки. – Сімферополь : НВЦ КПУ, 2008. – Вип. 12. – С. 156–160.
3. Отенко І. П. Управління конкурентними перевагами підприємства: наукове видання / І. П. Отенко, Є. О. Полтавська. – Харків : ХНЕУ, 2005. – 212 с.
4. Іващенко Г. А. Структура організаційно-економічних факторів формування конкурентоспроможності підприємства / Г. А. Іващенко // Економіка: проблеми теорії : зб. наук. праць. – Дніпропетровськ : ДНУ, 2003. – Вип. 185. Т. I. – С. 30–36.

Надійшла 15.08.2011