

М.: Академический проект, 2002. – 256 с.

22. Поручник А.М. Венчурний капітал: зарубіжний досвід та проблеми становлення в Україні / А.М. Поручник, Л.Л. Антонюк. – К. : КНЕУ, 2000. – 172 с.

23. Бердников Д. Предпосылки возникновения венчурного капитала и возможность его применения в Украине / Д. Бердников // Підприємництво, господарство і право, 2003. – №8 – С.23-26.



УДК 658:005.332.4

МИРОНИЮК Т.І., канд. екон. наук., доцент, ЦЬОМА В.І., магістрант
Одеська національна академія харчових технологій

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ТА МЕТОДИ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

В даній статті розкрито сутність поняття конкурентоспроможності підприємства, його роль в ефективному функціонуванні промислового підприємства на ринку, проаналізовано основні фактори конкурентоспроможності підприємств.

Ключові слова: конкуренція, конкурентоспроможність, підприємство, конкурентні переваги

In this paper, the essence of the concept of enterprise's competitiveness and its role in the efficient operation of industrial enterprises in the market, analyzes the main factors of competitiveness of enterprises.

Keywords: competition, competitive, enterprise competitive advantages

Вступ. Особливе місце в діяльності підприємства належить визначенню конкурентоспроможності підприємства. Оскільки на даний момент досить вагомою є конкурентна боротьба на ринках нашої держави, кожне підприємство-товаровиробник намагається спрямувати свої зусилля на захоплення якомога більшої частки ринку та залучити більшу кількість потенційних споживачів. У сучасній конкурентній боротьбі, за всієї гостроти та динамізму виграє той, хто аналізує та змагається за свої конкурентні позиції. Щоб вижити у цій боротьбі, кожне підприємство має поставити перед собою завдання підвищення рівня конкурентоспроможності не лише своєї продукції, а й підприємства в цілому. Тому тема даної статті є досить актуальною в наш час.

Питання конкуренції і конкурентоспроможності перебувають у центрі уваги дослідників і науковців протягом всієї історії розвитку економічних відносин вони розглядалися різними вченими, зокрема: М.Е. Портером, І.Н. Герчиковою, А.П. Градовим, З.А. Калугіною, І.У. Ліпсіц, П.Р. Діксоном, А. Селезневим, В.Д. Адріановим, І.В. Зулькарпаєвим, Л.Р. Ільсовою, М.Г. Долинською, І.А. Соловйовою, В.С. Мисаковим ті ін.

В умовах глобалізації світової економіки конкуренція диктує нові вимоги і стандарти господарювання учасникам ринку для отримання вигідних позицій. Конкуренція створює поняття конкурентоспроможності, від рівня якого й залежатиме успіх підприємства. Конкурентоспроможність промислового підприємства являє собою сукупність взаємопов'язаних елементів спрямованою на забезпечення його сильних конкурентних позицій, підтримання і розвиток існуючих та створення нових конкурентних переваг. Це вимагає забезпечення високого рівня конкурентоспроможності підприємства, дослідження його специфіки та динаміки.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження теоретичних основ і формування показників і методів оцінки конкурентоспроможності підприємства в сучасних умовах.

Об'єкт дослідження - підвищення конкурентоспроможності підприємства. Предмет дослідження - основні напрями підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Результати. Існує велика кількість методів аналізу конкурентних переваг, а саме: модель Бостонської консультативної групи (БКГ); модель М. Портера; метод «Мак-Кінзі»; модель Shell/DPM; метод LOTS; метод PIMS; ситуаційний аналіз (SWOT-аналіз); метод експертного оцінювання; модель Хофера/Шенделя; фінансово-економічний метод; метод картування стратегічних груп. Наведені методи оцінки конкурентних переваг підприємства на цільовому ринку доречно умовно розділити на три групи залежно від показників і змінних, використовуваних при аналізі:

1) методи, що характеризують ринкові позиції підприємства: модель БКГ, модель М. Портера, метод «Мак-Кінзі», модель Shell/DPM, метод PIMS, модель Хофера/Шенделя;

2) методи, що характеризують рівень менеджменту підприємства: метод LOTS, метод GAP, ситуаційний аналіз, метод експертного оцінювання, метод картування стратегічних груп;

3) методи, що характеризують фінансово-економічну діяльність підприємства: фінансово-економічний метод, метод маргінального аналізу.

Запропоновані оцінки можуть бути проранжовані для визначення конкурентних позицій підприємства.

На даному етапі розвитку економіки актуальним є завоювання й утримання конкурентних переваг. Саме це є ключовим фактором успіху підприємства в конкурентній боротьбі. Виробники постійно повинні

відслідковувати зміну попиту, вартості сировинних ресурсів, вони повинні використовувати новітні підходи у сфері стратегічного маркетингу для підвищення рентабельності активів.

Конкурентоспроможність підприємства - це його комплексна порівняльна характеристика, яка відбиває ступінь переваг над підприємствами - конкурентами по сукупності певних показників діяльності на певних ринках, за певний проміжок часу. Отже, конкурентоспроможність можна оцінювати шляхом порівняння конкурентних позицій кількох підприємств на певному ринку. При порівнянні слід враховувати технології, потенційні можливості обладнання, рівень персоналу, системи управління, рівень інновацій, стан комунікацій, маркетингову політику, експортно-імпорتنі можливості.

Найважливішою характеристикою конкурентоспроможності підприємства, є конкурентоспроможність продукції. На неї впливають різноманітні фактори, такі як: рівень маркетингу, рівень менеджменту, організаційно-технічний рівень виробничих процесів, фінансово-економічний рівень та рівень персоналу.

Для кожної галузі є свої специфічні вимоги до комбінації наведених факторів. Саме ці фактори можуть стати ключовими у конкурентній боротьбі.

Висока конкурентоспроможність означає, що всі ресурси підприємства використовуються продуктивно, що воно являється більш прибутковим, ніж його головні конкуренти. Для підтримання високої конкурентоспроможності підприємству необхідно постійно вдосконалювати товарну політику, впроваджувати нові технології, проводити диверсифікацію виробництва, модернізацію форм збуту продукції, виходити на нові ринки, створювати спільні виробництва. Усі зміни, які провадяться на підприємстві з приводу покращення конкурентоспроможності повинні відповідати загальній стратегії підприємства та життєвому циклу товару.

Фактори, що впливають на конкурентоспроможність можна розподілити на дві великі групи: зовнішні та внутрішні.

Зовнішні фактори – це ті, на які підприємство впливати не може і в своїй політиці повинно сприймати їх як дещо незмінне. До них відносяться: діяльність державних владних структур, господарська кон'юнктура, розвиток нових технологій, параметри попиту.

До внутрішніх факторів можна віднести: діяльність керівництва та апарату управління підприємства, систему технологічного оснащення, сировину, матеріали і напівфабрикати, збут продукції, його об'єм та витрати реалізації. Саме останній фактор суттєво впливає на підвищення конкурентоспроможності підприємства. Завдяки йому можна досягти непоганих результатів в виробництві, випускаючи продукцію вищої якості і відносно невисокої собівартості.

Для досягнення позитивного ефекту підприємству необхідно максимізувати внутрішні можливості. Прагнучи до гнучкого використання своїх внутрішніх можливостей, підприємство повинно забезпечити собі технологічну та економічну ефективність не нижче галузевої. Іншими словами, воно повинно знайти спосіб оптимального поєднання бажаної технологічної та економічної ефективності, щоб забезпечити найкращі технологічні та економічні умови пропозиції.

Графічні методи – це методи, що базуються на побудові багатокутника конкурентоспроможності. Побудуємо багатокутник на прикладі підприємств зернопереробної галузі. Будуючи багатокутник конкурентоспроможності, на осях відображають показники діяльності досліджуваного підприємства (таблиця 1) (кількість осей відповідає кількості показників). Значення на осях розміщені рівномірно, за зростанням від центру. Лінія, що з'єднує усі визначені точки, утворює багатокутник конкурентоспроможності.

Таблиця 1

Оцінка діяльності підприємства

Показник	Оцінка в балах			
	ТОВ «Альтера»	АЧФ «Ранок»	ДП «Новоукраїнський КХП»	ДП «Украгротрейд»
Якість продукції	5	4	5	4
Ціна	4	3	4	5
Імідж компанії	5	4	5	3
Фінансовий стан	4	4	3	4
Організація збуту	5	5	4	4
Реклама	5	5	3	3
Сучасні технології	4	5	5	4
Асортимент	5	5	4	3
Середній бал	4,6	4,3	4,1	3,75

На їх основі сформуємо багатокутник конкурентоспроможності підприємства (рис. 1). Якщо підійти однаково до оцінки конкурентних можливостей ряду фірм, накладаючи схеми один на одного, то можна побачити слабкі і сильні сторони одного підприємства по відношенню до іншого (на рис. 1).

Аналіз відібраних нами факторів може дозволити, з одного боку, уникнути найбільш гострих форм конкуренції, а з іншого - використовувати свої переваги і слабкості конкурента.

Висновки. В умовах становлення і розвитку ринкових відносин перед кожним підприємством постає проблема оцінки своєї конкурентоспроможності з

тим, щоб посилити конкурентну позицію та відповідно запропонувати ефективні напрями її підвищення. Оцінка конкурентоспроможності є вихідним етапом для розробки стратегічних альтернатив щодо підвищення конкурентних позицій підприємства.

Сьогодні для успішного функціонування промислового підприємства на ринку оцінка його

конкурентоспроможності є об'єктивною необхідністю. Як процес виявлення сильних і слабких місць підприємства вона дає можливість максимального удосконалення його діяльності та виявлення його прихованих потенційних можливостей.

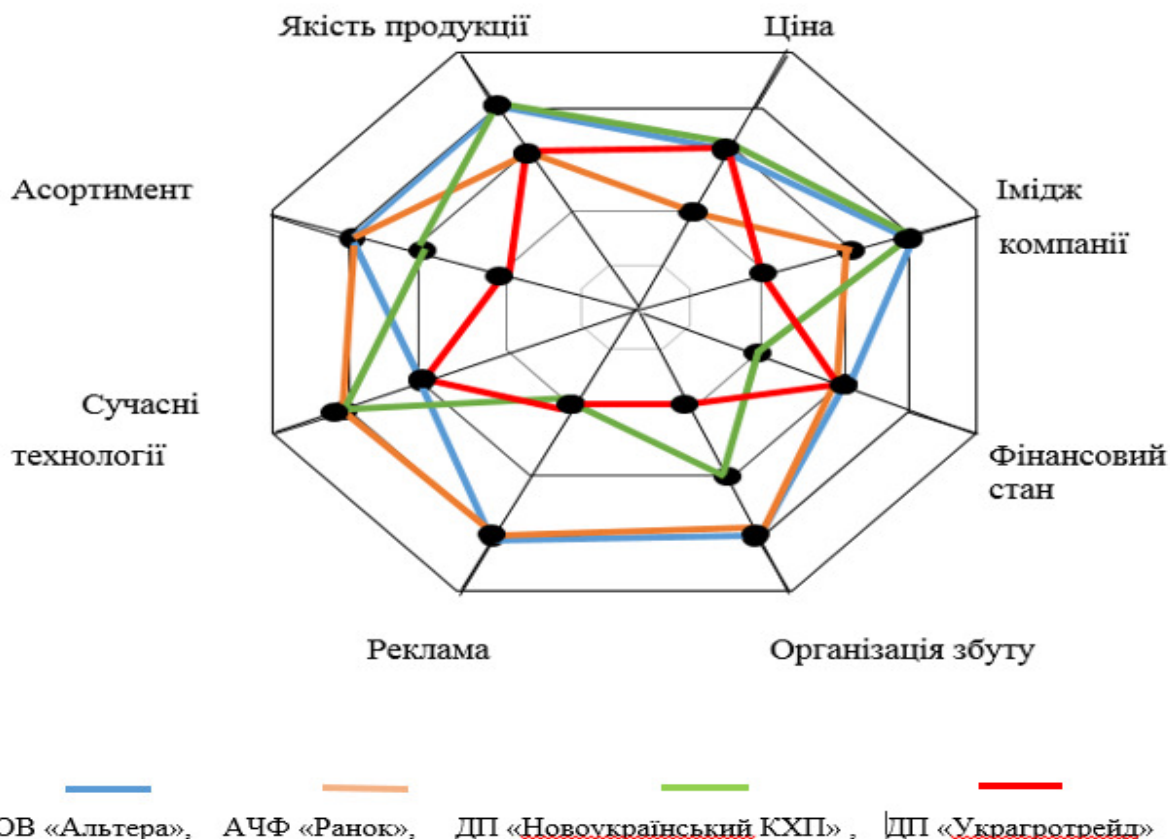


Рис. 1. Багатокутник конкурентоспроможності ПАТ «Новоукраїнський КХП» та його основних конкурентів

Література

1. Веллінгтон Дж. Конкурентоспроможність транснаціональних корпорацій : Монографія. / Дж. Веллінгтон. – К. : Бліц-Інформ, 2009. – 455 с.
2. Джонсон Р.А. Комплексне управління конкурентоспроможністю американських виробників : навч. посібник / Р.А. Джонсон. – К. : Бліц-Інформ, 2008. – 347 с.
3. Довбуш Р.А. Управління конкурентоспроможністю підприємств : підручник / Р.А. Довбуш, А.Л. Зозуля – Х. : Основа, 2011. – 234 с.
4. Савчук В.І. Системи управління конкурентоспроможністю : підручник / В.І. Савчук, Д.А. Корж. – Х.: Основа, 2008. – 547 с.
5. Методи управління конкурентоспроможністю японських виробників : Монографія. Такамацу К.– К. : Бліц – Інформ, 2009. – 123 с.
6. Кузьмін О.Є. Основи менеджменту: підручник. / О.Є. Кузьмін., О.Г. Мельник – К. : Академвидав, 2010. – 655 с.

