

УДК 338.43

EFFECT OF THE COMPETITIVENESS TO BUSINESS POTENTIAL FORMATION

V. Volosova, O. Pietukhova

National University of Food Technologies

Key words:

Competitiveness
Competition level
Business potential
Economic situation

Article history:

Received 24.09.2014
Received in revised form
23.10.2014
Accepted 04.11.2014

Corresponding author:

O. Pietukhova
E-mail:
npnuht@ukr.net

ABSTRACT

Competitiveness as an integral indicator is considered in the article. The indicator of competitiveness, which determines the level of economic status and potential of the enterprise, is reflected. The basic parameters in terms of a systematic approach to assess the competitiveness of enterprises are determined.

ВПЛИВ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ НА ФОРМУВАННЯ ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

В.О. Волосова, О.М. Петухова

Національний університет харчових технологій

У статті розглянуто конкурентоспроможність як інтегральний показник і показник конкурентоспроможності, що визначає рівень економічного стану та потенціал підприємства. Визначено основні параметри оцінки конкурентоспроможності підприємства з точки зору системного підходу.

Ключові слова: *конкурентоспроможність, рівень конкуренції, потенціал підприємства, економічний стан.*

Постановка проблеми. В сучасних умовах конкурентоспроможність є однією з найважливіших інтегральних характеристик, які використовуються для аналізу економіки України в цілому, її окремих галузей і товаровиробників зокрема. Процес інтеграції України у світове економічне співтовариство повинен будуватися на спеціалізації української економіки з виявленням і нарощуванням унікальних конкурентних переваг галузевого рівня.

Необхідність адаптації підприємства до зовнішніх умов, посилення конкурентної боротьби, з одного боку, висока швидкість старіння ринкової інформації — з іншого, визначають необхідність формування нових наукових

підходів до виміру й оцінки конкурентоспроможності підприємства, повного використання потенціалів підприємства, зокрема конкурентного.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання теорії і практики конкурентоспроможності підприємств досліджувались такими зарубіжними економістами, як Дж. Кейнс, М. Портер, К. Сімпсон, Ф. Котлер. Вагомого наукового і практичного значення з питань підвищення конкурентоспроможності продукції набули праці вітчизняних вчених (В.Г. Андрійчука, В.І. Бойка, С.В. Бородіна, В.Н. Гончарова, С.І. Дем'яненко, П.Т. Саблука, С.С. Гаркавенка, О.Д. Гудзинського та ін.). Незважаючи на різні підходи до визначення поняття конкурентоспроможності, відмічається порівняльний і часовий (динамічний) його характер. Це означає, що конкурентоспроможність не є параметром, який характеризує конкретний об'єкт, вона проявляється тільки за умов порівняння даного об'єкта з іншими. Результатом такого порівняння є визначення рівня конкурентоспроможності.

Постановка завдання. З'ясування ступеня впливу показника конкурентоспроможності на процес формування конкурентного потенціалу підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. В умовах ринкової економіки особливо важливого значення набуває конкуренція серед виробників. Цілком закономірно, що в таких умовах зростає вимога до формування високого рівня конкурентоспроможності виробничих підприємств та окремих видів продукції. Конкурентоспроможність є одним із суттєвих показників стану підприємства, який визначає перспективи його розвитку, можливість досягнення стратегічних цілей і завдань. Показники досягнутого конкурентоспроможного стану продукції мають поєднувати в собі інформацію про чинники, які забезпечують завоювання й утримання конкурентних ринкових позицій підприємств [1, с. 33].

Деякі науковці не розмежовують поняття конкурентоспроможності підприємства та продукції, вважаючи їх тотожними. Із цим важко погодитись, оскільки найчастіше підприємство виробляє не один вид продукції, і кожний товар має свій рівень конкурентоспроможності. Конкурентоспроможність продукції — це характеристика продукції, яка відображає її відмінність від товару-конкурента як за ступенем відповідності певній суспільній потребі, так і за витратами на її задоволення [2, с. 143].

З іншого боку, конкурентоспроможність продукції включає сукупність якісних і вартісних характеристик товару, які забезпечують задоволення конкретної потреби споживача [3, с. 86].

Цілком закономірно, що конкурентоспроможність продукції значною мірою пов'язана з якісними характеристиками продукції та витратами на її виробництво. Але визначити рівень конкурентоспроможності продукції за цими параметрами можна лише у разі виходу виробників продукції на ринок та їх порівняння з продукцією інших виробників за відповідними характеристиками. Визначення змісту поняття конкурентоспроможності можливе лише за умови наявності конкуренції, рівень якої може істотно відрізнятися як на окремих ринках (на внутрішньому, на ринку окремої країни), так і в різні періоди часу на одному й тому ж ринку [3, с. 140].

Конкурентоспроможність — це багатогранне поняття, яке може мати визначення і кількісні критерії виміру. Цей інтегральний показник віддзеркалює майже всі сторони діяльності підприємства, характеризує потенціал розвитку, виробничу та фінансову стійкість, визначає місце підприємства на ринку. Характеристику поняття конкурентоспроможності найбільш ёмко мають відображати такі показники, в основу яких покладено затрати виробництва і збуту, ступінь насичення ринку даною продукцією, якісні та споживчі властивості продукції, рівень покувної платоспроможності споживачів [4, с. 105].

Конкурентоспроможність вітчизняних товаровиробників на світовому та внутрішньому ринку знаходиться на доволі низькому рівні через недостатню матеріально-технічну забезпеченість, невисоку кваліфікацію трудових ресурсів, використання застарілих витратних технологій, неврегульованість кредитного механізму. Серед комплексу актуальних проблем розвитку вітчизняної економіки вагоме місце займає висвітлення результатів вивчення можливостей дальшого розвитку підприємств на основі аналізу й оцінок їхнього потенціалу, сукупність яких визначає загальний економічний стан цих підприємств. Проте ця сукупність включає велику кількість характеристик, тому формування однозначної оцінки економічного стану підприємства є досить проблематичною. Серед комплексу питань, які стосуються вирішення проблеми оцінки економічного стану підприємства, на особливу увагу заслуговує дослідження сутності поняття економічного стану підприємства та рівня конкурентоспроможності цього підприємства на ринку відповідної продукції [5, с. 42].

Очевидно, що для виявлення місця конкурентоспроможності підприємства серед інших характеристик його економічного стану доцільно визначити сутність кожної із цих характеристик. Результати аналізу проблеми дають підстави вважати, що на вищому щаблі загальної піраміди цих характеристик доцільно проаналізувати такі з них, як сама конкурентоспроможність підприємства, ефективність його функціонування, економічна (чи фінансово-економічна) стійкість і загальний економічний стан підприємства.

Згідно з функціональним підходом до дослідження конкурентоспроможності підприємств, її рівень залежить від організації роботи всіх підрозділів і служб, а результативність діяльності останніх визначається ефективністю використання ресурсів підприємства, тобто конкурентоспроможність підприємства є функцією всіх його внутрішніх ресурсів. Забезпечення конкурентоспроможності підприємства залежить від багатьох факторів зовнішнього й внутрішнього характеру, що зумовлює необхідність використання системного підходу в дослідженні їх впливу.

Рівень внутрішньої фінансово-економічної стійкості підприємства значною мірою визначає його економічний стан і є комплексною характеристикою підприємства на певний момент часу, яка відображає його здатність здійснювати виробничий процес та його фінансове забезпечення як цілісного структурного організаційно-господарського утворення. Міцний економічний стан підприємства є однією з можливих конкурентних переваг і потужних запорук його конкурентоспроможності, ефективність використання яких особливо висока в умовах загальної економічної кризи. Рівень конкуренто-

спроможності підприємства визначається співвідношенням рівня міцності його економічного стану («запасу міцності») з потужністю впливу зміни зовнішніх умов його функціонування [6, с. 77—78].

Конкурентоспроможність підприємства є категорією, яка відображає його здатність утримувати свою позицію на ринку відповідної продукції, забезпечуючи таким чином можливості здійснення ефективного виробничого процесу даної продукції, рівень ефективності якого одночасно сприяє формуванню необхідного рівня конкурентоспроможності підприємства.

У процесі обґрунтування оцінки конкурентоспроможності продукції конкретного підприємства слід враховувати відносний характер цього поняття: конкурентоспроможність продукції можна визначити тільки за допомогою порівняння з продукцією-аналогом; кожний покупець має свій критерій оцінки певної продукції, який узгоджений із конкретним ринком і певним часом продажу.

Нині існує велика кількість методик оцінки конкурентоспроможності підприємства, що вимагають відповідних витрат, досвіду і професіоналізму персоналу. Проте в літературних джерелах можна знайти набагато менше методик оцінювання рівня конкурентоспроможності саме продукції підприємства. Ці поняття, звичайно, тісно зв'язані між собою, проте не є ідентичними, оскільки конкурентоспроможність продукції і є базовим об'єктом цієї характеристики, кількісне значення якої вирішальною мірою формує конкурентоспроможність наступних рівнів.

Усі параметри, що визначають рівень конкурентоспроможності продукції, можна розділити на три групи: нормативні, технічні, економічні.

Нормативні параметри відповідають чинним у країні нормам, стандартам і законодавству. Технічні параметри конкурентоспроможності включають кілька груп: класифікаційні; функціональні; показники технологічності, надійності, довговічності; ергономічні; естетичні; екологічні; показники безпеки. Економічні параметри визначаються саме ціною споживання даної продукції, що включає ціну товару й витрати, пов'язані з його експлуатацією [7, с. 53—55].

В умовах мінливого ринкового середовища визначення показника оцінки конкурентоспроможності є проблематичним, оскільки основні параметри підлягають постійній зміні. Основне завдання полягає в аналізі основних підходів до оцінки як одиничних, так і інтегральних параметрів рівня конкурентоспроможності.

Аналіз конкурентоспроможності доцільно починати з вибору досліджуваних підприємств, які виробляють аналогічну продукцію і мають єдиний ринок функціонування. Аналіз необхідно проводити на єдиній інформаційній базі, яка достатньою мірою характеризувала б діяльність суб'єкта господарювання. До переліку необхідно включати як показники, що характеризують виробничу і фінансову діяльність підприємства, так і показники, які характеризують ринковий стан даних суб'єктів.

Якість — один із найбільш значущих інструментів, який використовується для позиціонування товару на ринку. Рівень якості повинен забезпечувати позицію товару на цільовому ринку. При цьому якість товару ототожнюється зі спроможністю товару виконувати свої функції. З точки зору маркетингу,

якість повинна вимірюватися в термінах купівельного сприйняття, тобто підприємства повинні вибирати рівень якості, який відповідає потребам цільового ринку і рівням якості конкуруючих товарів. Якість товару з точки зору покупця — це міра відповідності всієї сукупності характеристик і властивостей товару сукупності потреб і очікувань покупця, це здатність задовольняти потреби в процесі використання товарів. Даний показник змінюється під впливом появи інших вимог, що пред'являються до продукції. Якість продукції оцінюється через сукупність її властивостей, кількісною характеристикою яких виступають параметри якості. Отже, класифікація показників якості повинна бути продовженням і розвитком класифікації властивостей продукції.

Перед складанням класифікації властивостей продукції необхідно здійснити її диференціацію з метою встановлення найбільш суттєвих класифікаційних ознак. Зокрема, властивість можна диференціювати залежно від того, в якій сфері вона проявляється (транспортбельність, здатність до зберігання), за стадіями життєвого циклу тощо.

Ще одна група показників конкурентоспроможності продукції — сумарні витрати споживача, які складаються з ціни виробу і витрат на придбання й експлуатацію виробу в період усього терміну його використання [8].

Отже, системний підхід до визначення конкурентоспроможності, який надає можливість оцінити позицію підприємства на ринку, економічні показники його діяльності з урахуванням специфіки роботи в тій чи іншій сфері економіки робить оцінку рівня їх конкурентоспроможності повнішою й достовірнішою.

Конкурентоспроможність продукції — поняття відносне, особливо в динаміці. Воно залежить від конкретних умов, що складаються на тому або іншому ринку (стан ринку, його доступність, вид продукції, умови продажу і платежу).

Разом з тим, конкурентоспроможність — поняття комплексне, що передбачає декілька рівнів конкурентної переваги. Щоб забезпечити гідне (лідуюче) становище підприємства на ринку, важливим стратегічним завданням випередження конкурентів у розробці та освоєнні нових видів продукції, технології, дизайну, рівня витрат виробництва, цін, нововведень у системі розподілу і збуту. Таким чином досягається відразу декілька параметрів конкурентної переваги. Підхід до визначення конкурентоспроможності, який дає змогу оцінити і позицію підприємства на ринку, і економічні показники його діяльності з урахуванням галузевої специфіки, робить оцінку рівня конкурентоспроможності підприємницьких структур повнішою й достовірнішою.

Оцінка конкурентоспроможності конкретного підприємства передбачає визначення кола підприємств-конкурентів, формування системи оціночних показників, обробку інформації й одержання узагальнюючої оцінки конкурентоспроможності, яка є поняттям відносним, тому її можна виявити тільки серед груп підприємств, які належать до однієї галузі або випускають товари-замінники.

Формування системи оціночних показників включає перелік основних критеріїв і показників конкурентоспроможності підприємства. Одним із

варіантів визначення рівня конкурентоспроможності підприємства є використання показника конкурентного статусу фірми.

Згідно з теорією ефективної конкуренції, найбільш конкурентоспроможними є підприємства, де найкраще організована робота всіх підрозділів і служб. На ефективність діяльності кожної служби впливає низка факторів, серед яких ресурси фірми. Оцінка ефективності роботи кожного підрозділу передбачає оцінку ефективності використання цих ресурсів. В основі методу лежить оцінка чотирьох групових показників або критеріїв конкурентоспроможності.

У першу групу об'єднані показники, які характеризують ефективність управління виробничим процесом: економічність виробничих витрат, раціональність експлуатації основних фондів, досконалість технології виготовлення товару, організація праці на виробництві.

У другу групу об'єднані показники, які відображають ефективність управління обіговими коштами: незалежність підприємства від зовнішніх джерел фінансування; здатність його розплачуватися за своїми боргами, можливість стабільного розвитку організації в майбутньому.

До третьої групи належать показники, які формують уявлення про ефективність управління, збутом і просуванням товару на ринку за допомогою реклами й стимулювання.

У четверту групу входять показники, що характеризують якість товару та його ціну [9, с. 56].

Така оцінка конкурентоспроможності охоплює всі найважливіші складові господарської діяльності підприємства, виключає дублювання окремих показників, сприяє швидкому й ефективному одержанню даних про фактичний стан підприємства на галузевому ринку.

Висновки

Важливою ознакою забезпечення конкурентоспроможності продукції є використання виявлених в процесі аналізу чинників, що дозволяють ефективно вести конкурентну боротьбу. Це, у свою чергу, вказує на необхідність формування та використання конкурентного потенціалу підприємства. Як характеристика конкурентний потенціал дозволяє підприємству отримувати прибуток, достатній для відтворення елементів виробництва, удосконалення процесу виробництва, підтримки та поліпшення якості продукції, стимулювання виробництва в умовах постійних змін конкурентного середовища.

Література

1. Мізюк Б.М. Особливості стратегічного управління підприємством / Б.М. Мізюк // Фінанси України. — 2002. — № 12. — С. 31—36.
2. *Маркетинг: основи теорії та практики: навч. посібник* / За ред. В.В. Липчука. — Львів: «Новий Світ-2000», 2003. — 288 с.
3. *Должанський І.З.* Конкурентоспроможність підприємства: навч. посібник / І.З. Должанський, Т.О. Загорна. — К.: ЦНЛ, 2006. — 384 с.
4. *Герчанівська С.* До питання управління конкурентоспроможністю підприємства / С. Герчанівська, Т. Рапіцький // Галицький економічний вісник. — 2011. — № 3 (32). — С.103—107.

5. Сутуріна С. Визначення місця стратегічного потенціалу в управлінні підприємством / С. Сутуріна // Економіст. — 2007. — № 2. — С. 42—76.

6. Микитенко В.В. Діагностика стратегічного потенціалу підприємства / В.В. Микитенко, І.А. Ігнат'єва // Вісник економічної науки України. — 2005. — № 2. — С. 75—82.

7. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення: монографія / за заг. ред. О.Г. Янкового. — Одеса: Атлант, 2013. — 470 с.

8. Стратегічний маркетинг як фактор підвищення конкурентоспроможності підприємства. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.zn.kiev.ua>.

9. Дикань В.Л. Стратегічне управління конкурентоспроможністю як чинник інноваційного розвитку підприємства / В.Л. Дикань // Маркетинг: теорія і практика. — Луганськ, 2010. — № 16. — С. 55—58.

ВЛИЯНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ НА ФОРМИРОВАНИЕ ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ

В.О. Волосова, О.М. Петухова

Национальный университет пищевых технологий

В статье рассмотрена конкурентоспособность как интегральный показатель и показатель конкурентоспособности, который определяет уровень экономического состояния и потенциал предприятия. Определены основные параметры оценки конкурентоспособности предприятия с точки зрения системного подхода.

Ключевые слова: конкурентоспособность, уровень конкуренции, потенциал предприятия, экономическое состояние.