

Олійник О. С., кандидат економічних наук, старший викладач кафедри економіки підприємства, Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка, м. Кам'янець-Подільський, Україна

e-mail: o.s.chernuk@gmail.com

Тенденції конкурентоспроможності підприємства

У статті розкривається сутність поняття «конкурентоспроможність» як підприємства так і продукції. Звернена увага на принципи та методи оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства. Вказано, що рівень конкурентоспроможності підприємств в остаточному підсумку визначає рівень конкурентоспроможності економіки держави, оскільки безпосередньо бере участь у конкурентній боротьбі на внутрішніх і зовнішніх ринках. В умовах спаду виробництва проблема підвищення рівня конкурентоспроможності фірми стає особливо актуальною. Досліджено рівень конкурентоспроможності підприємства в динаміці та зроблені відповідні висновки та пропозиції. Результати оцінки конкурентоспроможності підприємства на основі розрахунку показників методом інтегральної оцінки показали, що конкурентоспроможність підприємства знаходиться на середньому рівні завдяки зменшенню показників фінансового стану підприємства та маркетингової діяльності. Вказано, що управління конкурентоспроможністю підприємства являє собою певний аспект менеджменту підприємства, спрямованого на формування, розвиток та реалізацію конкурентних переваг та забезпечення життєздатності підприємства як суб'єкта економічної конкуренції.

Ключові слова: конкурентоспроможність; конкурентоспроможність підприємства; рівень конкурентоспроможності підприємства; оцінка конкурентоспроможності підприємства; показники.

Oliinyk O., Candidate of Sciences (Economics), Senior Lecturer of the Department of Enterprise Economics, Ivan Ogiienko Kamyanyets-Podilskyi National University, Kamyanyets-Podilskyi, Ukraine

Tendencies of enterprise competitiveness

Introduction. One of major directions of features studying of enterprise economic activity, namely in the conditions of economic integration is an analysis of enterprise competitiveness. In the modern conditions a competition is the determinative of pricing, stimulus of integrative processes. It assists forcing out of ineffective enterprises production, rational use of resources, prevents the dictate of producers-monopolists in the relation to a consumer.

Purpose. The necessity of research of competitiveness of enterprise grows in the forming process of market relations creation of competition environment, one can't do without it. In this connection a problem of strategic and tactical management to survive in market conditions appears for some organization. Decision of competitiveness problem is closely constrained with the problem of the productivity, efficiency of economic activity. It is conditioned by the increase of efficiency for enterprises competitiveness, that became the primary objective of the article.

Results. Results of competitiveness estimation of enterprise on the basis of indexes calculation showed the method of integral estimation, that a enterprise competitiveness was at medium level due to reduction of indexes of the financial state of enterprise and marketing activity.

Such results demonstrate, that it is necessary to spare an enterprise attention to such directions of competitiveness increase, as: expansion of products assortment; activation of advertisement activity in mass media; stimulation of sales is due to realization of marketing events. A timely exposure of strengths and weaknesses of enterprise drags a methodology as an important factor of increase of enterprises competitiveness.

Conclusions. Summarizing the problems of competitiveness in the period of economic integration, some solutions in relation to their overcoming and increase of enterprise competitiveness are offered.

Keywords. Competitiveness, enterprise competitiveness, level of enterprise competitiveness, estimation of enterprise competitiveness, indexes.

JEL Classification: L 60.

Постановка проблеми. Одним з найважливіших напрямків вивчення особливостей господарської діяльності підприємства, особливо в умовах економічної інтеграції, є аналіз конкурентоспроможності підприємства. У сучасних умовах конкуренція є визначальним фактором впорядкування цін, стимулом інтеграційних процесів. Вона сприяє

витісненню з виробництва неефективних підприємств, раціональному використанню ресурсів, запобігає диктату виробників-монополістів щодо споживача.

Аналіз основних досліджень. Питання конкурентоспроможності підприємства розглядалися різними вченими, зокрема: О. Блажевич, А. Воронов, Н. Гонча-

рова, Л. Романова, О. Смірнов, Р. Фатхутдинов, С. Хамініч, Т. Харченко, Л. Шваб та інші.

Формулювання цілей дослідження. Необхідність дослідження конкурентоздатності підприємства зростає в процесі формування ринкових відносин і створення конкурентного середовища, без якого говорити про конкурентоздатність взагалі немає сенсу. У зв'язку з цим перед будь якою організацією постає проблема стратегічного й тактичного управління розвитком здатності підприємства виживати в ринкових умовах. Це обумовлено тим, що саме зростання ефективності є запорукою конкурентоспроможності підприємств, що у свою чергу стало головною метою статті.

Виклад основного матеріалу дослідження. Поняття «конкурентоспроможності» у вітчизняній літературі набуло широкого вжитку відносно недавно. Аналіз чисельних публікацій дозволяє виділити принаймні три підходи до визначення конкурентоспроможності підприємства.

У межах першого з них спостерігається ототожнення «конкурентоспроможності підприємства» з «конкурентоспроможністю продукції». Прикладом слугує визначення конкурентоспроможності як реальної та потенційної можливості підприємств в наявних для них умовах проектувати, виготовляти та збувати товари, які за ціновими та неціновими характеристиками більш привабливі для споживача, ніж товари конкурентів. Аналогічних поглядів дотримується дослідницька організація «European Management Forum» [1]. Її співробітники під конкурентоспроможністю фірми розуміють реальну і потенційну спроможність компаній, а також наявні у них для цього здатності виготовляти й збувати (в тих умовах, у яких їм доводиться діяти) товари, що за ціновими та неціновими характеристиками у комплексі більш привабливі для споживачів, ніж товари їх конкурентів. Комісія з промислової конкурентоспроможності при президентіві Сполучених Штатів Америки дещо уточнює таке бачення і визначають «конкурентоспроможність» як сукупність можливостей об'єкта конкуренції за умов вільного і конкурентного ринку виготовляти товари і послуги, що відповідають вимогам ринку при одночасному збереженні або підвищенні своїх реальних доходів [2]. Другий підхід сповідують автори, визначення яких ґрунтуються на порівняльній характеристиці підприємства з найближчими конкурентами. Так, Л. Шваб зазначає, що конкурентоспроможність розкриває властивість об'єкта задовольняти певну конкретну потребу в порівнянні з аналогічними об'єктами даного ринку [9]. На думку С. Хамінічі, конкурентоспроможність є здатністю суб'єкта (підприємства, фірми, галузі, держави) господарювати ефективніше ніж інші у конкретному середовищі: сегменті ринку, галузі, національному або світовому ринку [7]. Конкурентоспроможність підприємства є

результатом його конкурентних переваг по всьому спектру проблем управління підприємством. З цієї точки зору конкурентоспроможність підприємства визначають як узагальнюючу оцінку його конкурентних переваг у питаннях формування ресурсного потенціалу, якості задоволення споживчого попиту та досягнутої завдяки цьому ефективності функціонування господарчої системи на момент чи протягом періоду оцінювання. Відповідно до цієї дефініції, конкурентоспроможність підприємства характеризується комплексом показників, які визначають становище останнього на відповідному ринку (національному або світовому).

Саме таке бачення здається нам кращим, оскільки, по-перше, воно якнайбільш відбиває стан сучасного розвитку економічної думки; по-друге, не обмежує кордони осмислення кількісного вимірювання позицій підприємств у порівнянні із фірмами, які протистоять їм у боротьбі за прихильність споживачів.

До основних конкурентних переваг більшість дослідників [4; 5; 6] відносять: ресурсні, технологічні, інноваційні, кадрові, культурні, іміджеві.

На нашу думку, розглядати конкурентоспроможність продукції й конкурентоспроможність підприємства як частину і ціле [3; 6; 8] не варто. Пояснення просте: сумнівно мати домінуюче на ринку підприємство без конкурентоспроможної продукції, але, водночас, сумнівно, щоб неефективне підприємство виготовляло популярну серед покупців продукцію. Отже, конкурентоспроможність продукції та конкурентоспроможність підприємства – це система, ефективно функціонування якої однаково залежить від обох складових.

Конкурентоспроможність підприємства можна охарактеризувати:

– як можливість тривалий час відстоювати власні домінуючі позиції в галузі завдяки наявності ефективної стратегії або здатність діяти в довгостроковому періоді на ринку та одержувати при цьому прибуток, достатній для науково-технічного вдосконалення виробництва, підтримки продукції на високому якісному рівні й стимулювання працівників;

– як властивість виробничо-економічних систем (підприємств) змінювати траєкторію руху або режим функціонування в процесі збереження і розвитку вже наявних або створення нових конкурентних переваг.

Аналіз економічної літератури свідчить про наявність різноманітних тлумачень конкурентоспроможності підприємства, але у вітчизняній практиці переважає думка про те, що конкурентоспроможність підприємства пов'язана винятково з його поточним положенням на ринку, а критерієм конкурентоспроможності виступають лише кількісні фактори, такі як відносна частка ринку, обсяги продажів, чистий прибуток, чиста поточна вартість тощо.

У закордонній практиці головними критеріями конкурентоспроможності підприємства вважаються

якісно-цінові: високий технічний рівень, новизна, науковість, низькі витрати. Крім того, конкурентоспроможність розглядається як здатність підприємства до розвитку, до збереження наявних і створення нових конкурентних переваг. У цьому випадку конкурентоспроможність розглядається не в статистиці, не в певний момент часу, а в динаміці, у перспективі. Тому підвищення ефективності управління якістю продукції й витратами, а отже, і управління конкурентоспроможністю на сучасному етапі економічного розвитку об'єктивно необхідно.

Політика держави в області конкуренції спрямована на те, щоб конкуренція могла виконувати свої функції. Керівний принцип «оптимальної інтенсивності конкуренції» як ціль політики у площині конкуренції передбачає, що: технічний прогрес швидко поширюється щодо виробництва (інновація під тиском конкуренції); підприємства гнучко адаптуються до зміни умов, наприклад, до потреб споживачів (адаптація під тиском конкуренції).

Рівень конкурентоспроможності підприємств в остаточному підсумку визначає рівень конкурентоспроможності економіки держави, оскільки безпосередньо бере участь у конкурентній боротьбі на внутрішніх і зовнішніх ринках. В умовах спаду виробництва проблема підвищення рівня конкурентоспроможності фірми стає особливо актуальною.

Рівень конкурентоспроможності підприємства можна визначати багатьма принципами й методами. Кожний з них має свої переваги та недоліки. Базовими принципами оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства є: комплексність, системність, об'єктивність, динамічність, безперервність, оптимальність.

Загальний порядок дослідження, оцінки та, в цілому, управління конкурентоспроможністю підприємства охоплює такі принципові етапи: виявлення чинників зовнішнього та внутрішнього середовища, що впливають на рівень конкурентоспроможності підприємства, та оцінка їх значущості; групування чинників, аналіз їх внутрішньогрупових та міжгрупових взаємозв'язків; оцінка впливу обраних для дослідження чинників (або груп чинників) на рівень конкурентоспроможності підприємства та кількісне визначення цього рівня; прогнозування змін включених у модель чинників внаслідок можливих змін умов зовнішнього та внутрішнього середовища; прогнозування рівня конкурентоспроможності підприємства; з'ясування шляхів та методів підвищення конкурентоспроможності; розробка комплексу заходів щодо підвищення конкурентоспроможності; оцінка прямих та опосередкованих витрат на реалізацію розроблених заходів; вибір критерію ефективності заходів з підвищення конкурентоспроможності підприємства; визначення ефективності розроблених заходів та вибір

оптимального комплексу регулюючих впливів; прийняття відповідних управлінських рішень.

Методи оцінки конкурентоспроможності підприємства бувають індикаторні, а саме: метод різниць, метод рангів, матричні, метод балів. За напрямками формування інформаційної бази методи розрізняють на критеріальні, експертні. За способом відображення кінцевих результатів – математичні, графічні.

Залежно від методу оцінки конкурентоспроможності може розраховуватися загальний показник конкурентоспроможності потенціалу підприємства або шляхом зіставлення з показниками підприємств-конкурентів надаватися пряма оцінка рівня конкурентоспроможності за кожним напрямком.

На нашу думку, найбільш обґрунтованим є використання методу інтегральної оцінки конкурентоспроможності на основі розрахунку таких груп показників: ефективності виробничої діяльності підприємства (витрати на виробництво одиниці продукції, фондівіддача, рентабельність товару, продуктивність праці); фінансового стану підприємства (коефіцієнт автономії, коефіцієнт платоспроможності, коефіцієнт абсолютної ліквідності, коефіцієнт оборотності оборотних коштів); ефективності організації збуту та просування товарів (рентабельність продажу, коефіцієнт затовареності готовою продукцією, коефіцієнт завантаження виробничих потужностей, коефіцієнт ефективності реклами й засобів стимулювання збуту); конкурентоспроможності товару (якість товару, ціна товару).

У зв'язку з тим, що кожний з цих показників має різний ступінь важливості для розрахунку коефіцієнта конкурентоспроможності підприємства, експертним шляхом були визначені коефіцієнти значущості критеріїв. Розрахунок критеріїв і коефіцієнта конкурентоспроможності підприємства проводиться за формулою середньозваженої арифметичної. Запропонований метод є досить простим у використанні, не потребує великого масиву вхідної інформації та допомагає виявити й показати сильні й слабкі сторони підприємства, а також охоплює всі найбільш важливі оцінки господарської діяльності підприємства; дозволяє швидко та об'єктивно отримати картину положення підприємства на галузевому ринку.

Розглянутий метод має явні переваги: він зручний для використання, охоплює основні напрями діяльності такої організації. Разом з тим в його основу закладена експертна оцінка показників вагомості кожного коефіцієнта, а така оцінка не може вважатися абсолютно перевіреною.

Своє дослідження ми проведемо на прикладі Кам'янець-Подільського електромеханічного заводу і для оцінки конкурентоспроможності розрахуємо ряд показників, узагальнимо їх у відповідні групи, визначимо загальний показник конкурентоспроможності (табл.1).

Таблиця 1 – Показники ефективності виробничої діяльності підприємства

Показник	Од. вим.	2015р.	2016р.	2017р.
Витрати на виробництво одиниці продукції	К	0,97	0,89	0,89
Фондовіддача	К	1,47	1,67	1,08
Рентабельність товару	%	2,8	12,8	11,6
Продуктивність праці	тис. грн	37,1	44,3	36,3
Коефіцієнт автономії	К	0,85	0,87	0,85
Коефіцієнт платоспроможності	К	5,96	6,64	5,74
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	К	0,50	0,60	0,27
Коефіцієнт оборотності оборотних коштів	К	0,72	0,69	0,45
Рентабельність продажів	%	17,88	-1,15	-7,76
Затовареність готовою продукцією	К	-0,42	-0,30	0,25
Завантаження виробничих потужностей	К	0,70	0,83	0,85
Коефіцієнт ефективності реклами і засобів стимулювання збуту	К	0	0	0
Коефіцієнт якості	К	0,99	0,99	0,99
Коефіцієнт цін	К	0,88	0,91	0,75
Коефіцієнт обслуговування	К	0,1	0,1	0,1

Джерело: [10]

Показники ефективності виробничої діяльності за період дослідження змінювались і відповідали наступним значенням: 2015 р. – 4,30; 2016 р. – 5,07; 2017 р. – 4,16. Показники фінансового стану діяльності за період дослідження були різними і мали такі значення: 2015 р. – 1,73; 2016 р. – 1,90; 2017 р. – 0,53. Відповідно до наших розрахунків загальний коефіцієнт конкурентоспроможності підприємства в досліджуваному періоді складає: 1,40 у 2015 р.; 1,56 у 2016 р.; 1,04 у 2017 році.

Результати оцінки конкурентоспроможності підприємства показали, що конкурентоспроможність підприємства знаходиться на середньому рівні завдяки зменшенню показників фінансового стану підприємства та маркетингової діяльності. Такі результати демонструють, що підприємству необхідно більше приділяти уваги таким напрямкам підвищення конкурентоспроможності, як: розширення асортименту продукції; активізація рекламної діяльності в засобах масової інформації; стимулювання продажів шляхом проведення маркетингових заходів.

Висновки. Підсумовуючи проблеми конкурентоспроможності в період економічної інтеграції, пропонуємо наступні рішення щодо їх подолання та збільшення конкурентоспроможності підприємства:

– ефективний контроль і постійне відновлення виробничої складової, застосування сучасної техніки й наявних технологій на виробництві, використання енерго- та ресурсозаощаджувальних технологій; збільшення витрат на НДДКР;

– управління вхідними та вихідними інформаційними потоками (про стан ринку, діяльність конкурентів, потреби і бажання споживачів) для більш ефективного прийняття рішень;

– впровадження ефективної політики ресурсного забезпечення;

– контроль фінансового стану підприємства, управління інвестиціями;

– ефективне управління трудовим потенціалом підприємства, вивчення психологічних факторів і їхнього впливу на діяльність співробітників;

– розробка довгострокових і короткострокових стратегій, планування й прогнозування діяльності, поліпшення системи управління підприємством.

Управління конкурентоспроможністю підприємства являє собою певний аспект менеджменту підприємства, спрямованого на формування, розвиток та реалізацію конкурентних переваг та забезпечення життєздатності підприємства як суб'єкта економічної конкуренції.

Отже, проведений аналітичний огляд методики оцінки конкурентоспроможності підприємства створює підґрунтя для висновку, що, по-перше, вона дозволяє визначити конкурентоспроможність підприємства лише на момент проведення дослідження; по-друге, результати не виявляють резервів підвищення конкурентного статусу оператора ринку; по-третє, зважаючи на специфіку ведення господарської діяльності підприємством, виникають сумніви щодо реальності їх практичного застосування.

Література:

1. Блажевич О. Г. Анализ конкурентоспособности в зарубежных странах [Электронный ресурс] / О. Г. Блажевич. – Режим доступа: <https://goo.gl/wPBrtE>.
2. Воронов А. Конкуренция в XXI // Маркетинг. – 2001. – № 5. – С. 16-24.
3. Гончарова Н. П. Концептуальные параметры конкурентоспособности национальной экономики / Н. П. Гончарова // Актуальні проблеми економіки. – 2006. – № 8 (62). – С. 43–54.
4. Романова Л. В. Людський фактор у маркетинговому управлінні як головна складова конкурентоспроможності підприємств і організацій : навч. посіб. / Л. В. Романова. – Академія праці і соціальних відносин Федерації профспілок України. Факультет підвищення кваліфікації профспілкових працівників. – К. : АПСВ, 2005. – 76 с.
5. Смірнов О. О. Інноваційна активність персоналу як джерело зростання конкурентних переваг підприємства / О. О. Смірнов // Актуальні проблеми економіки. – 2004. – № 11 (41). – С. 116-125.
6. Фатхутдинов Р. А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление / Р. А. Фатхутдинов. – М. : ИНФРА-М, 2000. – 351 с.
7. Хамініч С. Методика інтегральної оцінки рівня конкурентоспроможності промислового підприємства / С. Хамініч // Економіст. – 2006. – №10. – С. 59–61.
8. Харченко Т. Б. Забезпечення конкурентоспроможності підприємства як засіб ринкового реформування економіки / Т. Б. Харченко // Актуальні проблеми економіки. – 2003. – № 2 (20). – С. 70–75.
9. Шваб Л. І. Економіка підприємництва : навч. посіб. / Л.І. Шваб. – [2-е вид.]. – К. : Каравела, 2005. – 568 с.
10. Chi, H. Xia, H. Zhang, L. Zhang, Ch. and Tang, X. (2018). "Competitive and collaborative representation for classification", Pattern Recognition Letters. <https://doi.org/10.1016/j.patrec.2018.06.019>.

References:

1. Blazhevych, O. Gh. "Analysis of competitiveness in foreign countries", retrieved from: <https://goo.gl/wPBrtE> (Accessed 01 October 2018).
2. Voronov, A. (2001). "Competition in XXI", *Marketing*, vol. 5, pp. 16-24.
3. Ghoncharova, N. P. (2006). "Conceptual parameters of the competitiveness of the national economy", *Aktualjni problemy ekonomiky*, vol. 8 (62), pp. 43–54.
4. Romanova, L. V. (2005) *Ljudskij faktor u marketynghovomu upravlinni jak gholovna skladova konkurentospromozhnosti pidpryemstv i orghanizacij* [Human factor in marketing management as the main component of the competitiveness of enterprises and organizations], APSV, Kiev, Ukraine.
5. Smirnov, O. O. (2004). "Innovative activity of the personnel as a source of growth of competitive advantages of the enterprise", *Aktualjni problemy ekonomiky*, vol. 11 (41), pp. 116-125.
6. Fatkhutdynov, R. A. (2000). *Konkurentosposobnostj: ekonomyka, strateghyja, upravlenye* [Competitiveness: economy, strategy, management], YNFRA-M, Moscow, Russia.
7. Khaminich, S. (2006). "The method of integrated assessment of the level of competitiveness of an industrial enterprise", *Ekonomist*, vol. 10, pp. 59-61.
8. Kharchenko, T. B. (2003). "Ensuring the competitiveness of the company as a means of market reform of the economy", *Aktualjni problemy ekonomiky*, vol. 2 (20), pp.70–75.
9. Shvab, L. I. (2005). *Ekonomika pidpryjemnyctva* [Business Entrepreneurship], Karavela, Kiev, Ukraine.
10. Chi, H. Xia, H. Zhang, L. Zhang, Ch. and Tang, X. (2018). "Competitive and collaborative representation for classification", Pattern Recognition Letters. <https://doi.org/10.1016/j.patrec.2018.06.019> (Accessed 01 October 2018).

