

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

У статті розглянуто теоретичні аспекти конкурентоспроможності підприємства, проведено аналіз фінансового стану об'єкту дослідження та оцінка рівня і резервів щодо підвищення конкурентоспроможності установи. Також досліджено сутність поняття «конкурентоспроможність» та викладені основні шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємства в сучасних ринкових умовах. Надано економічне обґрунтування шляхів підвищення конкурентоспроможності. Наведено існуючі кількісні методи оцінки конкурентоспроможності та зроблено висновок щодо відсутності якісної оцінки. Наведені погляди відомих вчених на категорію "конкурентоспроможність"

Ключові слова: торговельне підприємство, конкурентоспроможність, маркетингова стратегія, попит, пропозиція, платоспроможність.

Магомедов Анвар

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

В статье рассмотрены теоретические аспекты конкурентоспособности предприятия, проведен анализ финансового состояния объекта исследования и оценка уровня и резервов по повышению конкурентоспособности учреждения. Также исследована сущность понятия «конкурентоспособность» и изложены основные пути повышения конкурентоспособности предприятия в современных рыночных условиях. Предоставлено экономическое обоснование путей повышения конкурентоспособности. Приведены существующие количественные методы оценки конкурентоспособности и сделан вывод об отсутствии качественной оценки.

Ключевые слова: торговое предприятие, конкурентоспособность, маркетинговая стратегия, спрос, предложение, платежеспособность. Приведены взгляды известных ученых на категорию "конкурентоспособность".

Magomedov Anvar

WAYS TO INCREASE THE COMPETITIVENESS OF THE ENTERPRISE

The theoretical aspects of enterprise competitiveness are considered in the paper; the analysis of the financial condition of the research object and the assessment of the level and reels for increasing the competitiveness of the institution are carried out. The essence of the concept of "competitiveness" is also explored and the main ways of increasing the competitiveness of the enterprise in the current market conditions are outlined. Economic justification of ways to increase competitiveness is given. Presents the existing quantitative methods for assessing competitiveness and concluded that no qualitative evaluation. The views of well-known scientists on the category "competitiveness" are given.

Key words: trade enterprise, competitiveness, marketing-strategy, demand, supply, solvency.

Постановка проблеми. В умовах трансформаційних процесів розвитку економіки України все більшого значення набуває проблема вибору методу оцінки конкурентоспроможності промислового підприємства. Значна увага вчених-економістів до даного питання зумовлена низкою причин.

Існуюче законодавство України надало економічним суб'єктам господарювання більше прав та свобод. Разом з тим, багато підприємств не змогли ефективно використати наявні у них кошти і налагодити прибуткову для себе діяльність через відсутність якісної, конкурентоспроможної продукції (послуг) та відсутність стратегічного мислення. Це питання є сьогодні одним з найскладніших. Досвід останніх років засвідчив, що не всі вітчизняні торгові підприємства придатні до ведення ефективної конкурентної боротьби. Навіть наявність конкурентоспроможної продукції, послуг не дозволяє багатьом з них реалізовувати ці

переваги внаслідок відсутності практики використання всього комплексу заходів. В такій ситуації для кожного підприємства стає необхідним аналіз конкурентоспроможності і розробка дієвих засобів щодо її підвищення. У зв'язку з цим дану роботу, присвячено розгляду кола питань, що торкаються конкурентоспроможності саме торгового підприємства можна вважати актуальною на сьогоднішній день.

При досить широкій вивченості теоретичних та практичних основ конкурентоспроможності, питання забезпечення конкурентоспроможності торгового підприємства не отримали поки ще належного висвітлення в наявній на сьогоднішній день літературі. В даній роботі проаналізована конкурентоспроможність реального підприємства, розроблені рекомендації по її підвищенню.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема конкурентоспроможності - складна і багатопланова. Найбільш істотний вклад в її розвиток внесли американські та західноєвропейські наукові центри, зокрема науково-дослідні групи М. Портера, І. Ансоффа (США), А. Гутмана (Канада), Дж. Данінга (Великобританія). І хоча праці А. Богданова, В. Глушкова, Д. Гвішіані, В. Афанасьєва, Г. Джавадова, Г. Попова, А. Бірмана і ряд інших відомих вчених.

В наукових публікаціях ряду вітчизняних і російських вчених і практиків доцільно відмітити – О. Амоші, В. Андріанова, С. Аптекаря, Б. Буркинського, І. Герчикової, Г. Губерної, О. Дерев'янка, С. Єрохіна, Ю. Іванова, А. Кредисова, І. Лукінова, Д. Лук'яненко, В. Мамутова, В. Оберемчука, Ю. Пахомова, В. Павленка, А. Старостіної, М. Чумаченка, Л. Червової, М. Якубовського, С. Ярошенка та ін.

Надзвичайна актуальність і особлива значущість проблеми, яка досліджується, відсутність системних розробок щодо її рішення стосовно стоматологічних підприємств, що надають послуги обумовили вибір теми роботи, її мету і задачі.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Визначенні шляхів підвищення конкурентоспроможності підприємства та їх економічне обґрунтування.

Мета статті складається у визначенні шляхів підвищення конкурентоспроможності підприємства та їх економічне обґрунтування.

Відповідно до мети у дипломній роботі були такі завдання:

1. Надати економічну сутність конкурентоспроможності підприємства.
2. Охарактеризувати методики оцінки конкурентоспроможності підприємства.
3. Сформулювати фактори які впливають на конкурентоспроможність підприємства
4. Надати загальну характеристику підприємства, що досліджується.
5. Провести оцінку фінансово-господарської діяльності ДП «Адідас-Україна»: проаналізувати платоспроможність та конкурентоспроможність підприємства.
6. Економічно обґрунтувати шляхи збільшення конкурентоспроможності підприємства за рахунок покращення ключових факторів які впливають на конкурентоспроможність

Виклад основного матеріалу дослідження. Конкуренція є необхідною умовою та характерною ознакою ринку. Адже якщо в основу функціонування економіки ринкового типу покладено панування приватної власності на засоби виробництва, що, в свою чергу, виступає запорукою свободи вибору для підприємців у їхній діяльності, то неодмінно виникає й конкуренція між ними.

Таблиця 1

Погляди вчених-економістів на категорію
«конкурентоспроможність»

Автор	Визначення конкурентоспроможності
Ожегов С.І.	Здатність витримувати конкуренцію, протистояти конкурентам.
Книш М.І.	Ступінь привабливості даного продукту, для здійснюючого реальну покупку споживача.
Грошев В.П.	Комплекс споживчих властивостей товару, що визначає його відмінність від інших аналогічних товарів по ступені й рівню задоволення потреб покупців і витратам на його купівлю й експлуатацію.
Кредісов А.И.	Характеристика товару, що відображає його відмінність від аналогічного конкурентного товару як по ступені відповідності конкретній потреби, так і по витратах на її задоволення.
В. Стівенсон	Конкурентоспроможність характеризує те, наскільки ефективно компанія задовольняє потреби клієнта порівняно з іншими компаніями, що пропонують подібний товар або послугу.

1	2
М.О. Ермолов	Конкурентоспроможність - це відносна характеристика, яка відображає відмінності у процесі розвитку певного виробника від виробника конкурента як по ступеню задоволення власними товарами, так й по ефективності виробничої діяльності.
Піддубний, І.О., Піддубна А.І.	Конкурентоспроможність – це потенціальна або реалізована здатність економічного суб'єкта до функціонування у релевантному зовнішньому середовищі, яка ґрунтується на конкурентних перевагах і відображає його позицію відносно конкурентів.
Райзберг Б.А.	Конкурентоспроможність – це реальна та потенційна можливість фірм у існуючих для них умовах проектувати, виготовляти та збувати товари, що за ціновими та неціновими характеристиками є більш привабливими для споживачів, ніж товари їх конкурентів.

Р. Хейс, С. Уїлрайт і Д. Кларк виділяють чотири основні рівні конкурентоспроможності підприємства:

Керівництво підприємств першого рівня розглядає організацію управління як щось внутрішньо нейтральне. Свою роль керівники підприємства бачать лише в тому, щоб випускати продукцію, не піклуючись ні про які сюрпризи для конкурентів і споживачів. Вони упевнені в конструкції і технічному рівні своєї продукції, організації збуту і ефективності реклами. Такий підхід приносить успіх, якщо підприємство зуміє знайти свою ринкову нішу, яка убереже його від негайної конкуренції. Але якщо підприємство переростає нішу, йому неминуче доведеться вступати в конкурентну боротьбу з іншими виробниками і піклуватися про створення конкурентних переваг.

Компанії другого рівня конкурентоспроможності прагнуть до того, щоб їх підприємства повністю відповідали стандартам, встановленим їх основними конкурентами, - технічним прийомам, технологіям, методам організації виробництва ведучих підприємств галузі. Вони слідуєть тим же принципам і підходам в управлінні якістю продукції і працею, але деяким компаніям використання

стереотипів не додає конкурентоспроможності, і в умовах загострення конкурентної боротьби вони від них починають відходити.

Компанії третього рівня конкурентоспроможності досягають успіху в конкурентній боротьбі, завдяки не стільки функції виробництва, скільки функції управління, якості, ефективності управління і організації виробництва в найширшому сенсі. Такі компанії на багато років випереджають своїх конкурентів.

Компанії четвертого рівня конкурентоспроможності кидають виклик будь-якому конкуренту по всьому світу в будь-якому аспекті виробництва або управління; це підприємства світового класу.

Компанії третього і четвертого рівнів конкурентоспроможності є «стратегічно важливими підприємствами», або «стратегічними підприємствами».

Для оцінки конкурентоспроможності підприємства використовують деякі чисельні показники, які свідчать про ступінь стійкості положення фірми, спроможності виготовляти продукцію, яка користується попитом на ринку й забезпечує фірмі одержання намічених та стабільних кінцевих результатів. До ряду таких показників відносяться:

- відношення вартості реалізованої продукції до її кількості за поточний період. Збільшення цього співвідношення обсягів реалізованої продукції;

- відношення прибутку до загальної вартості продажу (profit to sales). Підвищення цього показника свідчить про підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства;

- відношення загальної вартості продажу та вартості нереалізованої продукції (sales to finished goods) свідчить про спад попиту на продукцію фірми та затоварювання готової продукції;

- відношення загальної вартості продажу та вартості матеріальних виробничих запасів (sales to inventories) показує, що сталося, або зниження попиту на готову продукцію, або збільшення запасів сировини. Зменшення цього показника свідчить про уповільнення обігу запасів;

- відношення обсягу до суми дебіторської заборгованості (sales to receivables) показує, яка частка реалізованої продукції поставлена покупцями на основі комерційного кредиту.

Інтегральний показник конкурентоспроможності I_k - це рівень споживчої ефективності об'єкту (підприємства, виробника, товару, контрагента та ін.) на конкретному ринку і в конкретних умовах його функціонування, розраховується за формулою (1):

$$I_{\text{конк}} = \frac{K_{\text{спож}}}{K_{\text{екон}}} \rightarrow \max, \quad (1)$$

де $K_{\text{спож}}$ - загальний індекс рівня параметрів споживчої цінності, розраховується за формулою 1.3:

$$K_{\text{спож}} = \sum_j r_j * k_j, \quad (2)$$

де r_j - коефіцієнт вагомості значення j -го параметру (визначається експертним шляхом або задається ОНР - особою, приймаючою рішення);

k_j - параметричний індекс фактичної величини j -го параметру Π факт $_j$ порівняно з еталонним значення параметру Π етал $_j$, розраховується за формулою 1.4:

$$K_j = \frac{\Pi_{\text{факт } j}}{\Pi_{\text{етал } j}}, \quad (3)$$

де $K_{\text{екон}}$ - загальний індекс рівня економічних витрат, який розраховується за формулою 1.5:

$$K_{\text{екон}} = \sum_a r_a * k_a, \quad (4)$$

де r_a - коефіцієнт вагомості економічних параметрів;

k_a - параметричний індекс витрат $V_{\text{факт } a}$ порівняно з еталоном $V_{\text{етал } a}$.

В умовах ринкової економіки аналіз конкурентоспроможності підприємств стає об'єктивною необхідністю, так як в сучасній конкурентній боротьбі при всій її масштабності, динамізмі і гостроті виграє той, хто аналізує і бореться за свої конкурентні позиції. Важливою проблемою стає кількісна оцінка рівня конкурентоспроможності підприємства і управління нею.

Оцінка конкурентоспроможності підприємства базується на аналізі його сильних і слабких сторін, а головне, - потенційних можливостей. Оцінка потенційних можливостей підприємства – складна і трудомістка задача, яка дозволяє забезпечити баланс ринкових запитів з реальними можливостями самого підприємства, розробити основні програми його виробничого розвитку і поведінки на ринку, а також підвести реальну і компетентну основу під рішення, що приймаються.

Фактори конкурентоспроможності підприємства класифікуються наступним чином:

- за джерелом походження: зовнішні й всередині системи;
- за природою: науково-технічні, організаційно-економічні, соціально - психологічні, екологічні, політичні;
- за тривалістю впливу: постійні, змінні, епізодичні;
- за характером прояву: циклічні й нециклічні,
- за характером впливу: цілеспрямовані й випадкові;
- за спрямованістю впливу: стимулюючі, стримуючі;
- за можливістю регулювання: регульовані, нерегульовані;
- за характером міжфакторного впливу: незалежні й взаємозалежні;
- за внутрішньою структурою: елементарні; комплексні.

Основні фактори, які впливають на конкурентоспроможність підприємства, умовно можна розділити на зовнішні і внутрішні. До зовнішніх факторів відносять: політичну обстановку в державі, законодавчу базу, економічні зв'язки, наявність конкурентів, розміщення виробничих сил, наявність сировинних ресурсів, загальний рівень техніки та технологій, систему управління промисловістю, концентрацію виробництв. Внутрішніми факторами є: система та методи управління фірмою, рівень технологій процесу виробництва, рівень організації процесу виробництва, система довгострокового планування, орієнтація на маркетингову концепцію, інноваційний характер виробництва

На рівень конкурентоспроможності підприємства найважливіший вплив мають науково-технічний рівень і ступінь удосконалювання технології виробництва, використання новітніх винаходів і відкриттів, впровадження сучасних засобів автоматизації виробництва. Вирішальний фактор, що визначає стабільність

конкурентоспроможності підприємства, — це не просто його здатність виробляти високоякісні товари, а й можливість забезпечити ними комерційний успіх. Конкурентоспроможність підприємства — це не тільки результат діяльності фірми, а й стан вітчизняної економіки, низький рівень якої є ускладнюючим чинником при прогнозуванні результатів діяльності.

Підвищення конкурентоспроможності підприємства необхідно розглядати як довгостроковий послідовний процес пошуку й реалізації управлінських рішень у всіх сферах його діяльності, здійснюваний планомірно, відповідно до обраної стратегії довгострокового розвитку, з урахуванням змін у зовнішньому оточенні та стану засобів самого підприємства, і внесенням відповідних коректив.

До організаційних заходів, що підвищують рівень конкурентоспроможності підприємства, відносять:

- забезпечення пріоритетності продукції;
- зміну якості виробу і його технічних параметрів з метою обліку вимог споживача та його конкретних запитів;
- виявлення переваг товару порівняно із заміниками;
- виявлення недоліків товарів-аналогів, які випускають конкуренти;
- вивчення заходів конкурентів з удосконалення аналогічних товарів;
- виявлення й використання цінових факторів підвищення конкурентоспроможності продукції;
- нові пріоритетні сфери використання продукції;
- диференціація продукції, що забезпечує відносно стійкі переваги споживачів, які віддаються певним видам взаємозамінних товарів;

вплив безпосередньо на споживача, шляхом штучного обмеження надходження на ринок нових товарів, проведення реклами, надання грошового або товарного кредиту.

Висновки досліджень:

Проблема конкурентоспроможності має в сучасному світі універсальний характер. Від того, наскільки успішно вона вирішується, залежить рівень економічного розвитку в будь-якого підприємства. Проведені дослідження у дипломній роботі щодо економічного обґрунтування шляхів підвищення

конкурентоспроможності торгівельного підприємства дозволяють зробити висновки.

1. Аналіз літературних джерел дозволяє сформулювати економічну сутність конкурентоспроможності підприємства як здатність об'єкта, що характеризується ступенем реального чи потенційного задоволення ним певної потреби у порівнянні з аналогічними об'єктами, представленими на даному ринку, визначає здатність витримувати конкуренцію у порівнянні з аналогічними об'єктами.

При всьому різноманітті трактувань конкурентоспроможності підприємства можна сформулювати загальні характерні ознаки конкурентоспроможності підприємства.

По-перше, більшість авторів не завжди розглядають поняття «конкурентоспроможність підприємства» з точки зору займаної ним частки ринку і конкурентоспроможності продукції.

По-друге, конкурентоспроможність підприємства характеризує величину і ефективність використання всіх його ресурсів.

По-третє, конкурентоспроможність підприємства розвивається в часі, зміни залежать як від зовнішніх, так і від внутрішніх чинників.

По-четверте, конкурентоспроможність - відносний показник. Базою для порівняння виступають аналогічні показники конкурентоспроможності підприємств-конкурентів або ідеальних еталонних підприємств.

По-п'яте, конкурентоспроможність товару і підприємства - взаємопов'язані поняття.

По-шосте, конкурентоспроможність - це властивість об'єкта, що характеризується ступенем задоволення ним конкретної потреби у порівнянні з аналогічними об'єктами, представленими на даному ринку.

По-сьоме, конкурентоспроможність підприємства - це здатність витримувати конкуренцію в порівнянні з аналогічними об'єктами на даному ринку.

По-восьме, конкурентоспроможність підприємства показує рівень розвитку даної фірми в порівнянні з рівнем розвитку конкурентних фірм за ступенем задоволення своїми товарами потреби клієнтів і по ефективності виробничої діяльності.

По-дев'яте, конкурентоспроможність підприємства характеризує для інвестора його привабливість.

По-десяте, на конкурентоспроможність підприємства впливають екологічна і соціальне середовище. Конкурентоспроможність - це можливість забезпечувати випуск і реалізацію продукції, яка за своїми ціновими і неціновими факторами привабливіша, ніж продукція підприємств-конкурентів, використовуючи конкурентні переваги підприємства і маючи потенційні можливості для забезпечення конкурентоспроможності продукції у майбутньому при зміні ринкової ситуації і попиту споживачів.

Література

1. Янковий О. Г. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення: монографія / О. Г. Янковий. – Одеса : Атлант, 2013. – 470 с.

2. Портер М. Конкуренция: Пер. с англ. / М. Портер. – М.: Вильямс, 2005. – 608 с.

3. Портер М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов / Майкл Портер; Пер. с англ. — 4-е изд. — М.: Альпина Паблицер, 2011. — 453 с.

4. Парамонова Т. Н. Конкурентоспособность предприятия розничной торговли: учебное пособие / Т. Н. Парамонова, И. Н. Красюк. — М.: КНОРУС, 2013. — 120 с.

5. Денисова А.Л., Уляхин Т.М. Управление конкурентоспособностью промышленного предприятия: аспекты качества. Монография – Тамбов: Изд -во Тамб. гос. техн. ун-та, 2006. – 120 с.

6. Проблеми підвищення ефективності господарювання в народногосподарському комплексі (на мезо- та мікроекономічних рівнях): монографія / за ред. А.І. Ковальова, Н.В. Сментини. – Одеса: Атлант, 2013. – 398 с.

7. Ковальов А. І. Підвищення ефективності антикризового управління в корпоративному секторі на основі реінжинірингу бізнес-процесів / І. А. Ковальов // Вісник соціально-економічних досліджень: зб. наук. пр. / голов. ред. М. І. Зверяков; Одеський нац. екон. ун-т. –

Одеса, 2014. – Вип. 3 (54). – С. 124-130.

1. Yankovyy O. H. Konkurentospromozhnist' pidpryyemstva: otsinka rivnyu ta napryamy pidvyshchennya: monohrafiya / O. H. Yankovyy. – Odesa : Atlant, 2013. – 470 s.

2. Porter M. Konkurentsyya: Per. s anhl. / M. Porter. – M.: Vyl'yams, 2005. – 608 s.

3. Porter M. Konkurentnaya stratehiya: Metodyka analiza otrasley u konkurentov / Maykl Porter; Per. s anhl. — 4-e yzd. — M.: Al'pyna Pablysher, 2011. — 453 s.

4. Paramonova T. N. Konkurentosposobnost' predpryyatyya roznychnoy torhovly: uchebnoe posobyе / T. N. Paramonova, Y. N. Krasyyuk. — M.: KNORUS, 2013. — 120 s.

5. Denysova A.L., Ulyakhyn T.M. Upravlenye konkurentosposobnost'yu promyshlennoho predpryyatyya: aspekty kachestva. Monohrafiya – Tambov: Yzd -vo Tamb. hos. tekhn. un-ta, 2006. – 120 s.

6. Problemy pidvyshchennya efektyvnosti hospodaryuvannya v narodnohospodars'komu kompleksi (na mezo- ta mikroekonomichnykh rivnyakh): monohrafiya / za red. A.I. Koval'ova, N.V. Smentyny. – Odesa: Atlant, 2013. – 398 s.

7. Koval'ov A. I. Pidvyshchennya efektyvnosti antykryzovoho upravlinnya v korporatyvnomu sektori na osnovi reinzhynirynhu biznes-protsesiv / I. A. Koval'ov // Visnyk sotsial'no-ekonomichnykh doslidzhen': zb. nauk. pr. / holov. red. M. I. Zvyeryakov; Odes'kyy nats. ekon. un-t. – Odesa, 2014. – Vyp. 3 (54). – S. 124-130.

Рецензент: Ковальов А.І. д.е.н., професор, проректор з наукової роботи, Одеський національний економічний університет
27.03.2018