

Сучасні проблеми економіки та підприємництва. Випуск 12, 2013

Пічугіна М.А.

ст. викладач ФММ НТУУ «КПІ»

Щербакова А.С.

студентка ФММ НТУУ «КПІ»

ХАРАКТЕРИСТИКА ЧИННИКІВ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

В даній статті розглянуто проблему підвищення конкурентоспроможності промислових підприємств із врахуванням процесів глобалізації. Приділено увагу основним складовим конкурентоспроможності та ідентифікації чинників її підвищення.

Ключові слова: чинник, ієрархія чинників, конкурентні переваги, конкурентоспроможність підприємства, глобалізація.

Вступ. В умовах наростання стратегічних викликів суспільству та економіці України, зростає необхідність продовжити дослідження конкурентоспроможності, беручи до уваги конкурентоспроможність не тільки як процес, що відбувається під впливом цілої сукупності факторів, але й розглядаючи чинники її підвищення, які постійно змінюються у часі та домінуванні між собою. Крім того, існування розходжень у підходах до розвитку конкурентоспроможності підприємства та відсутність чіткого обґрунтування теоретично-методологічних засад її підвищення в умовах загострення проблеми недостатньої конкурентоспроможності вітчизняних промислових підприємств зумовлює потребу в пошуку та використанні підходів до оцінювання та підвищення конкурентоспроможності підприємства.

На даний час у вітчизняній та світовій науці значний внесок у вивчення даних питань зроблений такими вченими, як Азоєв Г. Л., Амоша О. І., Ансофф І., Балабанова Л. В., Благун І. С., Буркінський Б. В., Василенко В. А., Воронкова А. З., Гальчинський А. С., Геєць В. М., Ігнат'єва І. А., Кім Дж.-О., Клекка У., Кросбі П., Мандель І., Мостенська Т. Л., Мюллер Ч., Окланд Д., Осіпов П. В., Пддубна Л. І., Пономаренко В. С., Портер М., Фатхутдинов Р., Черваньов Д. М., Юданов А. Ю та ін.

Постановка задачі. Метою статті є з'ясування сутності понять «чинник», «конкурентоспроможність підприємства» та «глобалізація», а також вивчення умов підвищення конкурентоспроможності промислових підприємств з урахуванням прискорення глобалізаційних процесів.

Результати дослідження. Поняття «чинник» тлумачиться як умова, фактор, рушійна сила, причина будь-якого процесу, що визначає його характер або одну з основних рис. В свою чергу, поняття «умова» розглядається як необхідна обставина, яка робить можливим здійснення, створення, утворення чого-небудь, або сприяє чомусь, чи як спосіб формування чого-небудь (К. В. Недялкова), або ж як оптимальне поєднання різних факторів (Ю. К. Бабанський), а фактор тлумачиться як умова чи як

чинник будь-якого процесу; основні внутрішні та зовнішні причини, що зумовлюють певне явище (В. В. Панчук).

Конкурентоспроможність – це:

– спроможність об'єкта витримувати конкуренцію в порівнянні з аналогічними об'єктами в умовах конкурентного середовища [4];

– сукупність переваг і здібностей суб'єкта в порівнянні з йому подібними в боротьбі за досягнення мети, характерної для них, в умовах дії законів певного навколишнього середовища (системи) [3];

Тоді як конкурентоспроможність підприємства – це:

– його динамічність, здатність втілювати і поглиблювати сучасні технології, успішність господарювання, якість продукції, що в комплексі визначає здатність підприємства до стабільного розвитку в тривалій перспективі, а також утримання конкурентних переваг і збільшення частки ринку [2];

– можливість кращого, ніж у конкурентів задоволення потреб покупців [7];

Таким чином, конкурентоспроможність підприємства можна визначити як потенційну або реалізовану здатність економічного суб'єкта до ефективного довготривалого функціонування у нестабільному, не завжди прогнозованому зовнішньому середовищі. Значною мірою конкурентоспроможність підприємства визначається його здатністю в умовах, що склалися, проектувати, виготовляти та збувати товари, які за ціновими та неціновими характеристиками є для споживачів більш привабливими, ніж товари конкурентів. З іншого боку, конкурентоспроможним, як правило, є те підприємство, що тривалий час може залишатися прибутковим в умовах ринкової економіки.

Щодо глобалізації, то це складний, багатогранний процес, неоднозначний за своїм змістом і структурою, через що в наукових публікаціях, спостерігаються великі розбіжності в позиціях щодо його сутності, етапів розвитку, основних чинників, проявів і шляхів розв'язання суперечностей, що ускладнює спроби дати єдине, однозначно сформульоване визначення глобалізації. Розглянемо деякі з них, зокрема, глобалізація це:

– тривалий процес інтеграції національних економік світу з метою розв'язання глобальних проблем людства [14];

– складне явище взаємозалежності економік, що виникає у зв'язку з обміном товарами і послугами та потоками капіталу [14];

Тому глобалізація розглядається, з одного боку, як важливе джерело нових можливостей, а з іншого – як чинник багатьох проблем і конфліктів всередині окремих держав, а також між державами (регіонами).

Тепер перейдемо до розгляду чинників підвищення конкурентоспроможності промислового підприємства в умовах посилення конкуренції як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках.

Залежно від сфери походження чинники, що впливають на конкурентоспроможність підприємства, поділяються на науково-технічні, організаційно-економічні, соціальні, екологічні, політичні (рис. 1).

Науково-технічні чинники – відображують стан та динаміку науково-технічного прогресу, рівень техніки та технології, продуктивність та надійність устаткування, гнучкість виробничих процесів тощо.



Рис. 1. Групи чинників в конкурентоспроможності підприємства (за сферою походження).

Організаційно-економічні чинники – відображують, з одного боку, стадію циклу розвитку економіки, розвиток інтеграційних процесів у економічному просторі, загальногосподарську та галузеву кон'юнктуру, методи та механізми регулювання господарської діяльності на рівні держави, регіонів та галузей.

Соціальні чинники – відображують стан та динаміку соціальних процесів, що відбуваються на макро- та мікро-рівнях. Вплив цієї групи чинників на конкурентоспроможність підприємства є двобічним: з одного боку, вони здійснюють суттєвий вплив на рівень, динаміку та специфічні особливості попиту на кожному конкретному ринку, а значить якоюсь мірою впливають на конкурентоспроможність продукції, що виробляється тим чи іншим підприємством; з іншого боку, ці чинники певною мірою відбиваються на рівні ефективності виробничо-господарської діяльності підприємства.

Екологічні чинники – характеризують взаємозв'язок виробничо-економічної діяльності підприємства зі станом оточуючого природного середовища. До цієї групи чинників слід віднести вимоги екологічного законодавства, витрати, що виникають у зв'язку з утилізацією відходів виробництва, витрати на утримання та експлуатацію природоохоронних споруд тощо.

Політичні чинники здійснюють суттєвий вплив на рівень конкурентоспроможності підприємства, що найяскравіше виявляється при реалізації продукції підприємства на зовнішніх ринках, або при придбанні імпортованих ресурсів. Серед найголовніших політичних чинників в конкурентоспроможності можна виділити такі: загальнополітичний клімат та

стан розвитку міжнародних відносин, політика іноземних країн щодо соціально-економічних та політичних перетворень в Україні, військово-політичні конфлікти в окремих регіонах світу і т. ін.

Залежно від тривалості дії розрізняють такі групи чинників конкурентоспроможності підприємства:

- постійні (їх переважаюча більшість і вони визначають загальний рівень конкурентоспроможності підприємства);

- тимчасові (їх кількість є відносно невеликою, проте вони змінюють рівень конкурентоспроможності підприємства внаслідок тих чи інших подій, як правило, пов'язаних зі змінами у споживацькому попиті або визначаються сезонними особливостями виробництва чи виникнення яких достатньо важко або взагалі неможливо прогнозувати).

Є й інші ознаки, за якими можна поділити чинники конкурентоспроможності підприємства на групи, зокрема: залежно від ступеню взаємообумовленості (на незалежні (первинні) та похідні (вторинні)); залежно від ступеню корисності (на стимулюючі – ті, що сприяють підсиленню конкурентних позицій і стимулюють зростання конкурентоспроможності підприємства, та дестимулюючі – такі, що здійснюють негативний вплив на конкурентні позиції підприємства і стримують процес зростання його конкурентоспроможності); залежно від ролі чинників у забезпеченні конкурентоспроможності підприємства (на основні, які є вирішальними у забезпеченні реалізації стратегічних цілей, та другорядні, які фактично лише створюють умови для нормального функціонування підприємства).

Крім того, чинники конкурентоспроможності підприємства можна розглядати і за рівнями ієрархії. Так, відповідно до концепції ієрархії чинників конкурентоспроможності підприємства, запропонованої професором японського університету Гакусюін (м. Токіо) Тойохіро Коно, конкурентоспроможність визначає п'ятирівнева ієрархія чинників [5]. Перший рівень ієрархії формує частка ринку, що належить підприємству. На другому рівні цієї ієрархії конкурентоспроможність має бути підкріпленою трьома важливими чинниками – здатністю до розвитку, виробничими та збутовими потужностями належного рівня. На третьому рівні ієрархії конкурентоспроможність визначається правильним вибором ринково-продуктової стратегії підприємства, яка втілюється у стратегії конкурентної боротьби, спрямованої на покращення або збереження ринкових позицій підприємства. На четвертому рівні ієрархії конкурентоспроможність визначається здатністю вищого керівництва компанії приймати такі рішення, що реалізують на практиці перші три рівні у ієрархії чинників конкурентоспроможності підприємства. На п'ятому рівні – результати діяльності компанії у попередньому періоді, серед яких найбільш важливим є прибуток як джерело ресурсів у боротьбі за ринок, оскільки чим більший прибуток – тим вище конкурентоспроможність та навпаки.

Проте, використання переважною більшістю промислових підприємств старих традиційних методів управління функціями постачання, виробництва та розподілу не можуть забезпечити значних конкурентних переваг і, як наслідок, не зможуть досягти необхідного рівня конкурентоспроможності. А враховуючи, що конкурентоспроможність підприємств пов'язана не лише з конкурентними перевагами, а й з конкурентними позиціями, тому особливу увагу необхідно звертати на формування й утримання конкурентних позицій підприємств, які все більше визначаються: інноваційним потенціалом та результативністю інноваційного процесу; маркетинговими можливостями в галузі збуту; персоналом, орієнтованим на здобуття конкурентних переваг в освіті, результатах праці, здатним до інтелектуально – професійного розвитку, розробки і впровадження інновацій на рівні світових стандартів, створення конкурентоспроможної продукції.

В лібералізованій відкритій ринковій економіці, яка безпосередньо задіяна в глобальній конкуренції, конкурентоспроможність в значній мірі залежить як від ефективності управління, так і від факторів ризику держави і підприємства.

Функціонування підприємств в ситуації не завжди прогнозованих змін зовнішнього середовища, особливо за умов прогресуючої глобалізації, регіональної інтеграції, економічної дерегуляції та швидкого розвитку інформаційних технологій, означає здатність утримувати наявні та формувати нові конкурентні переваги.

Висновки. Постає необхідність пошуку та впровадження відповідних важелів, підходів та методів сучасної організації виробництва на підприємствах, спроможних підвищити їх конкурентоспроможність.

Потребують уточнення й подальшого вивчення питання підвищення конкурентоспроможності підприємств з урахуванням специфіки конкретної галузі, обґрунтування способів і методів визначення конкурентоспроможності підприємств, формування системи заходів щодо обмеження негативного впливу чинників зовнішнього середовища. Крім того, слід враховувати, що з'являються нові види джерел конкурентної переваги, нові види стратегій та нові моделі організації бізнесу, які, в свою чергу, теж потребують подальшого вивчення.

Список використаних джерел:

1. Багрова І. В. Окладові та фактори конкурентоспроможності / І. В. Багрова, О. Г. Нефедова // Науковий журнал «Вісник економічної науки України». – 2007. – №1(11). – С. 11-16.
2. Гринів Л. В. Оцінка та підвищення конкурентоспроможності підприємств харчової промисловості: автореф. дис. канд. екон. наук: 08.00.04 / Національний університет харчових технологій, Київ, 2008.
3. Дем'янова А. Г. Конкурентоспособность международных компаний // Маркетинг в России и за рубежом – 2000. №6.
4. Коно Т. Стратегия и структура японских предприятий / Пер. с англ. – М.: Прогресс, 1987. 384с. (стр. 229 – 231).

5. Капітанець Ю. О. Визначення та забезпечення конкурентоспроможності підприємства: автореф. дис. канд. екон. наук: 08.00.04 / Тернопільський національний економічний ун-т. – Т., 2009.

6. Ламбен Ж. Менеджмент ориентированный на рынок: Стратегический и операционный маркетинг: Пер. с англ. – СПб.: Питер, 2004. – 796 с.

7. Мицюк С. В. Конкурентоспроможність вітчизняної продукції: проблеми та перспективи: автореф. дис. канд. екон. наук: 08.00.01/ Київський національний університет імені Тараса Шевченка. – Київ, 2007.

8. Саєнко М. Г. Стратегія підприємства. Пдручник. – Тернопіль: «Економічна думка». – 2006. 390 с.

Пичугина М.А.

ст. преподаватель кафедры менеджмента ФММ НТУУ «КПИ»

Щербакова А.С.

студентка ФММ НТУУ «КПИ»

ХАРАКТЕРИСТИКА ФАКТОРОВ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

В данной статье рассматривается проблема повышения конкурентоспособности промышленных предприятий с учетом процессов глобализации. Уделено внимание основным составляющим конкурентоспособности и идентификации факторов ее повышения.

Ключевые слова: фактор, иерархия факторов, конкурентные преимущества, конкурентоспособность предприятия, глобализация.

Pichugina M.A., Shcherbakova A.S.

DESCRIPTION FACTOR IN INCREASING COMPETITIVENESS OF INDUSTRIAL ENTERPRISES

This paper considers the problem of increasing the competitiveness of industrial enterprises with regard to the processes of globalization. Attention is paid to the basic components of competitiveness and identify factors to improve it.

Keywords: factor, hierarchy of factors, competitive advantage, competitiveness, globalization.

Попович О.С.
д.е.н, професор. НТУУ «КПІ»
Янушкевич С.В.
студент ФММ НТУУ «КПІ»

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ СТРАТЕГІЙ ВИХОДУ ПІДПРИЄМСТВА НА ЗОВНІШНІЙ РИНОК

У даній статті проаналізовано теоретичні основи розвитку стратегій виходу підприємства на зовнішній ринок. Розглянуто основні етапи виходу підприємства на зовнішній ринок, стратегічні цілі експортера та імпортера.

У висновках зіставлено стратегії виходу за критеріями.

Ключові слова: зовнішньоекономічна діяльність, стратегія виходу на зовнішній ринок, обмеження, інвестиції.

Вступ. Нині глобалізація світової економіки підштовхує підприємства до переходу зовнішніх ринках. Зарубіжні ринки становлять нові можливості збуту, стають дедалі привабливішими для російських компаній, і підприємств. Якщо компанія вирішує виходити зовнішніх ринках, то є цілеспрямоване планування і практична продуманість обраного напрямку.

Незаперечні вигоди від виходу підприємства на зовнішніх ринках ставлять проблему розробки методів економічного обґрунтування прийнятих рішень щодо переходу зовнішній ринок (експорту, імпорту) першому плані. Особливо це важке завдання підприємствам, які раніше обслуговували лише внутрішній ринок та або не мали постійних зовнішньоторговельних зв'язків. Міжнародні угоди та поставки зазвичай займають більше часу, часто вимагають використання нових видів транспорту, й зазнають впливу як місцевих, а й іноземних законодавчих актів.

Попри всі труднощі, пов'язані із виходом зовнішніх ринках, розробка міжнародної стратегії виведення своєї продукції зовнішніх ринках є необхідною передумовою успіху сучасного підприємства в умовах жорсткої міжнародної конкуренції. Усе сказане вище свідчить про актуальність цієї теми дослідження.

Проблемами виходу підприємства на зовнішній ринок займаються такі відомі вчені, як Азоєв Г.Л., Багієв Г.Л., Тарасевич В.М., Голубков Є.П., Маджаро С., Новицький В.Є., Оборська С.В. і інші.

Постановка задачі. Метою статті є дослідження теоретичних основ розвитку стратегій виходу підприємства на зовнішній ринок.

Результати дослідження. Сучасний етап розвитку світогосподарських зв'язків характеризується розширенням усіх форм міжнародних економічних відносин на основі швидкого росту продуктивних сил, який обумовлений прискоренням науково-технічного прогресу. Тому більшість великих