

## ОЦІНКА КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

*О.О. Олейникова*, ст. викладач

*А.Е. Бойко*, студентка

Одеський національний політехнічний університет

м. Одеса

Конкуренція є основною умовою, за якої функціонує ринковий механізм та забезпечує стабільне зростання економіки, різноманітність асортименту і високу якість товарів і послуг. Формування конкурентних відносин сприяє створенню розвинутого ринку, що включає сферу виробництва і товарообміну. Основними функціями, які виконує конкуренція є:

- 1) визначення ринкової вартості товару в процесі конкурентної боротьби;
- 2) впровадження досягнень науково-технічного прогресу у виробництво, як інструмент економічного розвитку підприємства і отримання довгострокових переваг перед конкурентами;
- 3) відбір найбільш ефективних форм власності і господарювання, виключення її неефективних ланок.

Конкурентоспроможність підприємства можна характеризувати як можливість або здатність підприємства використовувати свої порівняльні переваги у виробництві та реалізації товарів і послуг по відношенню до виробників і постачальників аналогічних товарів і послуг. Тобто, конкурентоспроможність фірми – це здатність підприємства з урахуванням наявних ресурсів і можливостей проектувати, виготовляти та реалізовувати в конкретних умовах товари, які за своїми споживчими і вартісними характеристиками в комплексі більш привабливі для споживачів, ніж товари конкурентів.

Поняття конкурентоспроможності включає великий комплекс економічних характеристик, що визначають положення фірми на галузевому ринку (національному або світовому). Цей комплекс може включати характеристики товару, які визначаються сферою виробництва, а також чинники, що формують в цілому економічні умови виробництва і збуту продукції. В умовах маркетингової орієнтації конкурентоспроможність підприємства означає можливість господарських одиниць до ефективного функціонування на ринку, заснованому на пропозиції товарів, що відповідають запитам споживачів за якістю, кількістю і асортиментом, в необхідні терміни і за більш вигідних умов, ніж у конкурентів. Рівень конкурентоспроможності взагалі відображає сукупні підсумки роботи практично всіх служб підприємства.

Конкурентна перевага – це рівень ефективного використання всіх видів ресурсів, які знаходяться в розпорядженні підприємства. Тобто, поняття конкурентної переваги можна визначити як специфічні характеристики і властивості товару, які створюють для компанії певну перевагу над своїми прямими конкурентами.

Конкурентна перевага може бути зовнішньою і внутрішньою. Зовнішня базується на специфічних властивостях товару, які утворюють цінність для покупця, внутрішня – на перевазі підприємства щодо витрат виробництва, які менші ніж у конкурентів. Таким чином, конкурентні переваги – це результат низької собівартості продукції, високої міри диференціації товарів, розумного сегментування ринку, впровадження нововведень, швидкого реагування на потреби ринку. До них також можуть належати високий рівень продуктивності праці й кваліфікації виробничого, технічного, комерційного персоналу; якість і технічний рівень виготовлених виробів; управлінська майстерність, стратегічне мислення на різних рівнях управління, що відображаються в сталому економічному зростанні. Визначення конкурентних переваг, дає можливість більш раціонально використовувати ресурси та можливості підприємства, обирати максимально доцільні напрями розвитку економічного потенціалу у коротко- та довгостроковій перспективі.

Чинник конкурентної переваги – це конкретний компонент зовнішнього або внутрішнього середовища підприємства, за яким вона переважає конкуруючі підприємства. Чинники конкурентної переваги можуть бути тактичними і стратегічними:

1. Тактичний чинник конкурентної переваги – це конкретний компонент зовнішнього або внутрішнього середовища підприємства, за яким воно переважає або буде переважати у найближчий період (до 1 року) конкуруючі компанії.

2. Стратегічний чинник конкурентної переваги – це конкретний компонент зовнішнього або внутрішнього середовища підприємства, за яким воно може випередити конкурентів після виконання у перспективі конкретних умов, які визначають перевагу підприємства за даним компонентом порівняно з конкуруючими фірмами.

Формування конкурентних переваг підприємства відбувається на трьох основних рівнях:

- 1) на продуктовому рівні (конкурентоспроможність окремих видів продукції і товарного асортименту підприємства в цілому);
- 2) на рівні виробничо-технологічної основи підприємства (порівняна ефективність та інтенсивність використання виробничих ресурсів, виробничий потенціал підприємства у цілому);
- 3) на ринковому рівні (сталість ринкової позиції підприємства та привабливість ринкового оточення в цілому).

Необхідність розгляду проблеми управління конкурентними перевагами підприємства в системі стратегічного менеджменту пояснюється наступним:

1) мета забезпечення конкурентоспроможності носить довгостроковий характер і відбивається як в тактичних, так і в стратегічних планах;

2) застосування методів і інструментів стратегічного менеджменту дозволяє підприємству визначити свої можливості і конкурентні переваги, розробити оптимальну ринкову стратегію і реалізувати поставлену мету;

3) застосування інструментів стратегічного менеджменту особливо необхідне для підприємств, які випускають продукцію з порівняно довгим життєвим циклом.

В рамках стратегічного аналізу положення фірми на ринку оцінка конкурентних переваг дає змогу господарюючому суб'єкту визначати найбільш раціональну структуру його потенціалу на всіх етапах життєвого циклу; формувати такі програми розвитку підприємства, які враховують доцільність використання тих чи інших ресурсів та можливостей для забезпечення максимально ефективної діяльності і досягнення високої конкурентної позиції на ринку.

Можна визначити наступні етапи стратегічної оцінки конкурентних переваг підприємства:

1. Аналіз результатів діяльності основних конкурентів на внутрішньому та зовнішньому ринках.
2. Аналіз результатів діяльності підприємства.
3. Визначення конкурентної позиції підприємства на ринку аналогічних товарів та послуг.
4. Визначення внутрішніх та зовнішніх конкурентних переваг підприємства.
5. Визначення найбільш доцільних напрямів розвитку економічного потенціалу підприємства.

Основні показники оцінки конкурентних переваг підприємства, що в найбільш загальному вигляді відображають напрями оцінки та характеризують їх властивості наведено у таблиці 1.

Таблиця 1– Показники оцінки конкурентних переваг промислового підприємства

Напрями оцінки	Складові оцінки	Показники
Зовнішні конкурентні переваги	Конкурентні переваги, що виникають внаслідок врахування факторів макросередовища	1. Співвідношення між темпом росту обсягів реалізації продукції підприємства і темпом росту реалізації визначеної галузі; 2. Співвідношення між темпом росту експорту продукції підприємства та темпами зростання обсягів реалізації відповідної продукції на міжнародних ринках.
	Конкурентні переваги, що виникають внаслідок врахування факторів мезосередовища	1. Співвідношення між темпом росту обсягів реалізації продукції підприємства та обсягу реалізації в цілому по регіону (області)
	Конкурентні переваги, що виникають внаслідок врахування факторів мікросередовища	1. Співвідношення між темпом росту обсягів реалізації продукції підприємства та обсягу реалізації в цілому по локальному ринку
Внутрішні конкурентні переваги	Конкурентні переваги ресурсного походження	1. Продуктивність праці одного працівника. 2. Оборотноість запасів. 3. Фондовіддача основних фондів. 4. Рентабельність активів.
	Конкурентні переваги організаційно-управлінського характеру	1. Якість менеджменту. 2. Темп змін реалізації по підприємству. 3. Зміни показників ділової активності.
	Конкурентні переваги фінансово-економічного характеру	1. Рентабельність продажів. 2. Коефіцієнт покриття власними оборотними коштами матеріальних оборотних активів. 3. Показники фінансового стану.
	Конкурентні переваги інноваційно-інвестиційного характеру	1. Рівень інноваційної активності. 2. Співвідношення темпів змін обсягів реалізації та активів.

Управління конкурентними перевагами в широкому значенні трансформується в задачу адаптації системи управління промисловим підприємством до змін конкурентного середовища, що дозволяє швидко і точно визначити напрями підвищення конкурентоспроможності.

Література:

1. Балабанова Л.В. Управління конкурентоспроможністю підприємства : навч. посіб. / Л.В. Балабанова, Г.В. Кривенко, І.В. Балабанова. –К. : ВД«Професіонал», 2009. – 256 с.
2. Климчук А.О. Сучасна парадигма забезпечення конкурентних переваг підприємства / А.О. Климчук// Бізнесінформ.– 2014.– № 1. – С. 221–225

3. Портер М. Стратегія конкуренції / М. Портер / Пер. с англ. – М.: Альпіна Бизнес Букс, 2005. – 715 с.

## ОСОБЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ ПОНЯТТЯ «ІНФРАСТРУКТУРА» ТА ЇЇ ОСНОВНИХ ЕЛЕМЕНТІВ

*О.М. Лук'янчук*, ст. викладач

*Д.В. Волкова*, студентка

Одеський національний політехнічний університет  
м. Одеса

В умовах глобалізації світової економічної системи і набуття нею рис цілісності, інтенсифікації національних інтеграційних процесів, інтелектуалізації та інформатизації національного і світового розвитку роль інфраструктури невіддільно зростає, відбувається її диференціація, її роль і місце у національній економіці країни. Інфраструктурні галузі та об'єкти характеризуються високою гнучкістю залежно від рівня їхніх виробничих і соціальних функцій, черговості їх виконання, масштабів створеного потенціалу та обсягу послуг, що ними надаються. Підвищення значущості загальних умов процесу відтворення обумовило появу основного терміну інфраструктура, її основних видів та функцій функціонування.

Термін «інфраструктура» утворено від сполучення латинських термінів «infra» – «під, нижче» і «structura» – «розташування, будівля, розміщення», хоча в наш час не існує однозначного визначення інфраструктури [1]. На рис. 1 представлено її особливі характеристики.

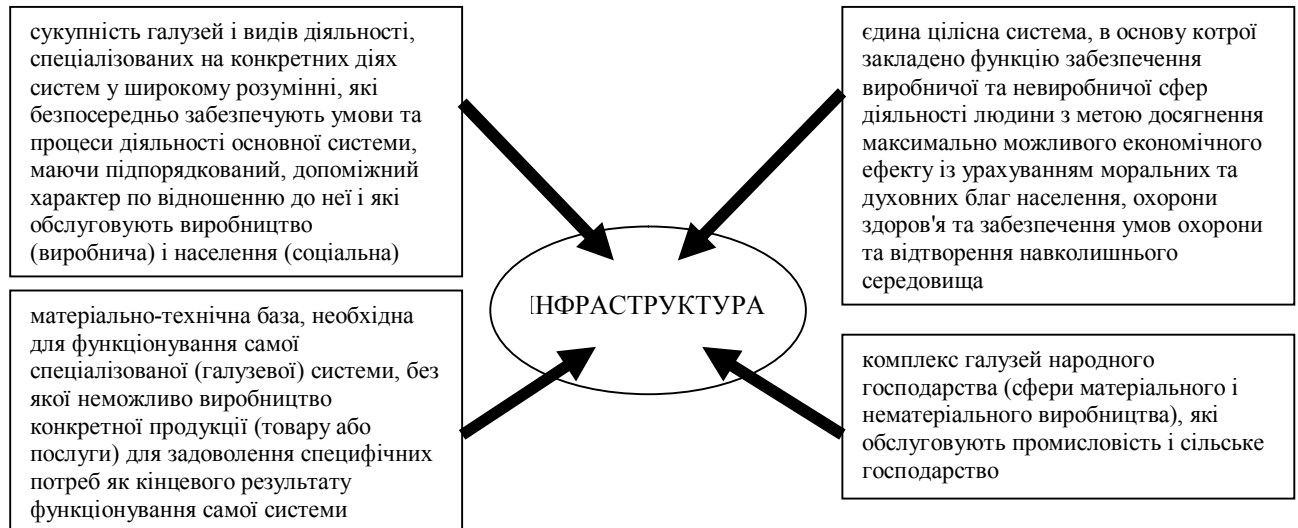


Рисунок 1 – Особливі характеристики поняття «інфраструктура»

З вище викладеного можна сказати, що інфраструктура – це комплекс та безперервний взаємозв'язок галузей, комплексів, різних видів діяльності, матеріально-технічної та інформаційної баз для досягнення сталого розвитку національної економіки країни.

Розгляд інфраструктури з погляду її належності до певної системи – виробництва, життєзабезпечення, збройних сил, комплексу галузей національної економіки потребує співіснування певного співвідношення складових елементів котрі забезпечують стабільне функціонування системи загалом. Отже, інфраструктуру треба розглядати як таку, що зростає з основними її елементами, формуючи сферу її впливу, котрі входячи у технологічний процес, обслуговуючи його, стають органічною частиною цілої системи [2].

Розглянемо основні елементи формування інфраструктури як цілісної взаємодоповнюючої системи та її основних видів [3]:

**Економічна** – комплекс галузей і сфер діяльності, що забезпечують умови для функціонування економіки та життєзабезпеченості держави: основні та виробничі фонди, технічний, транспортний і енергетичний потенціал, природні ресурси. Включає в себе фінансові інституції, зв'язок, систему матеріального постачання, маркетингові, консалтингові служби, систему підготовки та підвищення кваліфікації кадрів.

**Екологічна** – комплекс об'єктів територій, мереж і систем природного та антропогенного походження, які функціонують за природними законами, а також забезпечують умови щодо підтримання збалансованого розвитку природного середовища, збереження середовища життя людини, а також сукупність контролюючих та запобіжних обслуговуючих ланок, які мають завдання гарантувати нешкідливі щодо довкілля оптимальні умови