

## Шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємств: регіональний аспект

В статті автор аналізує явище конкуренції в економічному середовищі сучасної України, виділяє основні фактори конкурентоспроможності підприємств та окреслює напрямки їх підвищення. Центральне місце у дослідженні займає розкриття особливостей стратегій конкурентоспроможності підприємств. Обґрунтовується необхідність підвищення конкурентоспроможності підприємств як основа становлення конкурентоспроможності регіональної економіки.

**Конкурентоспроможність підприємств, стратегія конкурентоспроможності, реструктуризація підприємств, фактори конкурентоспроможності**

Економічний розвиток України на шляху створення соціально орієнтованої ринкової економіки передбачає його відповідність довгостроковій стратегії економічного зростання, підвищення якості життя населення і, перш за все, на регіональному рівні. Підвищення ролі регіонів в соціально-економічному розвитку країни, перехід їх на принципи самодостатності та самофінансування, становлення конкурентоспроможності регіональної економіки потребує нових підходів до всього комплексу проблем організації та управління цим процесом.

Цій цілі повинно послужити укрупнення адміністративно-територіальних одиниць у відповідності з адміністративною реформою, що дозволить комплексно вирішувати проблеми регіонів з промисловою спеціалізацією, що історично склалася, національно-етнічними та культурними цінностями. Кожний регіон повинен мати високий рівень соціально-економічного розвитку та збалансований бюджет.

Для зміцнення власної доходної бази місцевих бюджетів є необхідним вирішення таких завдань: впровадження механізмів залежності економічних можливостей регіональних органів управління від ефективності функціонування господарських суб'єктів всіх форм власності, розташованих на території регіону, які будуть зацікавлені у підвищенні рентабельності роботи кожного підприємства через прямі відрахування від доходів підприємств, розташованих на території регіону.

Разом з тим, як свідчать статистичні дані, у Кіровоградській області неефективна фінансова діяльність промислових підприємств. В 2006 році біля 40 відс. підприємств збиткові, рентабельність операційної діяльності промислових підприємств становила мінус 3 відс. Збитковість підприємств обмежує можливість інвестування частини прибутку в основні засоби. Ступінь зносу основних засобів промислового виробництва сягає в різних галузях від 57 до 62 відсотки. Низький рівень інноваційної продукції, не розвинені ринки технологій, патентів і наукових досліджень не створює умов для прискороного освоєння випуску нових видів конкурентоспроможної продукції, а продукція, що випускається, має високу собівартість і не користується достатнім попитом на ринку товарів та продукції.

Для того, щоб всебічно розглядати шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємств та його продукції необхідно, перш за все, визначити сутність поняття “конкурентоспроможність підприємств”.

Дослідженням проблеми конкурентоспроможності займалися відомі економісти: М. Портер, А. Томсон, В. Терещенко, І. Ліпсіц, А. Юданов, Р.Фатхудинов, О. Амоша та інші.

Разом з цим, проблема підвищення конкурентоспроможності підприємств залишається актуальною і потребує подальшого, більш глибокого та всебічного дослідження.

Шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємств в статті розглядаються під кутом зору уточнення загального поняття «конкурентоспроможність підприємства», методів її оцінки, складових і факторів цього явища, вибору типу формування стратегії конкурентоспроможності підприємства в умовах реструктуризації виробництва, регіональних аспектів цих процесів.

Тому, метою статті є аналіз впливу вищезазначених факторів на підвищення конкурентоспроможності підприємств з урахуванням регіональних аспектів.

При всій різноманітності думок вчених, всі вони пов'язують поняття «конкурентоспроможності підприємств» зі здатністю протистояти на ринку іншим виробниками та постачальникам (конкурентам) аналогічної продукції як за ступенем задоволення своїми товарами та продукцією конкретної суспільної потреби, так і за ефективністю виробничої діяльності. Бути визначним конкурентоздатним може лише те підприємство, яке не тільки формально функціонує, забезпечуючи прибутковість діяльності, але й розвивається в напрямку поширення відтворення. Конкурентоздатність підприємств має абсолютно конкретний характер і може бути достовірно оцінена лише з урахуванням межових умов, що виражаються в численних кількісних та якісних параметрах стану зовнішнього середовища.

Досягнення підприємством конкурентоздатного статусу безпосередньо пов'язано з просуванням ним своїх товарів до конкретної групи споживачів і прямо залежить від того, чи в очікуваній мірі задоволені її запити. При цьому ключову роль грає купівельна спроможність споживача.

Важливим етапом є правильна реальна оцінка конкурентоспроможності підприємства. Для цього можливо скористатися методикою, яка запропонована Л.М.Іваненком (6).

Оцінка рівня конкурентоздатності, тобто виявлення характеру конкурентних переваг підприємства у порівнянні з іншими підприємствами є одним з найбільш складних етапів маркетингового дослідження.

Сутність даного методу оцінки конкурентоздатності полягає у порівнянні показників аналізуємих підприємств з еталоном.

Визначення рівня конкурентоздатності підприємств можна представити у вигляді такої послідовності етапів.

На першому етапі будується матриця вигляду:

$$A = |a_{ij}|; \quad i = \overline{1, n}; \quad j = \overline{1, m}$$

де  $n$  - кількість підприємств;

$m$  - кількість показників;

$a_{ij}$  - показник  $j$ , що характеризує підприємство.

Показники, що складають матрицю, є відносними величинами, що виражають оцінку використання потенціалу підприємства.

При цьому використовуються наступні показники: рентабельність активів, рентабельність виробничих фондів, рентабельність реалізованої продукції за прибутком від реалізації, рентабельність реалізованої продукції за прибутком від операційної діяльності, рентабельність реалізованої продукції за чистим прибутком, коефіцієнт забезпечення оборотних активів власними засобами, коефіцієнт фінансової стійкості, коефіцієнт маневреності, коефіцієнт абсолютної ліквідності.

На другому етапі в матрицю  $A$  включається додатковий стовпець - еталон, значення якого є оптимальним показником.

В якості еталонного приймається значення показника, що характеризує середньогалузевий рівень або оптимальне значення показника у стовбці j.

На третьому етапі для кожного показника аналізуємих підприємств необхідно ввести поправочні коефіцієнти вагомості. Розрахунок поправочних коефіцієнтів заснований на прийомах кореляційного аналізу. Це дозволяє кількісно оцінити зв'язок між кожною групою розрахованих показників та величиною, яка комплексно характеризує виробничо-економічний потенціал підприємства. Таким показником може служити об'єм реалізації. Коефіцієнт вагомості ( $K_j$ ) розраховується за формулою:

$$K_j = v_j \cdot \mu_j,$$

де  $v_j$  - коефіцієнт кореляції;

$\mu_j$  - критерій достовірності коефіцієнту кореляції.

Для правильної оцінки необхідно також знати та враховувати складові та фактори конкурентоспроможності підприємства. Найбільш вдало їх класифікацію, на нашу думку, дано І.В. Багровою та О.Г. Нефедовою (7).

Таблиця 1 – Складові та фактори конкурентоспроможності підприємства

Складові	Фактори
1. Виробництво - вартість виробництва, витрати, ступінь залежності від ресурсів, їх взаємозамінність; - технологія – ступінь освоєності, можливість осучаснення; - продукція номенклатура, асортимент, якість, стабільність випуску (залежність від кон'юнктури)	1. Державна політика 1.1. Зовнішня - ступінь участі країни у світових інтеграційних процесах; 1.2. Внутрішня - напрямки зовнішньої політики, стан і напрямки реформ; - пріоритети розвитку країни; - стабільність обраного курсу
2. Ресурси - матеріальні – достатність, якість, рівень витрат на постачання і зберігання, залежність від постачальників, відходи виробництва; - трудові – достатність, рівень професіоналізму (освіта, досвід, рівень кваліфікації); - інформаційні – наявність баз даних, можливість постійного оновлення, ступінь освоєння сучасних інформаційних технологій	2. Соціальні умови - структура робочої сили; - рівень підготовки фахівців; - співвідношення між категоріями працівників; - ціна робочої сили; - рівень зайнятості; - культурний рівень розвитку суспільства
3. Виробничий потенціал - основні виробничі фонди – сучасність, ефективність використання, наявність вільних потужностей, можливість швидкого їх залучення, здатність до переорієнтації відповідно до потреб ринку	3. Економічні умови - середній рівень зарплатні в галузі, економіці в цілому; - податки і пільги; - інвестиційний потенціал країни; - рівень розвитку окремих галузей; - доля наукоємної продукції в експорті країни
4. Управління - організаційна структура – можливість швидкої передачі управлінського рішення до виконавця, контрольованість; - керівний склад – професіоналізм, авторитетність, довіра; - стабільність обраного курсу	4. Природно-ресурсний потенціал - рівень забезпечення економіки власними природними ресурсами; - рівень від'ємного екологічного навантаження; - стан водних ресурсів
5. Фінансування - співвідношення власних, залучених і позичкових коштів; - можливість швидкої мобілізації значних сум; - доступність і стабільність фінансування; - можливість щодо фінансування інноваційних проєктів	5. Правове середовище - гармонійність законодавчої бази, спрямування на розвиток; - дієвість нормативних актів
6. НДДКР - наявність власної лабораторії для контролю за якістю сировини, продукції, відходів; - розробки нової продукції; - раціоналізація виробництва	6. Монополізація економіки - загальний рівень концентрації продавців; - антиitrustове регулювання; - вертикальна інтеграція

<p>7. Маркетинг</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- дослідження ринку і конкурентів;</li> <li>- розповсюдження виробленої продукції (користування наявними мережами, створення власної мережі та ін.);</li> <li>- підготовка інформації про потреби ринку щодо випуску продукції;</li> <li>- ефективність рекламних заходів (своєчасність, витратність, результативність)</li> </ul>	<p>7. Товарні ринки</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- структура галузевих ринків;</li> <li>- ємність товарних ринків;</li> <li>- вибагливість покупців;</li> <li>- стандартизація товарів;</li> <li>- стійкість позицій лідерів</li> </ul>
---	---

Велике значення для формування конкурентоспроможності підприємства та його продукції має правильний вибір стратегії свого подальшого розвитку. У сучасній теорії менеджменту виділяють кілька типів стратегій (рис. 1)

Корпоративна стратегія формується тоді, коли кампанія є диверсифікованою, тобто діє на різних ринках. Бізнес-стратегія чи конкурентна визначає, як кожен підрозділ компанії досягає конкурентної переваги на певному ринку. До основних функціональних стратегій відносять стратегії маркетингу, організації виробництва, фінансів, управління персоналом, розвитку тощо. На нашу думку, стратегія конкурентоспроможності належить до бізнес-стратегій, для її реалізації формуються і відповідні функціональні стратегії.

В процесі вибору типу формування стратегії конкурентоспроможності підприємства важливо враховувати всі фактори, що впливають на цей процес і, перш за все, аналіз зовнішнього середовища, в тому числі прямий і непрямий його вплив на підприємство, ринкову ситуацію, а також забезпечити ефективне управління всім комплексом проблем, що формують стратегію конкурентоспроможності підприємства.

Важливою умовою підвищення конкурентоспроможності підприємства є його реструктуризація. Вона, як правило, повинна проводитись у два етапи: оперативна і стратегічна.



Рисунок 1 – Система стратегій на підприємстві

Основні задачі оперативної реструктуризації:

- встановлення платоспроможності підприємства на текучий момент часу;
- створення економічних та фінансових умов для стійкого функціонування підприємств у довгостроковому періоді та забезпечення конкурентноздатності випускаємої продукції;
- створення умов для інвестиційної привабливості підприємства.

Задача стратегічної реструктуризації - залучення інвестицій для підвищення конкурентоспроможності підприємств, закріплюючи його позиції на ринку товарів та продукції, поліпшення виробничої діяльності.

Значне місце в цьому процесі займає стан інвестиційної політики органів влади місцевого (регіонального) рівня.

Головним завданням інвестиційного процесу в регіоні є:

- підвищення інвестиційної привабливості регіону слід здійснювати за допомогою використання існуючих методів і показників оцінки інвестиційних рішень, властивих ринковій економіці, таких як період окупності інвестицій, метод капіталізованої власності, метод розрахунку рентабельності інвестицій, метод внутрішньої відносної ставки, аналіз беззбитковості, аналіз чутливості інвестиційних проектів до ризику, аналіз сценаріїв;

- збалансування розвитку регіону на основі раціонального використання мінерально-сировинних та інших природних ресурсів, науково-виробничого і трудового потенціалу для покращення умов життя та діяльності, зростання добробуту усіх верств населення;

- забезпечення мінімізації ризиків при вкладенні капіталів в інвестиційну сферу регіону;

- сприяння зростанню ролі коштів населення регіонів, управління інвестиційною політикою з боку регіональних органів державної влади;

- розв'язання проблеми формування ефективної інвестиційної політики на регіональному рівні є науково обґрунтованим підходом до забезпечення умов залучення інвестицій у пріоритетні галузі економіки регіону;

- вироблення економічної стратегії розвитку регіону повинно враховувати екологічний фактор і сприяти підвищенню інвестиційної привабливості регіону, окремого підприємства;

- суміщення інноваційної політики з інвестиціями. Це має забезпечувати процеси структурної перебудови, впровадження нової техніки та технології.

Поряд з викладеним вище, підвищення конкурентоспроможності підприємств повинно передбачати також засоби по вдосконаленню на підприємстві кадрової політики, активізації маркетингової діяльності та розширення ринків збуту, підвищення рівня економічної діяльності для зниження ступеня ризику, проведення диверсифікації виробництва як виробничої (розширення асортименту продукції, що випускається) та фінансової диверсифікації і ряд інших.

Таким чином, тільки комплексний системний підхід до вирішення даної проблеми дозволяє прискорити процес підвищення конкурентоспроможності підприємств і на цій основі, поряд з іншими заходами створити передумови для становлення конкурентоспроможності регіональної економіки.

## Список літератури

1. Юданов А.Ю. Конкуренція: теорія і практика. - М.: Изд. Гном-пресс, 1998.
2. Портер М.З. Конкуренция. Пер. с англ. Учебн.пособие. - М.: изд-во дом "Вильямс", 2000.
3. Фатхудинов Р.А. Стратегический маркетинг. М.: ЗАО "Бизнес-школа", Интел-Синтез, 2000.
4. Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и тактика. - М.: Центр экономики и маркетингу, 1996.
5. Максимьюк Д.А. Управління конкурентоспроможністю. - Харків.: Основа, 2004.
6. Іваненко Л.М. Оценка конкурентоспроможности предприятия по отношению к эталону. Інститут економіки промисловості НАН України "Економіка промисловості", № 3, 2002.
7. Багрова І.В., Нефедова О.Г. Складові та фактори конкурентоспроможності. Вісник економічної науки України. Науковий журнал, № 1,2007.