

Конкурентоспроможність підприємств визначається рівнем конкурентоспроможності тієї продукції, яку воно випускає. Необхідно виділяти ту продукцію, яка приносить найбільшу вигоду підприємству навіть при невеликій її питомій вазі в галузевому обсязі продажів, вимірювану показниками ефекту й ефективності — прибутком і рентабельністю.

Перелік посилань

1. Качалина Л.М. Конкурентоспособный менеджмент / Качалина Л.М. – М. : Изд-во ЭКСМО, 2006. – 464 с.
2. Осипана Л.В. Основы коммерческой деятельности : практикум / Осипана Л.В., Синяева И.М. – М. : Банки и биржи, ЮНИТИ, 1997. – 324с. – ISBN 5-85173-093-5.
3. Охтеня А.А. Синтез и интерпретация интегрального показателя конкурентоспособности предприятия / Охтеня А.А. // Прометей: регіональний збірник наукових праць з економіки ; Донецький економіко-гуманітарний інститут МОН України; Інститут економіко-правових досліджень НАН України. – Вип. 2. – Донецьк : Юго-Восток Лтд, 2006. – С 152-155.
4. Портер М.Э. Конкуренция / Портер М.Э. ; Пер. с англ. – М.: Вильямс, 2005. – 608 с.
5. Сумець О.М. Оцінка конкурентоспроможності сучасного промислового підприємства : навч.-практ. Посібник / Сумець О.М., Сомова О.Є., Пеліхов Є.Ф. – К. : Професіонал, 2007. – 208 с.

Довгань Л.Є.

к.е.н. проф. НТУУ «КПІ»

Панченко В. П.

НТУУ «КПІ»

МОДЕЛЮВАННЯ ТА ВИЗНАЧЕННЯ РІВНЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ

В розрізі даної роботи проаналізовано алгоритм розрахунку основних способів визначення конкурентоспроможності продукції, визначені шляхи підвищення рівня конкурентоспроможності продукції в сучасних умовах.

In the context of this work analyzed the main methods of calculation algorithm of determining the competitiveness of products, identified ways to improve the competitiveness of production in modern conditions.

Ключові слова: конкурентоспроможність, якість, критерії.

Вступ. У сучасних умовах успішна діяльність підприємств багато в чому залежить від їх здатності виробляти і пропонувати на ринок якісну та конкурентоспроможну продукцію чи послуги, які здатні задовольняти специфічні потреби покупців (замовників) і вимоги, що вони пред'являють до характеристик товарів та послуг. Тому головною задачею для підприємств є виробництво конкурентоспроможної, а значить і якісної продукції.

Серед науковців немає спільної думки стосовно визначення конкурентоспроможності, тому в літературі можна зустріти ряд визначень цього поняття. Дослідженню конкурентоспроможності присвячені праці таких вчених: М.В. Спірної, А.О. Мельник, Ю. Гохберга та багато інших.

На мій погляд, вдалим є наступне визначення: *конкурентоспроможність* - це більш високе в порівнянні з товарами-субститутами співвідношення сукупності якісних характеристик товару і витрат на його придбання і споживання (експлуатацію) при їх відповідності вимогам ринку чи його певного сегменту.

Постановка задачі. Метою дослідження є визначення основних способів оцінки конкурентоспроможності продукції та запропонування ефективних шляхів підвищення рівня конкурентоспроможності продукції в сучасних умовах.

Методологічна основа ґрунтується на методах порівняльного та системного аналізу, статистичного дослідження, комплексного узагальнення.

Результати досліджень. Конкурентоспроможність товарів закладається ще на стадії проектування. У процесі виробництва матеріалізуються найважливіші (визначальні) елементи конкурентоспроможності виробів: *якість і витрати*. Моделювання та визначення рівня конкурентоспроможності продукції є необхідною передумовою для її продажу (реалізації) на відповідному ринку.

Можна виділити п'ять основних критеріїв конкурентоспроможності продукції: *якість, ціна реалізація, реклама, забезпечення технічного обслуговування*.

Кількісну оцінку конкурентоспроможності однопараметричних об'єктів (1) можна зробити, користуючись формулою:

$$K_{\Pi} = \frac{E_{оп}}{E_{пк}} \cdot k'_1 \cdot k'_2 \cdot k'_n \quad (1)$$

де K_{Π} - конкурентоспроможність продукції на конкретному ринку, частка одиниці; $E_{оп}$, $E_{пк}$ - ефективність відповідно оцінюваної продукції і продукції-конкурента, одиниця корисного ефекту/одиниця валюти; k'_1, k'_2, k'_n - коригуючі коефіцієнти, що враховують конкурентні переваги.

Ефективність продукції (2) визначається зіставленням її корисного ефекту за нормативний строк служби ($E_{кнс}$) із сукупними витратами протягом життєвого циклу ($B_{сжц}$), тобто

$$E_{оп(пк)} = \frac{E_{кнс}}{B_{сжц}} \quad (2)$$

Конкурентоспроможність підприємства включає в себе конкурентоспроможність продукції (3), тому можна визначати інтегральний показник конкурентоспроможності товару (4). Алгоритм розрахунку показника:

визначаються окремі показники конкурентоспроможності товару шляхом їхнього порівняння з базовими, еталонними чи показниками для товарів-конкурентів:

$$Q_i = \frac{P_i}{P_{i0}} \quad (3)$$

де: Q_i – показник, конкурентоспроможності по i -му параметрі; P_i - величина i -го параметра товару; P_{i0} - величина 1-го параметра для товару-еталона.

Розраховується інтегральний показник конкурентоспроможності (зведений індекс конкурентоспроможності):

$$K = \sum_{i=1}^n \alpha_i \cdot Q_i \quad (4)$$

де n – число оцінюваних параметрів; α - вага i -го параметра.

Очевидно, що чим ближче Q наближається до одиниці, тим ближче по набору оціночних параметрів даний товар відповідає еталонному зразку (). Можна сформулювати деякий гіпотетично ідеальний товар, наділивши його за кращими параметрами товарів даної групи.

При оцінці конкурентоспроможності конкретного товару його можна порівняти з подібним і продуктами-конкурентами (зразками-конкурентами), для яких також було проведено подібне порівняння з еталонним, і зробити висновок про їхню порівняльну конкурентоспроможність. Коли подібне порівняння проводиться тільки з продуктом-конкурентом, то $Q < 1$ означає, що аналізований товар уступає зразку по конкурентоспроможності; при $Q > 1$ - перевершує, при рівній конкурентоспроможності $Q = 1$.

На рівень якості й конкурентоспроможності продукції впливає багато різнопланових чинників. Досягти необхідного рівня якості та конкурентоспроможності реалізовуваних на відповідних ринках товарів можна різними способами, скоординованими в часі і просторі (рис. 1).

Конкурентоспроможність товару прямопропорційна неоплаченій (або отриманій покупцем безоплатно) частині споживчої цінності товару. Тому прибуток може бути збільшено за рахунок двох факторів: або шляхом зниження витрат, або за допомогою підвищення доходів (рис. 2).

Висновки. Період, коли забезпечення необхідної конкурентоспроможності відбувалось при мінімальних зусиллях, пройшов. А з ним змінюються і критерії оцінки останніх. Впровадження новітніх технологій та виробництво конкурентовищої продукції зумовлює необхідність пошуку нового формату прийняття управлінських рішень щодо просування продукції на ринки та виходу підприємств на новий конкурентний рівень. Соціально-економічне значення підвищення якості і конкурентоспроможності продукції полягає в тому, що заходи такого спрямування сприяють формуванню ефективнішої системи господарювання за умови ринкових відносин.

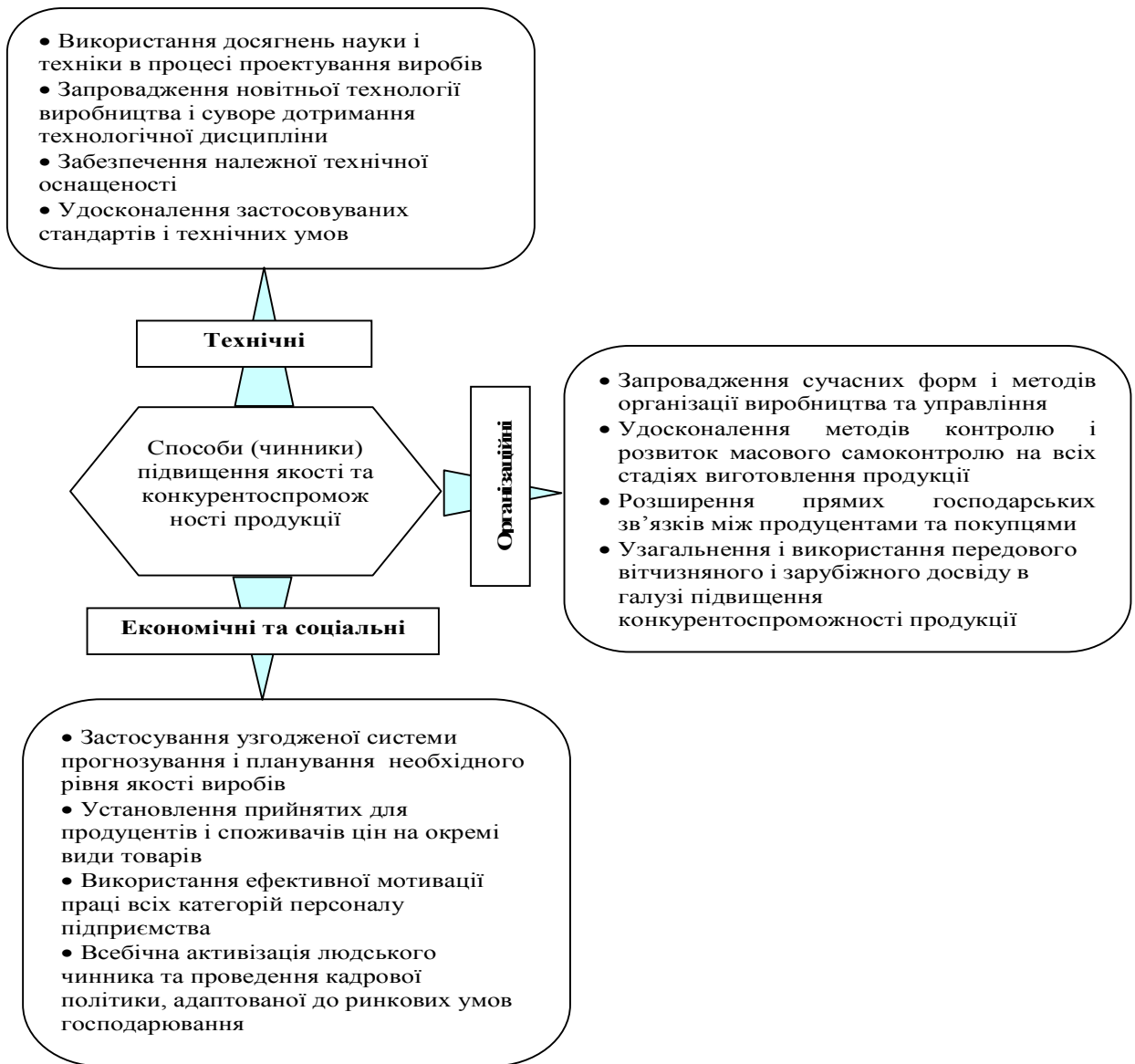


Рис. 1. Основні способи (чинники) підвищення якості та конкурентоспроможності продукції підприємства

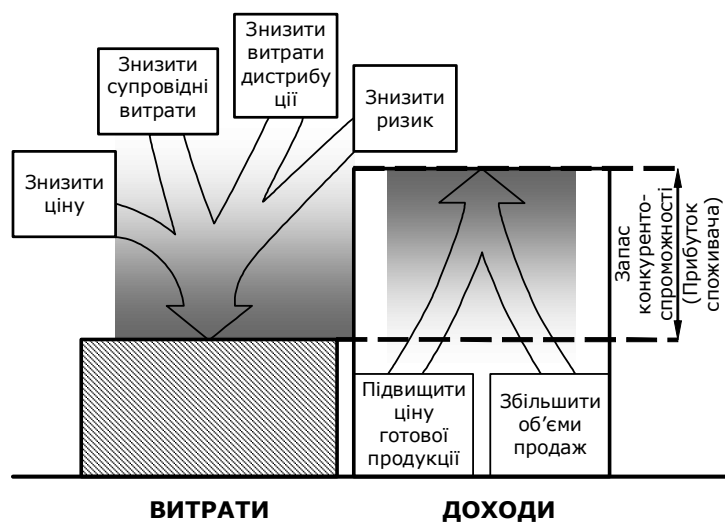


Рис. 2. Підвищення конкурентоспроможності товару в очах споживача

Перелік посилань

1. Бабич Л.М. Аналіз напрямків підвищення міжнародної конкурентоспроможності українських підприємств в умовах економічного глобалізму / Л.М. Бабич // Вісник ТУП. Економічні науки. – 2003. – №6. – Ч.2. – 78-81 с.
 2. Зозульов О. Про посилення конкурентних переваг підприємства / О. Зозульов // Економіка України. – 2003. – №8. – 33-38 с.
 3. Кротков А.М. Конкурентоспособность предприятия: подходы к обеспечению, критерии, методы оценки / А.М. Кротков, Ю. Еленова // Маркетинг в России и за рубежом. – 2001. – №6. – 56-69 с.
 4. Мельник А.О. Конкурентоспроможність вітчизняних підприємств у системі інтеграційних процесів / А.О. Мельник // Вісник ТУП. Економічні науки. – 2003. – №6. – Ч.2. – 170-173 с.
 5. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент / Р.А. Фатхутдинов. – М. : Издательско-книготорговый центр «Маркетинг». – 2002. – 892 с.
-

Войтко С. В.

к.е.н., доцент НТУУ «КПІ»

Ма Пин,

аспирантка НТУУ «КПІ»

КОМПЛЕКСНАЯ ОЦЕНКА СТРАТЕГИЧЕСКИХ ФАКТОРОВ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯМИ СВАРОЧНОГО ПРОИЗВОДСТВА УКРАИНЫ

Рассмотрено проблематику использования системы стратегического планирования на предприятиях сварочных производств. Выделены основные группы стратегических факторов управления и планирования. Предложена методика расчета интегрального показателя динамики хозяйственно-экономической деятельности. Приведен расчет показателя для предприятий сварочных производств и произведено их ранжирование.

We consider the perspective of the use of strategic planning at the enterprises of welding production. The following major groups of strategic factors, management and planning: the technique of calculating the integral index of the dynamics of household and economic activities. We calculate this indicator for the enterprise manufactures welding and produced their ranking.

Ключевые слова: управление, стратегические факторы, предприятия сварочных производств, интегральный показатель динамики.

Вступлення. Большинство предприятий сварочной промышленности использует тот потенциал, который предоставляется им ввиду развитой прикладной и фундаментальной науки на базе ИЭС им. Е.О. Патона. Успешная