

процесів міжнародної подетальної, агрегатної, та технологічної спеціалізації виробництва, охоплює, передусім, галузі, що визначають напрями науково-технологічного прогресу держав світового співтовариства.

Література

1. Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» № 959-ХІІ від 16.04.1991, Розділ І, стаття 1.
2. Кооперация. Страницы истории: В 3-х т. Т.1. Избранные труды российских экономистов, общественных деятелей, кооператоров-практиков: В 3 кн. Кн. 1. 30-40е годы XIX – начало XX века. – М.: Наука, 1999. – 768 с.
3. Новицький В.С. Міжнародна економічна діяльність України : підруч. – К.: КНЕУ, 2003. – 948 с.
4. Туган-Барановський М.І. Політична економія : курс популярний.- К., “Наукова думка”, 1994. – 264 с.
5. Циганкова Т.М. Міжнародна торгівля : навч. посіб. / Т.М. Циганкова, Л.П. Петрашко, Т.В. Кальченко. – КНЕУ, 2002. – 448 с.

338.32

*Кучер В.А., д.е.н., професор,
Донецький національний технічний університет*

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВИ ВИЗНАЧЕННЯ РІВНЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Фінансово-економічні кризи роблять, негативний вплив на потенціал промислових підприємств: скорочуються (або взагалі припиняються) інвестиції в процесні і продуктові інновації, старіє і зношується основний капітал, виснажуються науково-технічні заділи, ідуть найбільш кваліфіковані і молоді працівники. Перед підприємствами виникає актуальна задача внутрішньої самооцінки і прогнозування свого стану з погляду виконання властивих їм виробничих функцій, уживання заходів захисту цих функцій, тобто забезпечення фінансової безпеки виробництва від різних проявів зовнішнього і внутрішнього походження, що впливають на потенціал підприємства, створення системи моніторингу індикаторів безпеки, обґрунтування і встановлення їхніх граничних значень, уживання заходів протидії погрозам. Уявляється, що вирішальну роль в підвищенні конкурентоспроможності промислових підприємств повинні відігравати нові методичні основи визначення рівня конкурентоспроможності підприємства.

Проблеми підвищення конкурентоспроможності виникають перед кожним підприємством не тільки в кризові періоди, але і при роботі в стабільному економічному середовищі, комплекс розв’язування при цьому цільових задач має істотне розходження [1, с. 14]. Згідно з положеннями работ [2, с. 75; 3, с. 55] у режимі стійкого функціонування підприємство при рішенні задач своєї фінансової безпеки акцентує головну увагу на підтримці нормального ритму виробництва і збуту продукції, на запобіганні матеріального або фінансового збитку, на недопущенні несанкціонованого доступу до службової інформації і руйнування комп’ютерних баз даних, на протидії несумлінній конкуренції і кримінальних проявів. В роботі [4, с. 7] автор справедливо ноголошує на тім, що виробнича сфера ефективно працюючого підприємства, якщо вона вчасно піддається необхідній модернізації, не є джерелом економічного неблагополуччя (фінансової небезпеки) як для колективу підприємства і його власника, так і для тих агентів ринку, що користуються продукцією підприємства, тобто його суміжників і споживачів.

Той факт, що більшість підприємств і досить знаходяться у критичному стані і при цьому витримують конкурентоспроможності з іноземними товаровиробниками підтверджує необхідність пошуку нових наукових розробок в області забезпечення ефективності реалізації продукції. Проблема ускладнюється тим, що розробки західних фахівців часто не можуть бути застосовані для вітчизняних умов господарювання, а розробки вітчизняних вчених часто не доведені до конкретних практичних алгоритмів.

Тому метою статті є розробка концептуальних основ визначення рівня конкурентоспроможності підприємства і доведення їх до практичної методики з можливістю апробації на конкретному промисловому підприємстві.

Конкурентоспроможність промислового підприємства може по-різному трактуватися представниками державного апарата управління, громадськості й адміністрації підприємства. У процесі розгляду проблеми забезпечення безпеки промислового підприємства спираються на

наступні припущення. По-перше, генеральною метою промислового підприємства є одержання максимального прибутку в процесі виробництва і реалізації продукції, надання послуг, по-друге, підприємство прагне робити тільки ті витрати, що дозволяють одержати дохід, або зменшити можливі витрати в майбутньому. Наприклад, витрати на дослідження ринку, витрати на рекламу, витрати на закупівлю нового обладнання традиційно вважаються продуктивними, тобто здатними принести прибуток; а витрати на сплату штрафів, ліквідацію аварій і катастроф – непродуктивними, котрих варто уникати [5, с. 88].

PEST-аналіз – це інструмент історично сформованого чотирьохелементного стратегічного аналізу зовнішнього середовища: (1) для кожного конкретного складного об'єкту існує свій особливий набір ключових факторів, що безпосередньо й найбільш істотним образом впливає на нього; (2) аналіз кожного з виділених аспектів проводиться системно, тому що ці аспекти тісним і складним образом зв'язані між собою; (3) значима зміна кожного з аспектів, як правило, впливає на весь ланцюжок; (4) такі зміни в кожному конкретному випадку можуть стати погрозою розвитку об'єкта, або, навпаки, новою стратегічною можливістю його майбутнього успішного розвитку. При проведенні PEST-аналізу необхідно проаналізувати можливий вплив на діяльність підприємства чотирьох основних факторів макроекономічного середовища: Political політичний; Economic економічний; Social соціальний; Technological технологічний [6].

Політичний фактор зовнішнього середовища вивчається в першу чергу для того, щоб мати ясне подання про наміри органів державної влади відносно розвитку суспільства й про кошти, за допомогою яких держава припускає запроваджувати в життя свою політику.

Аналіз економічного аспекту зовнішнього середовища дозволяє зрозуміти, як на рівні держави формуються й розподіляються економічні ресурси. Для більшості підприємств це є найважливішою умовою їхньої ділової активності.

Типові PEST-фактори макрооточення, розглянуті при стратегічному аналізі зовнішнього середовища підприємства, наведені на рис. 1.

Політика й право - P	Економіка - E
<p>Політика:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Програми, які намагаються провести в життя різні партії • Групи лобіювання, що існують в органах державної влади • Відношення уряду до різних галузей економіки й регіонам країни • Можливі зміни в законодавстві й правовому регулюванні в результаті прийняття нових законів і нових норм, що регулюють економічні процеси • Ідеологія, що визначає політику уряду влади • Стабільність уряду • Заможність уряду проводити свою політику • Ступінь суспільного невдоволення • Чинність опозиційних політичних структур <p>Право:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Дієвість правової системи, що зложилися традиції в цій області • Процесуальна сторона практичної реалізації законодавства • Ступінь правової захищеності • Динамізм правового середовища • Рівень суспільного контролю за діяльністю правової системи суспільства • Ступінь обов'язковості правових норм • Поширення дії правових норм на всі організації • Невідворотність застосування санкцій до організації у випадку порушення її правової норми 	<ul style="list-style-type: none"> • Величина валового національного продукту • Темп інфляції • Рівень безробіття • Процентна ставка • Продуктивність праці • Норма оподаткування • Платіжний баланс • Норми нагромадження • Тип і рівень розвиненості конкурентних відносин • Рівень освіченості робочої сили • Величина заробітної плати • Загальний рівень економічного розвитку • Природні ресурси, що добуваються • Тип і рівень розвиненості конкурентних відносин • Структура населення
Соціальна сфера - S	Технологія - T
<ul style="list-style-type: none"> • Мобільність людей • Рівень утворення • Ріст населення • Демографічна структура суспільства • Поділювані людьми цінності • Існуючі в суспільстві звичай і вірування • Відношення людей до роботи і якості життя 	<ul style="list-style-type: none"> • Можливість виробництва нової продукції • Можливість удосконалення виробленої продукції • Модернізація технології виготовлення й збуту • Процес перенесення технології з лабораторій у високотехнологічні галузі

Рис. 1. Типові PEST-фактори макрооточення, розглянуті при стратегічному аналізі зовнішнього середовища підприємства

Вивчення соціального компонента зовнішнього оточення спрямоване на те, щоб усвідомити й оцінити вплив на бізнес таких соціальних явищ, як відношення людей до праці і якості життя, мобільність людей, активність споживачів і ін.

Аналіз технологічного компонента дозволяє передбачати можливості, пов'язані з розвитком науки й техніки, вчасно перешикуватися на виробництво й реалізацію технологічно перспективного продукту, спрогнозувати момент відмови від використовуваної технології.

З урахуванням PEST-аналізу можна сформулювати стратегію розвитку ВАТ „Донгірмаш”. Політичні фактори повністю сприяють розширенню ринку збуту до Росії, оскільки відносини між нашими країнами позитивно розвиваються. Економічне становище зовнішнього оточення дещо покращилось, що висловлюється у збільшенні платоспроможності вугледобувних підприємств (вони є основними споживачами продукції ВАТ „Донгірмаш”). Рівень технології виробництва на ВАТ „Донгірмаш” достатньо розвинутий і за умови інноваційного розвитку підприємства уявляється можливим покращення якості і технічних характеристик виробів ВАТ „Донгірмаш”.

Відправним моментом у плануванні конкурентоспроможності підприємства є вибір базової стратегії. Вихідними даними для вибору базової стратегії служать як макроекономічні чинники, так і внутрішні можливості підприємства, що визначаються циклом його розвитку, а основне завдання, що вирішується при цьому, полягає у забезпеченні узгодженості між цілями і ресурсами. На рис. 2 наведено існуючу сегментацію ринку постачальників гірничого обладнання на шахти Донбасу.



Рис. 2. Існуюча сегментація ринку постачальників гірничого обладнання на шахти Донбасу

Як результат спроб досягнення такого узгодження і виникають альтернативні варіанти. Кожному з них відповідає конкретний блок методів із забезпечення обраних напрямків діяльності, удосконалення організаційної структури і системи управління, зі стимулювання, підбору, ранжирування і підвищення кваліфікації кадрів, освоєння виробництва нових видів продукції, методів просування її на ринок. На рис. 3 наведено алгоритм визначення конкурентоспроможності підприємства.

Оцінка показників конкурентоспроможності продукції була виконана на основі найбільш поширеного типу механізованої кріпи МК-200У, що виробляється підприємством ВАТ „Донгірмаш”. Цей тип кріпи в даний час підприємство реалізує шахтам Донбасу. Оскільки кріп такої модифікації не виробляється іншими заводами, з ціллю порівняння даного типу кріпи і її аналогів нами були визначені аналогічні типи кріпи, які за своїми якісними характеристиками повністю відповідають даному типу. Далі дану кріп і її аналоги було порівняно з ціллю визначення конкурентоспроможності. Аналогі даної кріпи випускають ВАТ "Дружковський машзавод", Торецький машзавод (Росія), ЗАТ "Буран", ОАО "Точмаш".

На першому етапі нами було проведено опит кваліфікованих спеціалістів дозволив встановити, що кріп можна порівняти за такими чинниками: 1) ціна; 2) надійність в експлуатації; 3) ремонтпригідність; 4) безпека експлуатації.

Далі на наступному етапі визначили вагомість цих показників у загальному показнику конкурентоспроможності продукції. У результаті було встановлено, що вагомість ціни складає 0,3; надійності в експлуатації – 0,3; ремонтпригідності – 0,2; безпека експлуатації – 0,2.

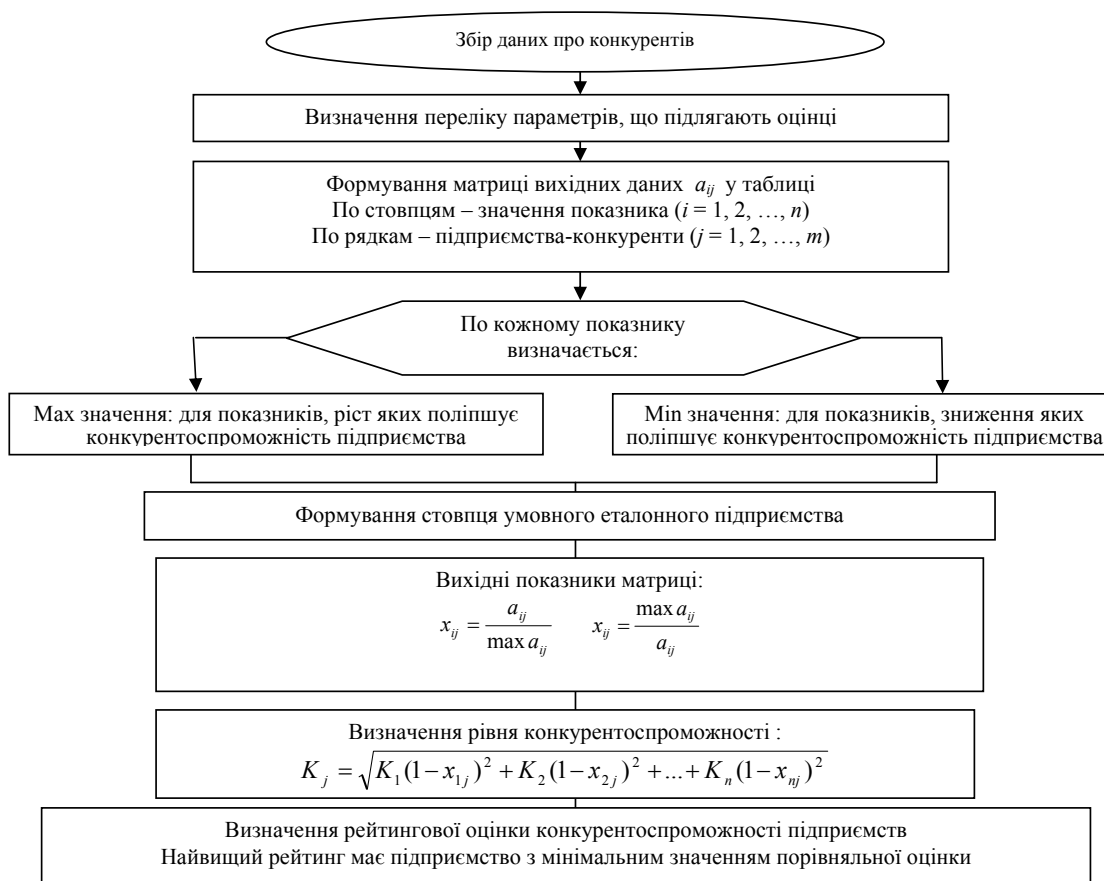


Рис. 3. Алгоритм визначення конкурентоспроможності підприємства

В табл. 1 наведено розраховані показники конкурентоспроможності продукції (на прикладі механізованої кріпи МК-200У і її аналогів).

Таблиця 1

Показники конкурентоспроможності продукції
(на прикладі механізованої кріпи МК-200У і її аналогів)

Підприємство	Показники								K(j)	Ранг
	Ціна, тис. грн		надійність		ремонтпригідність		безпека експлуатації			
	Значення	0,3	Значення	0,3	Значення	0,2	Значення	0,2		
ОАО "Точмаш"	169,34	1	4	0,8	5	1	4	1	0,064	1
ВАТ "Дружковський машзавод"	202,3	0,837074	3	0,6	5	1	4	1	0,299	4
Горецький машзавод (Росія)	170,21	0,994889	5	1	3	0,6	4	1	0,171	3
ЗАТ "Буран "	194,3	0,871539	3	0,6	4	0,8	3	0,75	0,393	5
ВАТ "Донгірмаш"	182,15	0,929673	4	0,8	5	1	4	1	0,072	2
Еталон	169,34		5		5		4		1,000	

Як видно з результатів розрахунку табл. 1 ВАТ „Донгірмаш” за рівнем кокурентоспроможності кріпи МК-200У і її аналогів займає друге місце в групі. На першій сходинці кріп ОАО „Точмаш”, яка має найвищий загальний показник рейтингу кокурентоспроможності. На рис. 4 наведено графік конкурентоспроможності продукції підприємств машинобудівної галузі (на прикладі механізованої кріпи МК-200У і її аналогів).

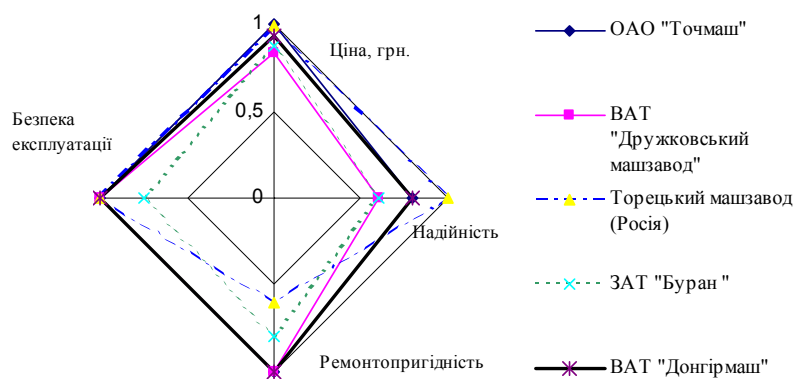


Рис. 4. Графік конкурентоспроможності продукції підприємств машинобудівної галузі (на прикладі механізованої кріпії МК-200У і її аналогів)

Далі визначимо загальну конкурентоспроможність цієї групи підприємств, які діють в одному сегменті ринку. Для цього були відібрані такі показники: рентабельність роботи підприємства, частки од., частка витрат на інновації, %, загальна надійність продукції, частка сегменту ринку, %.

У результаті опиту експертів було встановлено таку значущість даних показників: рентабельність роботи підприємства – 0,3; частка витрат на інновації – 0,3; загальна надійність продукції – 0,2; частка сегменту ринку – 0,2.

В табл. 2 наведено результати розрахунків показників конкурентоспроможності підприємств.

Таблиця 2

Показники конкурентоспроможності підприємства

Підприємство	Показники								R(j)	Ранг
	рентабельність, частки од.		частка витрат на інновації, %		загальна надійність продукції		частка сегменту ринку, %			
	Значення	0,3	Значення	0,3	Значення	0,2	Значення	0,2		
ВАТ "Донгірмаш"	1,02	0,761	4	0,33	4	0,8	39	1	0,187	3
ВАТ "Дружковський машзавод"	1,16	0,865	9	0,75	4	0,8	14	0,358	0,135	1
Торецький машзавод (Росія)	1,34	1	12	1	5	1	6	0,153	0,168	2
ЗАТ "Буран"	0,89	0,664	6	0,5	3	0,6	9	0,230	0,305	5
ОАО "Точмаш"	0,92	0,686	9	0,75	4	0,8	9	0,230	0,205	4
Еталон	1,34		12		5		39		1,000	

Як видно з результатів розрахунку загальної конкурентоспроможності підприємств ВАТ „Донгірмаш” посідає лише третю сходинку зі значенням рангу – 0,0792. На першому місці – ВАТ "Дружковський машзавод" зі значенням рангу 0,0571. На другому – Торецький машзавод (Росія) зі значенням 0,0715. На рис. 5 показано графічне зображення загальної конкурентоспроможності підприємства.

Організаційно служба маркетингу повинна бути підлеглою безпосередньо генеральному директору ВАТ „Донгірмаш”, що забезпечує незалежність її положення по відношенню до інших підрозділів і об'єктивну оцінку можливостей підприємства при розробці його маркетингової політики. В своїй діяльності служба маркетингу повинна взаємодіяти з підрозділами підприємства, що беруть участь в досягненні його виробничо-комерційної мети.

У результаті використання запропонованого алгоритму виявлено, що практично вся продукція ВАТ „Донгірмаш” відповідає вимогам ринку, в наслідок чого підприємство може охопити нову ринкову нішу. Також, в процесі дослідження, було виявлено ряд недоліків, а саме: (1) відсутність єдиного методологічного підходу до маркетингової концепції ВАТ „Донгірмаш”; (2) орієнтацію керівництва ВАТ „Донгірмаш” на застарілі маркетингові концепції «інтенсифікації комерційних зусиль» і «удосконалення виробництва»; (3) відсутність єдиної служби маркетингу на підприємстві і цілеспрямованій діяльності в області управління маркетинговою діяльністю; (4) відсутність ясных

стратегічних цілей і планів компанії та лінійних підрозділів.

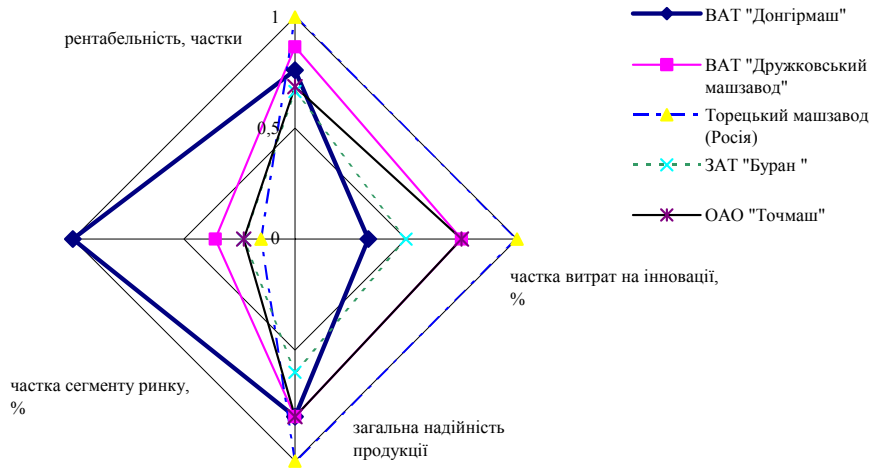


Рис. 5. Загальна конкурентоспроможність підприємства

Одним із методів підвищення конкурентоспроможності ВАТ „Донгірмаш” є прогнозування та планування збуту. Доведено та внесено рекомендації щодо оптимізації даного процесу на підприємстві. Також, для зміцнення конкурентних позицій ВАТ „Донгірмаш” на російському ринку запропоновано переглянути такі економічні складові конкурентоспроможності як ціна товару.

Література

1. Андрейчук В.Г. Менеджмент: принятие решения, риск / В.Г. Андрейчук, Л. Бауэр. – К.: КНЕУ, 1999. – 219 с.
2. Бабаев Н.С. «Абсолютная» безопасность или приемлемый риск? / Н.С. Бабаев, И.И. Кузьмин // Управление компанией. – 2006. – №1. – С. 75-81.
3. Бурков В.Н. Моделирование экономических механизмов обеспечения безопасности // В.Н. Бурков, А.В. Щепкин // Проблемы безопасности при чрезвычайных ситуациях. – 2006. – №3. – С. 55-68.
4. Клейнер Г.Б. Предприятие в нестабильной экономической среде: риски, стратегии, безопасность / Г.Б.Клейнер, В.Л.Тамбовцев, Р.М. Качалов. – М.: Экономика, 2004. – 288 с.
5. Козьяков А.Ф. Управление промышленной безопасностью // Г.Б. Клейнер, В.Л. Тамбовцев, Р.М. Качалов / Менеджмент в России и за рубежом. – 2005. – №3. – С.85-90.
6. Карлоф Б. Деловая стратегия: концепция, содержание, символы / Б. Карлоф. – Пер. с англ. – М.: Экономика, 2001. – 248с.

65.052

Пожарицька І.М., к.е.н., доцент,
Національна академія природоохоронного та курортного будівництва

МЕТОДИКИ ЗБОРУДАНИХ ПО ТУРИСТСЬКИХ ВИТРАТАХ

У світовому експорті сьогодні туризм займає третє місце. На першому місці нафта і нафтопродукти, що становлять 8,9%, на другому – автомобільна промисловість - 7,7%, третє місце туризму – 7,4% – с його наростаючою динамікою підтверджує прогнози експертів Всесвітньої туристичної організації (ВТО) про те, що ця сфера економіки вже в найближче десятиріччя вийде на перше місце в обсязі світового експорту [6, с. 24].

Аналіз функцій рекреаційно- туристичної сфери підтверджує, що цей сектор національної економіки за наявності необхідних передумов вже не можна розглядати як другорядний в контексті сучасних соціально економічних пріоритетів. Саме така методологічна послідовність дозволяє трактувати рекреаційно-туристичну діяльність як найважливіший чинник не тільки забезпечення ефективного природокористування і підвищення рівня здоров'я населення, але і в широкому значенні слова як умова підвищення якості життя громадян України і реалізації принципів їх безпеки життєдіяльності.