

УДК 005.332.4

ПИЛИПЕНКО ОЛЕНА,*кандидат економічних наук, доцент**Донбаського державного педагогічного університету, м. Слов'янськ***МУРТАЗИНА НАТАЛІЯ,***аспірант Національного університету біоресурсів і природокористування, м. Київ*

МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТНИМИ ПЕРЕВАГАМИ ПІДПРИЄМСТВА

У статті розглянуто методологічні підходи до формування системи управління конкурентними перевагами підприємства в контексті розвитку функцій менеджменту. Визначено чинники, які впливають на формування конкурентних переваг, наведено структуру системи конкурентних переваг підприємства, що враховує динамізм внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства.

Ключові слова: конкурентні відносини; конкурентоспроможність; конкуренція; конкурентні переваги; конкурентна боротьба; управління конкурентними перевагами; стратегія конкуренції.

Постановка проблеми. Формування конкурентних відносин сприяє створенню розвинутого, цивілізованого ринку, що включає сферу виробництва й товарообміну. Завдяки активному інтересу до проблем підвищення конкурентоспроможності суб'єктів господарювання, що виник унаслідок розвитку ринкових відносин, з'явилася велика кількість розробок, спрямованих на вирішення цієї проблеми.

Для сформованих концептуальних підходів до управління конкурентними перевагами характерна безліч відмінностей, що стосуються не тільки понятійного апарату, а й постановки цілей, теоретико-методологічної та практичної бази процесу дослідження та аналізу ринку.

Зміни в економіці, що супроводжуються посиленням конкуренції та глобалізацією ринків, вимагають формування конкурентних переваг господарюючих структур як цілісної системи в забезпеченні конкурентоспроможності підприємства на національному та світовому ринках [4; 7].

Проте ключовою ланкою дослідження конкурентних переваг є саме конкурентні переваги підприємства як окремої відкритої соціально-економічної одиниці, у якій виробляється продукція, створюються послуги, що можуть бути реалізовані завдяки адекватній системі менеджменту, обраних стратегій розвитку та компетенцій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Сутність конкурентних переваг в економічній літературі розглядається з позицій можливості випереджати конкурентів за рахунок певних дій та факторів; більш раціонального використання ресурсів; певної цінності, компетенції в порівнянні з конкурентами.

Питанням розробки методології управління конкурентними перевагами різних об'єктів присвячені роботи як закордонних учених-економістів - Ф. Котлера, М. Портера, А. А. Томпсона, І. Ансоффа, Г. Асселя, так і вітчизняних дослідників - Е. М. Азаряна, А. Є. Воронкової, В. Г. Герасимчука, І. Л. Ре-

шетникової, Г. В. Осовської, Л. І. Федулової, Ю. Ф. Ярошенка. Зокрема, проблемі аналізу конкуренції в галузі присвятили свої праці Г. Л. Азоев, А. П. Градов, Н. К. Мойсеева, Н. Е. Симеонова, Р. А. Фатхутдінов, А. Д. Юданов, Е. П. Пешкова, Е. П. Голубков, А. Н. Романов, А. А. Бревнов, Г. Л. Багієв та інші.

Незважаючи на значні досягнення в теорії й практиці управління конкурентоспроможністю підприємства, є ряд проблем, які залишаються предметом дискусій та обговорень учених-економістів. Так, у більшості наукових праць використовується універсальний підхід при визначенні ролі конкурентних переваг підприємства в процесах збільшення присутності на ринку з урахуванням посилення інтенсивності галузевої конкуренції. При цьому недостатньо систематизовані поняття й методологія для вивчення рівня конкурентоспроможності підприємства як найважливішого інструмента посилення позицій підприємства в конкурентній боротьбі, слабо досліджені питання розробки й практичного використання кількісного підходу для оцінки результатів управління конкурентними перевагами.

У методологічному плані потребує розвитку функція діагностики. Основні методологічні положення діагностики як системної цілісності розроблені В. Г. Герасимчуком [3]. Методологічні підходи доведені ним за більшістю напрямків діагностики до рівня методик. Однак окремі з них потребують подальшого розвитку. Це, насамперед, діагностичні прийоми в системі управління антикризовою діяльністю, потенціалом, організаційним розвитком, конкурентними перевагами тощо.

Метою цієї статті є визначення методологічних підходів до формування системи управління конкурентними перевагами підприємства.

Виклад основного матеріалу. Сутність поняття конкурентних переваг підприємств ми розглядаємо як категорію, що нерозривно пов'язана із поняттями теорії конкуренції, а саме: конкурентоздатності,

конкурентоспроможності, конкурентостійкості, конкурентної позиції, конкурентного статусу, конкурентної стратегії, конкурентного потенціалу.

Дослідження поняття сутності конкурентних переваг, дозволить зрозуміти механізм конкуренто-

спроможності, розкрити його внутрішні зв'язки. Погоджуємося з точкою зору Л. В. Буценко на те, що конкурентні переваги необхідно розглядати системно, адже кожна з окремих ланок є основою наступної (рис. 1) [1, с. 138].

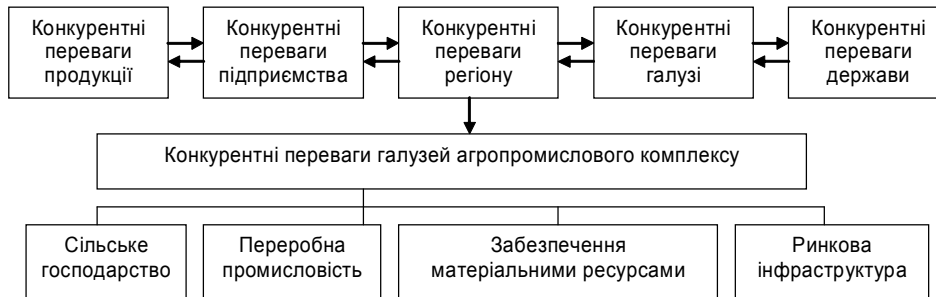


Рис. 1. Логічний зв'язок формування конкурентних переваг.

Г. В. Осовська зазначає, що конкурентоспроможність варто розглядати як сукупність споживчих і вартісних характеристик продукції, що визначають її порівняльні позиції на ринку збуту [5]. Автор акцентує увагу на тому, що в економічній літературі найчастіше конкурентні переваги ототожнюються з можливостями фірми більш ефективно розпоряджатися наявними ресурсами, тобто її конкурентоспроможністю. Така аналогія, звичайно, має під собою вагомі підстави, тому що зміст конкурентоспроможності трактується як здатність випереджати суперників у досягненні поставлених економічних цілей. Разом із тим, між цими поняттями є причинно-наслідкові відмінності. Конкурентоспроможність є результатом, що фіксує наявність конкурентних переваг, без останніх неможлива конкурентоспроможність. Але наявність окремих конкурентних переваг не означає автоматичної переваги. Лише в комплексі вони можуть впливати на вибір оптимального рішення.

Поняття "конкурентна перевага" й "конкурентоспроможність" мають різні інтерпретації залежно від об'єкта, до якого вони застосовуються.

Досвід показує, що суттю формування стратегії конкуренції є взаємозв'язок підприємства та його зовнішнього середовища. Релевантне зовнішнє середовище є дуже широким, оскільки в нього входять соціальні та економічні фактори, проте ключовий аспект зовнішнього оточення підприємства - це галузь, у якій воно веде конкурентну боротьбу. Структура галузі істотно впливає на визначення правил конкурентної гри, а також потенційних стратегій підприємства. Чинники за межами галузі мають переважно відносне значення; оскільки зовнішні фактори, як правило, впливають на всі підприємства галузі, справа полягає в різних можливостях підприємств пристосовуватися до цього впливу.

Інтенсивність конкуренції в галузі не є ані збігом обставин, ані невезінням. Швидше, конкуренція в галузі виростає з фундаментальної економічної структури останньої й означає щось значно більше, ніж поведінку існуючих конкурентів. Стан конкуренції в галузі залежить від п'яти основних чинників (за М. Портером) [6]. Сукупний вплив цих чинників визначає потенціал граничного прибутку в галузі, де потенціал прибутковості вимірюється в показниках довгострокової віддачі від інвестованого капіталу.

Для вибору стратегії конкурентоспроможності важливим моментом є визначення конкурентних переваг організації.

Конкурентні переваги організації - це ті характеристики, властивості товару або марки, які утворюють для організації певні переваги над прямими конкурентами. Ці характеристики можуть стосуватися як основного товару (послуги), так і доповнюючих товарів (послуг), форми виробництва, збуту, продажу, інших аспектів діяльності, що є специфічними для організації. Конкурентні переваги визначаються в порівнянні з конкурентом, який посідає найкращу позицію на ринку.

Відносні переваги організації можуть зумовлюватися різними чинниками. Найтипівішими з тих, що забезпечують конкурентні переваги, М. Портер вважає:

- нові технології;
- нові запити покупців;
- появу нового сегмента ринку;
- зміну вартості або наявності компонентів виробництва.

Конкурентні переваги організації можуть бути "зовнішніми" й "внутрішніми".

"Зовнішні" конкурентні переваги засновуються на характеристиках товарів, які утворюють цінність витрат, або за рахунок підвищення ефективності. Такі конкурентні переваги збільшують ринкову силу організації. Стратегія, що базується на зовнішніх конкурентних перевагах - це стратегія диференціації. У цьому разі організація орієнтується на з'ясування та задоволення споживачів, не задоволених наявними товарами та послугами.

"Внутрішні" конкурентні переваги ґрунтуються на перевагах організації щодо витрат виробництва, управління організацією або товаром, створюють умови для досягнення меншої собівартості, ніж у конкурента й забезпечують більшу рентабельність і стійкість до зниження ціни реалізації товару (послуг), що наві'язується ринком або конкурентами. Стратегія, заснована на внутрішніх конкурентних перевагах, - це стратегія лідерства у витратах [5].

Конкурентні переваги організації поділяються на два типи:

1. Переваги високого рангу, пов'язані з наявністю в підприємства високої репутації, кваліфікованого персоналу, патентів, розвиненого маркетингу, заснованого на використанні сучасних технологій, сучасного менеджменту, довготривалих зв'язків із покупцями. Вони довше зберігаються й дають змогу досягати вищої прибутковості організації.

2. Переваги низького рангу, що базуються на

використанні дешевої робочої сили, доступності джерел сировини, не такі стійкі, оскільки можуть бути скопійовані конкурентами.

Конкурентні переваги не є вічними, вони завойовуються та утримуються тільки завдяки постійному вдосконаленню сфер діяльності. Основними напрямками захисту конкурентних переваг можуть бути монополії на ринку, патенти, ноу-хау, доступ до джерел сировини або до комунікацій. При визначенні конкурентних переваг організація має орієнтуватися на запити споживачів і пересвідчитися в тому, що ці переваги є цінними для них [8].

Управління конкурентними перевагами підприємств та їх розвитком - складний процес, що у першу чергу залежить від низки факторів зовнішнього та внутрішнього середовища.

Внутрішні фактори, що впливають на ефективне

функціонування підприємства, це фактори, які визначаються всередині підприємства й залежать від рівня системи менеджменту, матеріальних та нематеріальних активів.

Управління конкурентними перевагами розглядається як функція управління діяльністю підприємства в цілому, що пов'язана з управлінням господарською діяльністю підприємства, досягненням його стратегічної цілі та розвитку [2]. Це система, що складається з підсистем відповідно до функціональних сфер підприємства, які не функціонують ізольовано й потребують узгодження та координації дій окремих напрямків, відзначається відкритістю, своєчасним реагуванням та адаптацією до зміни зовнішньої та внутрішньої інформації. Структура системи конкурентних переваг підприємства представлена на рис. 2.



Рис. 2. Структура системи конкурентних переваг.

Таким чином, мета системи управління конкурентними перевагами зводиться до забезпечення інтегрального показника конкурентних переваг підприємства, підтримки показників конкурентних переваг на рівні функціональних підсистем і, отже, оптимізації всіх показників, що є частковими до загальної цілі.

Висновки

1. Конкурентні переваги слід розглядати системно, виходячи з класифікації їх видів, через організаційний взаємозв'язок окремих складових та джерел формування конкурентних переваг, що в результаті визначають синергійний ефект у досягненні успіху підприємства в ринковому середовищі.

2. Досягнення конкурентних переваг вимагає формування необхідної системи управління останніми, що враховуватиме динамізм внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства в гармонійному взаємозв'язку із соціально-економічним, технологічним та природним середовищем. Це вимагає обґрунтування методологічного підходу до побудови динамічної системи управління конкурентними перевагами та послідовних дій її формування.

ЛІТЕРАТУРА

1. Буценко Л. В. Методологічні засади формування конкурентних переваг підприємства та їх оцінка / Л. В. Буценко // Система менеджменту інституціональної трансформації

економіки України (теоретико-методологічний аспект) : [колективна монографія] / [за заг. ред. О. Д. Гудзинського]. - К. : ТОВ "Аграр Медіа Груп", 2012. - С. 137-147.

2. Воронкова А. Е. Управлінські рішення в забезпеченні конкурентоспроможності підприємства: організаційний аспект : [монографія] / А. Е. Воронкова, Н. Г. Калужна, В. І. Оленко. - Харків : ВД "ІНЖЕК", 2008. - 512 с.

3. Герасимчук В. Г. Розвиток підприємства: діагностика, стратегія, ефективність : [монографія] / В. Г. Герасимчук. - К. : Вища шк., 1995. - 265 с.

4. Крючкова І. В. Конкурентоспроможність економіки України: стан і перспективи підвищення / І. В. Крючкова. - К. : Основа, 2007. - 488 с.

5. Осовська Г. В. Базові стратегії конкуренції: теоретико-методологічні засади / Г. В. Осовська, Т. М. Барбаріч // Актуальні проблеми теорії і практики менеджменту в умовах трансформації економіки : матеріали Ш Всеукраїнської міжвузівської науково-практичної конференції студентів, аспірантів і викладачів. - Рівне, 2010. - С. 274-276.

6. Портер Майкл Е. Стратегія конкуренції / М. Е. Портер ; [пер. з англ.]. - К. : Основи, 1998. - 390 с.

7. Фатхутдинов Р. А. Глобальна конкурентоспроможність. На стол с современному руководителю : [монографія] / Р. А. Фатхутдинов. - М. : Стандарты и качество, 2009. - 463 с.

8. Федулова Л. І. Актуальні проблеми менеджменту в Україні : [монографія] / Л. І. Федулова. - К. : Фенікс, 2005. - 320 с.

9. Ярошенко Ю. Ф. Формирование организационно-экономического механизма повышения конкурентоспособности предприятия : дисс. ... канд. экон. наук : 08.06.01 / Ю. Ф. Ярошенко. - Харьков, 2001. - 223 с.

Пилипенко Елена,

кандидат экономических наук, доцент

Донбасского государственного педагогического университета, г. Славянск

Муртазина Наталия,

аспирант Национального университета биоресурсов и природопользования, г. Киев

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ФОРМИРОВАНИЮ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТНЫМИ ПРЕИМУЩЕСТВАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ

В статье рассмотрены методологические подходы к формированию системы управления конкурентными преимуществами предприятия в контексте развития функций менеджмента. Определены факторы, влияющие на формирование конкурентных преимуществ, приведена структура системы конкурентных преимуществ предприятия с учетом динамики внешней и внутренней среды предприятия.

Ключевые слова: конкурентные отношения; конкурентоспособность; конкуренция; конкурентные преимущества, конкурентная борьба, управление конкурентными преимуществами; стратегия конкуренции.

Pylypenko Olena,

Ph.D. in Economics, Assistant Professor of Donbas State Pedagogical University, Sloviansk

Murtazina Nataliia,

Post-graduate student of the National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine, Kyiv

METHODOLOGICAL APPROACHES TO THE FORMATION OF THE COMPETITIVE ADVANTAGES OF THE ENTERPRISE MANAGEMENT

A lot of distinct features are typical for the formed conceptual approaches to the management of the competitive advantages. They do not only touch upon the conceptual apparatus but also upon the way the purposes are put, the theoretic-methodological and the practical base of the investigation process and the market analysis.

But first of all the competitive advantages of an enterprise become the main link in the investigation of those advantages. Enterprise is a separate social-economic unit where certain goods are produced, services that may be realized thanks to the adequate system of management, strategies and competences of the development are provided.

The essence of the competitive advantages is considered in the special economic literature from the view point of: the possibilities of leaving behind the rivals due to certain actions and factors; more rationalized use of different resources; certain value and competence in comparison with the competitors.

The essence of the notion of competitive advantages we consider as the category inseparably connected and inter-conditioned with the notion of the theory of competition, namely: competitiveness, competitive ability, competitive stability, competitive position, competitive status, competitive strategy, and competitive potential.

The essence of forming the strategy of competition lies in the inter-connection between the enterprise and its outer surrounding. Relevant outer surrounding is rather wide because it includes different social and economic factors, but the key aspect of the outer encirclement of the enterprise is the field it wages his competitive struggle in. The structure of this particular sphere greatly influences the definition of the rules of the competitive play as well as the potential strategies of the enterprise.

Competitive advantages are not eternal; they are gained and kept only thanks to the constant improvement of the spheres of activity. The main directions in defending the competitive advantages may be monopolies at the market, patents, know-how, access to the sources of raw materials or communications. In defining the competitive advantages the organization should orient itself towards the consumers' demands and make sure these advantages are valuable for them.

The aim of the system of managing the competitive advantages is to secure the integral index of the competitive advantages of the enterprise, to sustain the indices of those advantages on the level of the functional subsystems, thus attaining the optimal indices, but this is a local moment in comparison with the general purpose.

The competitive advantages should be considered through the system of their types' classification, through the organizational connection of separate constituents and sources of forming the competitive advantages. As a result they all define the synergic effect in achieving success by the enterprise in the market encircling.

Keywords: competitive relationships, competitiveness, competition, competitive advantage, competition, management of competitive advantage, competitive strategy.

REFERENCES

1. Butsenko L.V. (2012), «Methodological principles of formation of competitive advantage and their evaluation», *Management system is the institutional transformation of the economy of Ukraine (theoretical and methodological aspects)*, Monograph, in Hudzynski O.D. (Eds.), Kyiv, pp. 137-147. (ukr).
2. Voronkova A.E., Kaliuzhna N.H. & Olenko V.I. (2008), *Management decisions to ensure the competitiveness of the enterprise: organizational aspect*, Monograph, Kharkov, 512 p. (ukr).
3. Herasymchuk V.H. (1995), *Enterprise Development: diagnosis, strategy, performance*, Monograph, Kyiv, 265 p. (ukr).

4. Kriuchkova I.V. (2007), *Competitiveness of the Economy of Ukraine: status and prospects of increasing*, Institute of Economics and Forecasting of NAS of Ukraine, Kyiv, 488 p. (ukr).
5. Osovska H.V. & Barbarich T.M. (2010), «The basic competitive strategy: theoretical and methodological foundations», *Actual problems of the theory and practice of management in economic transformation. Materials III All-Ukrainian inter-university scientific conference of students and teachers*, Rivne, pp. 274-276. (ukr).
6. Porter M.E. (1998), *Competitive Strategy*, Kyiv, 390 p. (ukr).
7. Fatkhutdinov R. A. (2009), *Global competitiveness. On the table modern manager*, Monograph, Moscow, 463 p. (rus).
8. Fedulova L.I. (2005), *Actual problems of management in Ukraine*, Monograph, Kyiv, 320 p. (ukr).
9. Yaroshenko Yu.F. (2001), *Formation of organizational-economic mechanism to improve the competitiveness of enterprises*, Thesis for the degree of candidate of economic sciences after specialty 08.00.01 «Economic theory», Kharkov, 223 p. (rus).

© Пилипенко Олена, Муртазіна Наталія
Надійшла до редакції 24.06.2013

УДК 330.142.211

ПОЛУЯНОВ ВОЛОДИМИР,

*доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри економіки та фінансів
Донецького національного технічного університету*

ЧЕРНОВА АНАСТАСІЯ,

*магістрант Автомобільно-дорожнього інституту
Донецького національного технічного університету*

АНАЛІЗ ДИНАМІКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ОСНОВНИХ ФОНДІВ В ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ

У роботі досліджена динаміка зміни за видами економічної діяльності вартості основних фондів, обсягу реалізованої продукції й фондівддачі. Досліджено вплив кожного із зазначених факторів на показник фондівддачі. Наведено результати кореляційного аналізу зв'язку між ланцюговими індексами фондівддачі й реалізованої продукції, обґрунтовано основні напрями вдосконалення аналізу ефективності використання основних фондів в економіці.

Ключові слова: основні фонди; фондівддача; факторний аналіз.

Постановка проблеми. Ефективність функціонування економіки країни значною мірою залежить від стану та динаміки ефективності використання основних фондів підприємств. Однак побудова ринкових відносин в Україні не сприяла зростанню фондівддачі, оновленню основних фондів на прогресивній основі і з використанням останніх досягнень науково-технічного прогресу. Стан основних фондів у масштабах усієї економіки та ефективність їх використання погіршується, що вимагає постійного моніторингу з метою виявлення сформованих тенденцій і тих факторів, які цьому сприяли. У зв'язку із цим були й продовжують залишатися актуальними дослідження, спрямовані на виявлення динаміки ефективності використання основних фондів в економіці України.

Останні дослідження й публікації. Аналізу ефективності використання основних виробничих фондів та резервів їх підвищення присвячено багато праць українських економістів, авторами яких є І. Артюхова, Є. Єременко [1], Н. Волошина, В. Гірна [2], Ю. Капітанець [4], О. Кундеус [5], Т. Логутова, С. Бессонова, О. Анісімова [6], Т. Маренич, О. Луценко [7], І. Приварникова [9], В. Тітяєв, О. Таряник, Г. Біляєва [11], А. Череп, А. Клименко [12], І. Чорна [13]. У цих працях охарактеризована наявність та

структура основних засобів підприємств, а також чинники, що обумовили негативні тенденції процесів з їх використання та оновлення; подано рекомендації щодо підвищення ефективності використання наявних основних засобів та прискорення оновлення на промислових підприємствах в умовах обмежених ресурсів; обґрунтовуються шляхи раціонального відтворення основного капіталу підприємств та підвищення ефективності його використання; наводяться результати аналізу стану, структури й динаміки основних засобів та інвестиційної діяльності в Україні з метою вироблення обґрунтованих пропозицій щодо підвищення привабливості інвестиційного клімату держави, а також удосконалення механізму регуляції процесів відтворення основного капіталу.

Ряд робіт із окресленої тематики має вузьку галузеву спрямованість. Так, публікація Т. Г. Маренич, О. А. Луценко [7] орієнтована на сільськогосподарське виробництво, І. В. Артюхової, Е. В. Єрьоменко [1] - на специфіку оцінки ефективності використання основних засобів на залізниці, В. І. Тітяєва, О. М. Таряник, Г. В. Біляєвої [11] - на підприємства ЖКГ.

Однак, незважаючи на значну кількість наукових праць й істотні досягнення в цьому напрямку, на думку багатьох дослідників, теорія та методика