

ПЛАНУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ: СУТНІСТЬ ТА ВЛАСТИВОСТІ

О.П.Романко

ІФНТУНГ, 76019, м. Івано-Франківськ, вул. Карпатська 15, тел. (03422) 40137
e-mail: public @nung.edu.ua

Рассмотрены и проанализированы различные взгляды авторов на трактовку категории «конкурентоспособность предприятия» и «планирование». Подано впервые теоретическое определение «планирование конкурентоспособности машиностроительных предприятий». Выделены и охарактеризованы основные свойства планирования конкурентоспособности.

Different approaches for categories “competitiveness of enterprises” and “planning” have been considered and analyzed. For the first time a theoretical definition of “planning of competitiveness for machine-building enterprises” has been given. The main properties of planning a competitiveness have been stressed and characterized.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Формування в Україні конкурентних відносин машинобудівних підприємств ставить до сучасних суб'єктів ринку вимогу належно реагувати на дію об'єктивного ринкового явища - конкуренції, й забезпечувати конкурентоспроможність таких підприємств. На сьогоднішній день актуальним є питання системного підходу в процесі підвищення конкурентоспроможності підприємства, тобто ведення послідовної, конкурентної боротьби за сегмент ринку збуту.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Термінологічна однозначність є методологічною базою для здійснення наукових досліджень у будь-якій сфері. Льяшенко В.А. наголошує, посилаючись на Кантора І.М., що понятійно-термінологічний склад науки має характеризуватись точністю, однозначністю інтерпретацій, дефінітивністю та системністю. Це твердження значною мірою стосується трактування поняття «конкурентоспроможність підприємства», оскільки загалом існує велике різноманіття поглядів та позицій щодо тлумачення цієї категорії [1].

Етимологічно термін «конкурентоспроможність» визначається як здатність об'єкта змагатись з іншими аналогічними об'єктами за право бути обраним. При цьому ключовий вибір здійснюється за наявності відмінних ознак об'єкта – його конкурентних переваг [2]. Слід зауважити, що наведене вище трактування не дає можливості мірою надати визначення поняттю «конкурентоспроможність підприємства», оскільки воно лише побічно пов'язано із проблемою вибору.

На думку Хамініч С., конкурентоспроможність є багатогранною і багаторівневою категорією, яка в ринкових умовах стає інтегральною характеристикою господарюючого суб'єкта щодо його відповідності об'єктивним (зовнішнім відносно нього) економічним умовам. Конкурентоспроможність є поняттям відносним, тобто конкурентоспроможність підприємства можна виявити тільки серед групи підприємств,

які належать до однієї галузі або виготовляють товари-субститути. [3]

Цілі статті. Ідентифікація поняття „планування конкурентоспроможності машинобудівного підприємства” та виокремлення її властивостей.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Проаналізувавши поняття „конкурентоспроможність підприємства” можна умовно розділити визначення на три групи.

До першої групи визначень конкурентоспроможності підприємств основу категорії становить ефективність виробничої діяльності. Можливість ефективної господарської діяльності і її практичної прибуткової реалізації в умовах конкурентного ринку, що забезпечується усім комплексом наявних у підприємства засобів [4].

Визначення конкурентоспроможності підприємства другої групи ототожнюють поняття конкурентність товару та конкурентоспроможність підприємства, відповідно і оцінка підприємства ґрунтується на оцінці конкурентоспроможності його товару. Такий підхід зустрічається в роботах [5], однак, на нашу думку він містить низку недоліків. Наприклад, підприємство може мати конкурентоспроможний товар і при цьому в нього буде низький конкурентний потенціал, або навпаки.

Визначення конкурентоспроможності підприємства третьої групи засновано на порівняльних перевагах різного виду. В даному випадку під конкурентоспроможністю розуміють його здатність досягати конкурентних переваг над іншими підприємствами на конкретному ринку. [6] Подібні визначення представляються неточними внаслідок відсутності чітких пояснень природи порівняльних переваг.

Виявивши недоліки розглянутих визначень дозволю зробити уточнення: **конкурентоспроможність підприємства машинобудівної галузі** – це здатність машинобудівного підприємства зберігати, розвивати існуючі або створювати нові конкурентні переваги при дійсному або запланованому збільшенні реальних доходів.

Конкурентна перевага – будь-яка ексклюзивна цінність, якою володіє підприємство і яка дає йому перевагу над конкурентами. [7]. Способи поведінки суб'єктів на ринку з метою реалізації ними конкурентних переваг є конкурентною боротьбою.

Машинобудівний комплекс України повинен розвиватися за логікою, причинно-наслідковою послідовністю, виходячи з наявних і потенційних економічних ресурсів галузі, на базі наукових економічних, технічних знань з урахуванням досвіду і тенденцій сучасного світового економічного розвитку. Перехідний період „первинного накопичення капіталу”, принципу „прибутковість одного дня” в українській економіці затримався час продуманих системних заходів планування конкурентоспроможності машинобудівних підприємств.

Процес планування вважається функцією менеджменту і розглядається як вид діяльності. Усі підприємства займаються цим видом діяльності, однак немає двох організацій, які б планували однаково [8]. **Планування конкурентоспроможності машинобудівного підприємства** – це процес, що триває впродовж всього часу існування підприємства, у всіх його підрозділах. Даний процес відбувається з метою підвищення конкурентоспроможності підприємства загалом. Враховуючи ознаку планування як економічну категорію, можна стверджувати, що призначення планування конкурентоспроможності машинобудівних підприємств полягає в завчасному врахуванні можливості всіх внутрішніх та зовнішніх факторів, що забезпечують сприятливі умови для нормального функціонування і розвитку підприємства в машинобудівному комплексі.

Планування конкурентоспроможності відбувається в певному середовищі і передбачає розроблення комплексних заходів, що визначають послідовність досягання конкретних цілей та можливість найефективнішого використання ресурсів кожним виробничим підрозділом і підприємством загалом.

Фінансово-господарська та виробнича діяльність враховує мету – формування успішної політики планування конкурентоспроможності. Планування конкурентоспроможності розробляється на трьох рівнях: стратегічному, тактичному, оперативному. У кожний рівень входять завдання, при вирішенні яких досягається ціль машинобудівного підприємства у боротьбі з конкурентами.

Результати проведених досліджень, вивчення теорії та практики за зазначеною проблемою дають змогу стверджувати, що категорія «планування конкурентоспроможності машинобудівного підприємства» характеризується переліком властивостей, а саме:

– порівнянність: планування конкурентоспроможності підприємства визначається та досліджується у порівнянні з реальними конкурентами, які виготовляють аналогічну продукцію чи товари-замінники;

– просторовість: планування конкурентоспроможності підприємства визначається

в межах певного конкретного підприємства;

– динамічність: поняття конкурентоспроможності є обмеженим у часі, адже підприємство може бути конкурентоспроможним у одному періоді, і втратити ці позиції в іншому періоді; тобто конкурентоспроможність підприємства не є сталою величиною;

– предметність: передбачає виокремлення переліку та сукупності показників, які формують планування конкурентоспроможності підприємства;

– врахування внутрішніх та зовнішніх умов функціонування: при оцінюванні чи прогнозуванні планування конкурентоспроможності машинобудівного підприємства необхідно враховувати усю сукупність чинників, що вплинули чи потенційно можуть вплинути на її формування;

– системність: передбачає врахування усієї сукупності параметрів та умов, що формують планування конкурентоспроможності машинобудівного підприємства, а також взаємозв'язки між ними та взаємовпливи.

Висновки. Запропоновано теоретичне визначення терміну планування конкурентоспроможності машинобудівного підприємства та визначені його основні властивості. Слід зауважити, що формування планування конкурентоспроможності підприємства відбувається у певному середовищі функціонування, з огляду на це перспективами подальших досліджень є виокремлення пріоритетних завдань забезпечення планування конкурентоспроможності машинобудівних підприємств з метою виокремлення системи показників, що дають змогу здійснити оцінку виконання завдань і відповідної мети підприємства.

Література

1 Ільяшенко В.А. Рейтингове управління конкурентоспроможністю продукції та підприємства / В.А. Ільяшенко // Держава та регіони. – 2004. – №3. – С. 91-94.

2 Жамойда О.О. Концепція конкурентоспроможності товару / О.О. Жамойда // Вісник економічної науки України. – 2007. – №2(12). – С. 41-45.

3 Хамініч С. Методика інтегральної оцінки рівня конкурентоспроможності промислового підприємства / Світлана Хамініч // Економіст. – 2006. – №10. – С. 59-61. (С. 59)

4 Фатхудинов Р.А. Стратегический маркетинг / Р.А. Фатхудинов. – М.: ЗАО «Бизнес-школа «Интел-Синтез»», 2000. – 640 с.

5 Кузьмін О.Є. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства: [підручник] / О.Є. Кузьмін, Н.І. Горбаль. – Львів: Компакт-ЛВ, 2005. – 304 с. (С. 34)

6 Рыночная экономика: словарь / под общ. ред. Г.Я. Кипермана. – М.: Республика, 1993. – 524 с.

7 Рікі В. Гріфін, Володимир Яцура. Основи менеджменту / підручник. – Львів: Бак-2001. – 605 с.