

УДК 005.332.4:658.152

Білявський В.М.,
канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри менеджменту
зовнішньоекономічної діяльності підприємств
Шепута М.М.,
магістрант
Національний авіаційний університет

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ ЙОГО ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ

Biliavskiy V.M.,
cand.sc.(econ), assoc. prof., associate professor at the department
of management of foreign economic activities of enterprises
Sheputa M.M.,
master
National Aviation University

COMPETITIVENESS OF THE ENTERPRISE AS A FACTOR OF INCREASING ITS INVESTMENT ATTRACTIVENESS

Постановка проблеми. У сучасних умовах посилення конкурентної боротьби перед підприємствами постають проблеми підвищення власної конкурентоспроможності. Розвиток виробничих програм потребує залучення додаткових фінансових ресурсів. Тому, виникає потреба у залученні інвестицій за допомогою розробки стратегії інвестиційної привабливості підприємства, що досягається завдяки підвищенню його конкурентних переваг.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналіз літературних джерел свідчить про те, що загальним питанням розробки та підвищення конкурентоспроможності підприємств приділено достатньо уваги. І. Ансофф та Е. Дж. Макдоннелл досліджували проблеми підвищення конкурентних переваг підприємства [1], в той час як І. Должанський, Т. Загорна та О. Удалих детально описали теоретико-методологічні аспекти управління потенціалом підприємства [2], а Н. Прищепа в свою чергу здійснила аналіз і провела класифікацію основних конкурентних стратегій підприємств [3]. Але питанням систематизації особливостей конкурентоспроможності підприємства, як фактора інвестиційної привабливості приділено недостатньо уваги.

Постановка завдання. Метою даної роботи є дослідження основних напрямів удосконалення конкурентоспроможності підприємства, як фактора його інвестиційної привабливості.

Виклад основного матеріалу дослідження. В сучасних умовах жорсткої конкурентної боротьби можливість виживання організації залежить від її здатності відповідати на всезростаючі потреби ринку. Необхідність підвищення конкурентоспроможності підприємства на сучасному етапі розвитку економіки обумовлено потребою в залученні додаткових джерел фінансування для реалізації проектів, які можуть підвищити прибутковість господарської діяльності підприємства. Тому, надзвичайно важливою стає розробка універсальних механізмів підвищення конкурентних переваг підприємства, що дозволяють формувати відповідну інвестиційну привабливість для залучення додаткових ресурсів.

Існують різні наукові підходи до визначення поняття «конкурентоспроможності». Але найбільш вдалим, на наш погляд, є визначення М. Портера, який під останнім розумів «...порівняльну характеристику підприємства, яка відображає різницю між рівнем ефективності використання на ньому всіх видів ресурсів порівняно з аналогічними показниками підприємств-конкурентів певної однорідної групи» [4, с.76]. Відштовхуючись від цього визначення, можна дійти такого висновку, що конкурентоспроможність – це спроможність підприємства функціонувати в умовах загострення конкурентної боротьби та отримувати додаткову частку прибутку завдяки ефективно налагодженій взаємодії внутрішніх параметрів із зовнішніми можливостями підприємства. Поняття оптимальної взаємодії внутрішніх параметрів підприємства пов'язане з використанням наявної кваліфікації, а також людського капіталу співробітників підприємства, на формування якого впливає якісно побудована організаційна культура, стан комунікативних процесів, технологія виробництва, якість організації операційного процесу тощо з метою удосконалення та розробки заходів з підвищення ефективності господарської діяльності підприємства. Оновлення товарних позицій та технологій їх виробництва,

удосконалення процесів надання для формування інвестиційної привабливості, дозволяє вирішити проблему нестачі власного капіталу для реалізації низки заходів та отримання додаткового економічного ефекту.

Збільшення частки ринку залежить від розвитку внутрішнього потенціалу підприємства, який визначається використанням можливостей зовнішнього середовища для отримання якісного економічного ефекту. Конкурентоспроможність підприємства – це набір певних характеристик, що дозволяє не тільки вижити за сучасних умов загострення конкурентної боротьби, а й займати лідируючі позиції та утримувати прихильність клієнтів. Удосконалення процесів внутрішнього середовища дає можливість ефективно використовувати можливості, що надає ринок. Заволодіння увагою клієнтів дозволяє підприємству забезпечити надходження додаткових ресурсів за рахунок вибору покупцями продукції даного підприємства серед інших.

Підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства має стратегічний характер та висуває вимоги до виконавців у вигляді реалізації заходів у довготривалій перспективі. Основними вимогами якої є:

- визначення критеріїв, що допомагають оцінити стан та перспективи розвитку конкурентної позиції підприємства по відношенню до його конкурентів;
- розробка планів реалізації конкурентної стратегії, направленої на підвищення конкурентоспроможності підприємства у відповідності з поставленими цілями;
- реалізація запланованих заходів, направлених на підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Реалізація конкурентної стратегії, направленої на підвищення конкурентних позицій підприємства зазнає впливу факторів внутрішнього та зовнішнього середовищ. Аналіз впливу цих факторів дозволяє комплексно підійти до вирішення та цілеспрямованого формування перспектив подальшої реалізації вищезазначеної стратегії. Серед факторів зовнішнього впливу можна виділити такі: нормативно-правова система країни, податкова система країни, рівень охоплення ринку конкурентами, наявність сировини та її постачальників, стан економіки, розвиток науки і техніки. Тоді як до факторів внутрішнього середовища можна віднести: технологію виробництва, якість організації операційного процесу, рівень менеджменту, розвиток трудового потенціалу працівників, систему мотивації праці, розвиток комунікативних процесів та організаційної культури, а також фінансово-економічне забезпечення. Комплексний аналіз цих факторів формує неупереджене уявлення про рівень розвитку підприємства та дозволяє суб'єкту господарювання визначити основні напрямки подальшого удосконалення внутрішнього потенціалу з метою його адаптації до потреб ринку. Врахування ж факторів зовнішнього середовища дозволяє підприємству визначити основні шляхи підвищення ефективності внутрішніх параметрів у відповідності до потреб конкретного конкурентного ринку. Основні етапи реалізації цих заходів забезпечують виконання етапів розвитку внутрішнього середовища у логічній послідовності, які дозволяють об'єктивно підійти до вирішення поставлених завдань. Послідовність планування етапів удосконалення внутрішніх параметрів підприємства представлено на рис. 1.

Таким чином, правильно сформований план дій дозволяє підприємству визначити основні критерії, які потребують детального опрацювання з метою налагодження роботи кожного компонента, як єдиного цілого. Реалізація заходів з удосконалення внутрішніх параметрів підприємства має структурно-логічну послідовність, яка передбачає перехід до наступного етапу лише після завершення попереднього. Кожен етап включає основні завдання, які допомагають вирішити поставлену проблему в комплексному відношенні, а останній етап дає можливість виявити відхилення фактичного результату від запланованого та передбачає повернення до попередніх етапів з метою коригування можливих помилок, які виникають під час реалізації планових заходів.

Оцінка конкурентних переваг підприємства є інструментом, за допомогою якого визначається місце підприємства на конкурентному ринку, що здійснюється на основі співставлення основних показників господарської діяльності з показниками підприємств-конкурентів та визначається за допомогою таких параметрів, як:

- здатність підприємства відповідати заданим потребам ринку;
- спроможність ефективного функціонування на різних ринках;
- забезпечення виготовлення продукції високої якості з відповідними споживчими характеристиками;
- рівень охоплення ринку товарами або послугами;
- ефективність використання внутрішнього потенціалу підприємства;
- рівень прибутковості підприємства;
- якість маркетингових заходів, що відображають загальну маркетингову діяльність підприємства;
- рівень прихильності споживачів, що характеризується вибором продукції підприємства, а не продукції конкурентів.

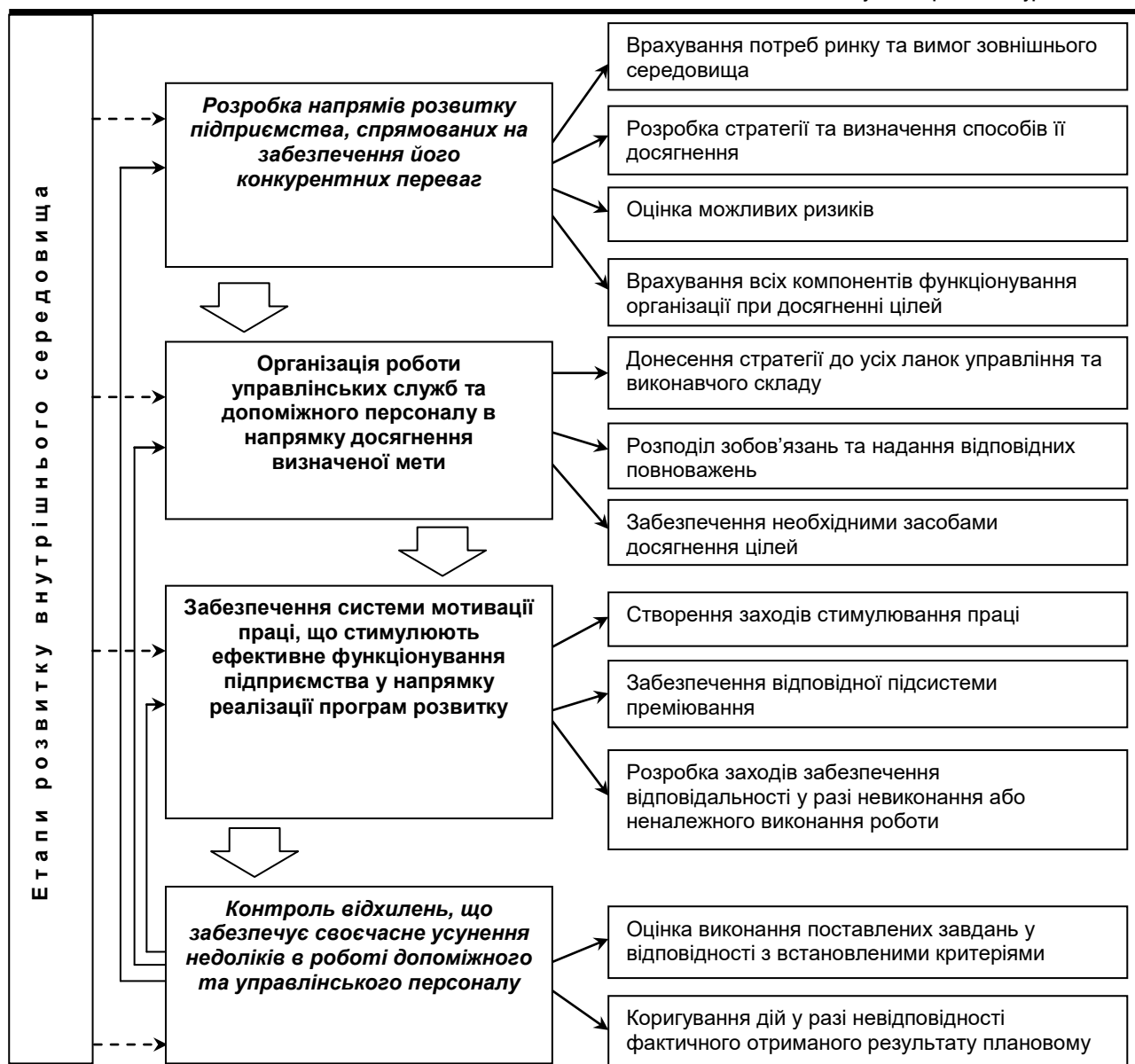


Рис. 1. Послідовність планування етапів щодо удосконалення внутрішніх параметрів функціонування підприємства

Джерело: сформовано авторами на основі [5]

Таким чином, оцінка конкурентоспроможності дозволяє підприємству визначити основні слабкі сторони, які потребують додаткової уваги, необхідної для закріплення своїх конкурентних позицій та формування ефективної конкурентної стратегії у відповідності до всезростаючих потреб ринку. Управління процесом розробки цієї стратегії передбачає реалізацію складових, що забезпечують підприємство додатковими конкурентними перевагами у довгостроковій перспективі. Реалізація конкурентної стратегії дає можливість підприємству підвищити свою інвестиційну привабливість, основною метою якої є залучення інвестиційних ресурсів для отримання додаткового прибутку. Тому під інвестиційною привабливістю підприємства слід розуміти сукупність позитивних факторів, які його виокремлюють від підприємств конкурентів, тобто сукупність характеристик, яким володіє підприємство, що визначає його місце серед альтернативних варіантів інвестування.

Таким чином, оцінювання привабливості об'єкта інвестування здійснюється на основі аналізу компонентів його внутрішнього середовища, як комплексного рішення для вкладення залучених ресурсів, з метою отримання соціально-економічного ефекту. Тому під інвестуванням ресурсів слід розуміти вкладення капіталу у вигляді грошових коштів в структуру або об'єкт господарювання, так і забезпечення об'єкта іншими матеріальними та нематеріальними цінностями, наприклад, у вигляді засобів праці, нових інноваційних технологій, консультування у сфері виробництва та надання послуг, можливості безкоштовного навчання персоналу, переоснащення чи заміни застарілого обладнання на нове тощо [6].

Актуальним напрямком підвищення інвестиційної привабливості підприємства є дослідження напрямів з удосконалення всіх компонентів, що забезпечують його функціонування як цілісного механізму [7–8]. До таких напрямів слід віднести:

1. Удосконалення операційного процесу за допомогою підвищення його інтенсивності, а також за рахунок удосконалення відносин з клієнтами та процесів їх обслуговування, що включають в себе обслуговування та консультування, надання гарантій та відповідальність за утилізацію товару після його використання або закінчення терміну придатності.

2. Реалізація заходів щодо підвищення рівня використання матеріально-технічної бази та устаткування. Забезпечення раціонального використання обладнання дозволяє підприємству використовувати весь можливий потенціал для підвищення його фондівіддачі. Матеріально-технічна база ж підприємства включає в себе усі наявні технічні засоби, що використовуються для створення продукції, обслуговування на місця продажу, реалізації робочих та комунікативних функцій тощо.

3. Удосконалення управління логістичними процесами на підприємстві, що досягається за рахунок економії часу та ресурсів на етапі господарської діяльності та здійснюється у такій послідовності:

- оптимізація транспортних та інформаційних потоків;
- впровадження сучасних інноваційних технологій, які забезпечують якісне управління логістичними потоками;
- удосконалення управління логістичними процесами;
- економія витрат на усіх рівнях діяльності підприємства.

4. Підвищення рівня комунікативних та інформаційних процесів на підприємстві.

Сучасний бізнес потребує володіння актуальною та неупередженою інформацією для забезпечення оптимізації управлінських процесів на досліджуваному підприємстві. Тому, імплементація інформаційних систем дозволить підприємству своєчасно отримувати необхідну інформацію, що забезпечить поєднання як внутрішніх, так і зовнішніх компонентів бізнес-середовища, додасть організаційної гнучкості та підвищить рівень комунікативної взаємодії між суб'єктами ринкової діяльності.

5. Забезпечення розвитку інноваційної діяльності та інноваційної політики на досліджуваному підприємстві. Інновації на підприємстві стосуються усіх елементів господарської діяльності підприємства, що забезпечить реалізацію нових підходів щодо вирішення завдань виробничої, управлінської, технологічної діяльності і безпосередньо впливають на загальну політику підприємства, формуючи тим самим спосіб досягнення стратегічних цілей, а також ідеологію та напрямок його подальшого функціонування.

6. Ефективне використання інструментів людського капіталу, яке досягається за рахунок:

- ефективного добору та розстановки кадрів;
- створення чітко регламентованої системи мотивації праці;
- удосконалення прийомів та методів управління персоналом;
- навчання персоналу за рахунок розробки програм підвищення кваліфікації.

7. Створення заходів щодо підвищення іміджу підприємства, під яким слід розуміти загальне уявлення про його діяльність. Формування іміджу досягається за допомогою: установа зв'язку з громадськістю, постачальниками та партнерами, сумлінне виконання правил і законів, створення власного бренду чи торгової марки, оздоровлення соціально-психологічного клімату в робочому колективі тощо.

Отже, виконання вищезазначених напрямів забезпечує формування інвестиційної привабливості підприємства. Взаємодія цих напрямів дозволяє підприємству підвищити конкурентоспроможність, тим самим створюючи умови для подальшого надходження інвестицій. Проте, комплексне забезпечення реалізації напрямів інвестиційної привабливості вимагає проведення моніторингу всіх бізнес-процесів, що повинні забезпечуватись службою контролінгу з метою оптимізації наявних ресурсів та забезпечення злагодженої роботи всіх механізмів, які забезпечують її виконання.

Цей процес можна представити за допомогою циклу взаємодії та формування додаткової інвестиційної привабливості підприємства, який орієнтовано на формування та удосконалення всіх внутрішніх процесів (рис. 2).

Формування конкурентної стратегії підприємства залежить від впровадження комплексного підходу до покращення всіх напрямів його господарської діяльності та внутрішніх процесів [9–10], забезпечуючи тим самим створення сприятливого інвестиційного клімату. Залучаючи інвестиції, підприємство формує свій особливий статус та забезпечує можливість формування додаткової інвестиційної привабливості.

Процес формування додаткової інвестиційної привабливості являє собою своєрідне уявлення про підприємство у суспільній свідомості споживачів, тобто образ цінностей, який впливає на суспільне сприйняття будь якого суб'єкта господарювання. Тому, формування додаткової інвестиційної привабливості дає можливість підприємству налагодити зв'язки з постачальниками,

клієнтами, бізнес-партнерами та інвесторами з метою забезпечення стабільних відносин на довготривалу перспективу.

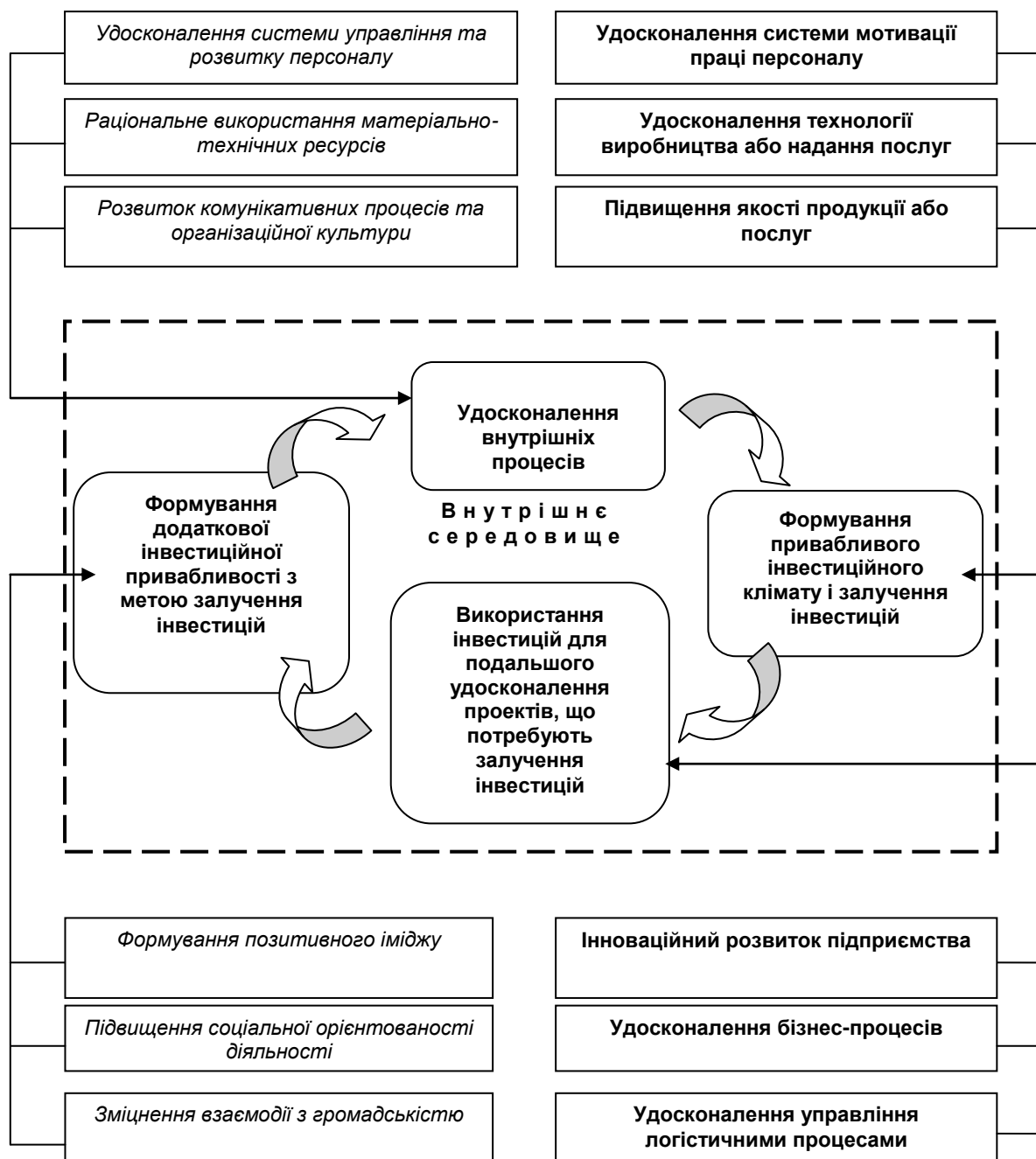


Рис. 2. Процес формування додаткової інвестиційної привабливості підприємства

Джерело: сформовано авторами на основі [6]

Отже, постійне удосконалення бізнес-процесів передбачає постійний вплив на об'єкт господарської діяльності з метою покращення його функціонування, що забезпечують оптимізацію його роботи і взаємодію з іншими процесами, а також дозволяють зменшити поточні витрати (починаючи від поставки сировини, її обробки і закінчуючи її реалізацією та наданням після продажного обслуговування). Такі заходи дозволяють підприємству отримувати конкурентні переваги та роблять його більш привабливим для споживачів та інвесторів.

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, у даній статті досліджено основні фактори підвищення конкурентоспроможності підприємства, які своєю чергу дозволяють підвищити його інвестиційну привабливість. Визначено послідовність планування етапів щодо удосконалення внутрішніх параметрів функціонування підприємства, які потребують детального опрацювання з метою налагодження роботи кожного компонента, як єдиного механізму. Досліджено параметри оцінювання конкурентних переваг підприємства, що дозволяють підприємству визначити основні слабкі сторони, які потребують подальшого дослідження, необхідного для закріплення своїх

конкурентних позицій та формування ефективної конкурентної стратегії. Запропоновано основні напрями підвищення інвестиційної привабливості підприємства з метою залучення додаткових джерел фінансування, необхідних для процесу інвестування у різні сфери господарської діяльності підприємства, а також подальшого розвитку внутрішніх складових життєдіяльності підприємства у відповідності до всезростаючих потреб ринку.

Проведене дослідження можна розглядати як один із прикладів пошуку шляхів дослідження конкурентоспроможності підприємства, що надалі буде використовуватися для створення об'єктивних передумов та методологічного підґрунтя подальшого дослідження заданої проблематики.

Література

1. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия / И. Ансофф, Э. Дж. Макдоннелл; [пер. с англ.]. – СПб. : Питер Ком, 1999. – 416 с.
2. Должанський І.З. Управління потенціалом підприємства : навч. посіб. / І.З. Должанський, Т.О. Загорна, О.О. Удалих. – К. : Центр навчальної літератури, 2006. – 362 с.
3. Прищепя Н.П. Аналіз і класифікація конкурентних стратегій підприємств / Н.П. Прищепя, О.М. Гайдамака // Управління проектами та розвиток виробництва. – 2012. – № 4 (44). – С. 88–94.
4. Porter M.E. Competitive Advantage of Nations / M.E. Porter. – New York : Free Press, 1990. – 426 p.
5. Biliavskiy V. Evaluation of personal career management efficiency of trade enterprise employees / V. Biliavskiy, J. Biliavska // Canadian Journal of Science and Education : journal. – Toronto, 2014. – № 2 (6). – P. 684–695.
6. Білявський В.М. Аналіз інвестиційного клімату в економіці України та шляхи його покращення / В.М. Білявський, С.М. Пось // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2014. – № 2. – С. 663–665.
7. Гайдай Ю.В. Формування організаційної культури підприємств торгівлі / Ю.В. Гайдай // Економіка : проблеми теорії та практики. – 2009. – Вип. 1 (14) : Том II. – С. 428–432.
8. Гайдай Ю.В. Формування організаційної культури на підприємстві: досвід підприємств торгівлі / Ю.В. Гайдай // Сталий розвиток економіки. – 2011. – № 1 (4). – С. 77–80.
9. Білявський В.М. Методичні підходи до оцінювання ефективності соціального управління торговельним підприємством / В.М. Білявський // Вісник Донец. держ. ун-ту економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. – 2005. – № 4 (28). – С. 153–163.
10. Білявський В.М. Методичні підходи до оцінювання ефективності управління стратегічним потенціалом підприємства / В.М. Білявський // Вісник Східноукр. нац. ун-ту ім. В. Даля. – 2010. – № 2 (144). – Ч. 2. – С. 30–35.

References

1. Ansoff, Y. and McDonnell, Edw. J. (1999), *Novaia korporatyvnaia stratehiya* [The New Corporate Strategy], Pyter Kom., SPb., Russia.
2. Dolzhanskyi, I.Z. (2006), *Upravlinnia potentsialom pidpriemstva* [Managing the enterprise potential], Tsentr navchalnoi literatury, Kyiv, Ukraine.
3. Pryshchepa N.P., Haidamaka O.M. (2012), "Analysis and classification of competitive strategies of enterprises", *Upravlinnia proektamy ta rozvytok vyrobnytstva : Zb. nauk. pr.*, no. 4 (44), pp. 88–94.
4. Porter M.E. (1990), *Competitive Advantage of Nations*. – New York : Free Press.
5. Biliavskiy, V. and Biliavska, J. (2014), "Evaluation of personal career management efficiency of trade enterprise employees", *Canadian Journal of Science and Education : journal*, no. 2 (6), pp. 684–695.
6. Biliavskiy, V.M. and Pos, S.M. (2014), "Analysis of investment climate in Ukrainian economy and ways of its improvement", *Hlobal'ni ta natsional'ni problemy ekonomiky*, no. 2, pp. 663–665.
7. Haidai, Yu.V. (2009), "Formation of organizational culture of trade enterprises", *Ekonomika : problemy teorii ta praktyky*, Iss. 1 (14), Vol. II, pp. 428–432.
8. Haidai, Yu.V. (2011). "Formation of organizational culture of an enterprise: trade enterprises' experience", *Stalyi rozvytok ekonomiky*, no. 1 (4), pp. 77–80.
9. Biliavskiy V.M. (2005). "Methodological approaches to the evaluating of the effectiveness of social management of a trading enterprise", *Visnyk Donets. derzh. un-tu ekonomiky i torhivli im. M. Tugan-Baranovskoho*, no. 4 (28), pp. 153–163.
10. Biliavskiy V.M. (2010), "Methodical approaches to evaluating of the effectiveness of the strategic potential management of the enterprise", *Visnyk Skhidnoukr. nats. un-tu im. V. Dalia*, no. 2 (144), pp. 30–35.

Рецензент : д.е.н., професор Київського національного торговельно-економічного університету О.М. Мельникович