



Для вдосконалення логістичного сервісу важливо знати його основні принципи, які ґрунтуються на такому [2]:

1. Обов'язковості пропозиції. Під час реалізації виробів підприємство має обов'язково надавати сервіс, адже споживачі скоріше оберуть продукцію з додатковими послугами, ніж без них.
2. Необов'язковості використання. Підприємство зобов'язане пропонувати, але не може нав'язувати клієнтам сервіс, оскільки вибір покупця має бути абсолютно вільним.
3. Еластичності. Паке́т послуг, що надаються, повинен бути достатньо широким – від мінімально потрібних до максимально доцільних.
4. Зручності. Сервіс має надаватися в тому місці, в такий час і в такій формі, які влаштовують покупця.
5. Рациональної цінової політики. Сервіс повинен бути не стільки джерелом додаткового прибутку, скільки стимулом для придбання товарів і засобом зміцнення довіри покупця до підприємства.
6. Інформаційна віддача. У процесі надання послуг потрібно організувати збір інформації про всі сторони експлуатації товарів, про оцінки клієнтів, про поведінку і форму сервісу конкурентів.

Дані принципи можна використати під час оцінки послуг, що надаються.

В епоху жорсткої конкуренції логістичний сервіс є одним із найважливіших факторів, які впливають на можливість бути успішним. Підприємства повинні впроваджувати та постійно вдосконалювати і розвивати логістичний сервіс. Питанням логістичного сервісу необхідно надавати першочергового значення, тому що установка на вдосконалення сервісу повинна діяти протягом всього логістичного ланцюга. Логістичний сервіс насправді має велике значення для підприємств. Його активний розвиток та вдосконалення робить організацію та її продукцію більш конкурентоспроможною.

Наук. керівн. Колодізева Т. О.

Література: 1. Ларіна Р. Р. Логістика [Електронний ресурс] / Р. Р. Ларіна. – Режим доступу : <http://chitalka.net.ua/zmist/181.html>. – Назва з екрану. 2. Окландер М. А. Логістика [Електронний ресурс] / М. А. Окландер. – Режим доступу : http://imanbooks.com/book_372_page_95. – Назва з екрану. 3. Гаджинский А. М. Логистика : учебник для высших и средних специальных учебных заведений / А. М. Гаджинский. – 3-е изд., перераб. и доп. – М. : Информационно-внедренческий центр "Маркетинг", 2000. – 375 с.

Нурмаммедова Г. Т.

УДК 658.012

Студент 4 курса

факультета менеджмента и маркетинга ХНЭУ им. С. Кузнеця

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ: СУЩНОСТЬ И ФАКТОРЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ЕЕ УРОВЕНЬ

Аннотация. Рассмотрены подходы ученых к определению сущности понятия "конкурентоспособность предприятия", выделены факторы, определяющие ее уровень. Отмечена необходимость учета представленных факторов в процессе управления повышением конкурентоспособности предприятия.

Анотация. Розглянуто підходи науковців до визначення сутності поняття "конкурентоспроможність підприємства", виділено фактори, що визначають її рівень. Зазначено необхідність урахування поданих факторів у процесі управління підвищенням конкурентоспроможності підприємства.

Annotation. Scientists' approaches to the definition of the concept of "company competitiveness" have been studied. The factors that determine its level have been highlighted. The need to consider these factors in the management of raising enterprise competitiveness has been emphasised.

Ключевые слова: конкурентоспособность, конкурентоспособность предприятия, факторы конкурентоспособности.

Конкурентоспособность является результатом наличия у предприятия определенных экономических показателей и конкурентных преимуществ, таких, как низкая себестоимость продукции, высокая степень дифференциации товаров, разумная сегментация рынка, внедрение нововведений, быстрое реагирование на нужды рынка. К ним также могут относиться более высокий уровень производительности труда и квалификации производственного, технического, коммерческого персонала, качество и технический уровень произведенных изделий; управленческое мастерство, стратегическое мышление на разных уровнях управления, которые отражаются на экономическом росте.

Вопросы конкурентоспособности предприятия, проблемы повышения ее уровня рассматривали в своих трудах многие ученые, среди них Калашникова Л. М., Фатхутдинов Р. А., Фасхиев Х. А. [1 – 3].

Целью статьи является определение сущности конкурентоспособности предприятия на основе анализа существующих подходов и выявление факторов, которые определяют ее уровень.

В научной литературе существуют разные подходы к определению сущности понятия "конкурентоспособность предприятия". Разнообразие таких подходов представлено в таблице.

Таблица

**Научные подходы к определению сущности понятия
"конкурентоспособность предприятия"**

Автор	Определение понятия "конкурентоспособность предприятия"
Калашникова Л. М. [1]	Конкурентоспособность предприятия – комплексное понятие, которое обусловлено системой и качеством управления, качеством продукции, широтой и глубиной ассортимента, востребованного обществом или отдельными его членами, стабильным финансовым состоянием, способностью к инновациям, эффективным использованием ресурсов, целенаправленной работой с персоналом, уровнем системы товародвижения и сервиса, имиджем фирмы
Фатхутдинов Р. А. [2]	Конкурентоспособность – это свойство объекта, характеризующееся степенью реального или потенциального удовлетворения им конкретной потребности по сравнению с аналогичными объектами, представленными на данном рынке
Васильева З. А. [4]	Конкурентоспособность предприятий – способность удовлетворять потребности (решать проблемы) потребителей на основе производства товаров и услуг, превосходящих конкурентов по требуемому набору параметров
Завьялов П. С. [5]	Конкурентоспособность предприятия – это возможность эффективной хозяйственной деятельности и ее практической прибыльной реализации в условиях конкурентного рынка
Дементьева А. В. [6]	Конкурентоспособность предприятия – это способность использовать свои сильные стороны и концентрировать свои усилия в той области производства товаров или услуг, где оно может занять лидирующие позиции на внутреннем и внешнем рынках
Иванова Е. А. [76]	Конкурентоспособность предприятия – это необходимое условие обеспечения производства конкурентоспособной продукции, что является в современных условиях важным направлением деятельности предприятия, ориентированного на завоевание как внутреннего, так и внешнего рынка путем создания продукции, отвечающей требованиям потребителей и мировым стандартам в конкретных сегментах рынка в определенный период времени
Миронов М. Г. [8]	Конкурентоспособность предприятия – способность прибыльно производить и реализовывать продукцию по цене не выше и по качеству не хуже, чем у любых других контрагентов в своей рыночной нише

Анализ существующих подходов к определению конкурентоспособности предприятия показывает, что их разнообразие не позволяет четко установить сущность этого понятия, состав его смыслообразующих элементов, которые необходимы для разработки методов оценки конкурентоспособности предприятия и принятия управленческих решений по моделированию ее уровня. Разное понимание одного и того же явления субъектами рынка при совместной их деятельности может препятствовать согласованным действиям [9].

В общем же виде конкурентоспособность предприятия можно определить как его свойство, характеризующееся степенью реального или потенциального удовлетворения им конкретной потребности по сравнению с аналогичными объектами, которые представлены на данном рынке. Конкурентоспособность определяет способность выдерживать конкуренцию в сравнении с аналогичными объектами на данном рынке.

Для того, чтобы управлять конкурентоспособностью предприятия, необходимо учитывать факторы, которые ее определяют. Фактор – это основной ресурс как на уровне производственной деятельности предприятия, так и в экономике в целом; фактор – это движущая сила экономических, производственных процессов, оказывающих влияние на результат производственной, экономической деятельности [8].

Факторы конкурентоспособности – это те явления и процессы производственно-хозяйственной деятельности предприятия и социально-экономической жизни общества, которые вызывают изменение абсолютной и относительной величины затрат на производство, а в результате – изменение уровня конкурентоспособности предприятия. Факторы могут изменять конкурентоспособность предприятия в сторону повышения и в сторону уменьшения. Факторы – это то, что способствует превращению возможностей в действительность. Факторы определяют средства и способы использования резервов конкурентоспособности.

К факторам, определяющим уровень конкурентоспособности предприятия, относят [3]:

научно-технические факторы – отображают состояние и динамику научно-технического прогресса, уровень техники и технологии, производительность и надежность оборудования, гибкость производственных процессов и тому подобное;

организационно-экономические факторы – отображают, с одной стороны, стадию цикла развития экономики, развитие интеграционных процессов в экономическом пространстве, общехозяйственную и отраслевую конъюнктуру, методы и механизмы регуляции хозяйственной деятельности на уровне государства, регионов и отраслей; с другой стороны эти факторы характеризуют структуру



и эффективность системы управления предприятия, уровень организации его маркетинговой и финансово-экономической деятельности, характер организации производственных процессов и организации труда, степень эффективности созданных на предприятии систем прогнозирования, стратегического и текущего планирования, мониторинга и оперативной регуляции;

социальные факторы – отображают состояние и динамику социальных процессов, происходящих на макро- и микроуровнях;

экологические факторы – характеризуют взаимосвязь производственно-экономической деятельности предприятия с состоянием окружающей естественной среды;

политические факторы – осуществляют существенное влияние на уровень конкурентоспособности предприятия, что ярче всего оказывается при реализации продукции предприятия на внешних рынках, или при приобретении импортных ресурсов.

Всю совокупность факторов конкурентоспособности предприятия по отношению к нему подразделяют на внешние и внутренние [11].

Внутренние факторы – объективные критерии, которые определяют возможности предприятия по обеспечению собственной конкурентоспособности. К внутренним факторам можно отнести [11]:

- 1) потенциал маркетинговых служб;
- 2) научно-технический потенциал;
- 3) производственно-технологический потенциал;
- 4) финансово-экономический потенциал;
- 5) кадровый потенциал (структуру, профессионально-квалифицированный состав);
- 6) эффективность рекламы и средств стимулирования сбыта;
- 7) уровень материально-технического обеспечения;
- 8) условия хранения, транспортировки, упаковки продукции;
- 9) уровень осуществляемых погрузочно-разгрузочных работ и транспортных услуг в соответствии с требованиями;
- 10) подготовку и разработку производственных процессов, выбор оптимальной технологии производства;
- 11) эффективность производственного контроля, испытаний, обследований;
- 12) уровень технического обслуживания в постпроизводственный период;
- 13) уровень сервисного и гарантийного обслуживания.

Внешние факторы – социально-экономические и организационные отношения, позволяющие предприятию создать продукцию, которая по ценовым и неценовым характеристикам более привлекательна. К ним относят [11]:

- 1) меры государственного воздействия: экономического характера (амортизационную, налоговую, финансово-кредитную политику, инвестиционную политику, участие в международном разделении труда); административного характера (разработку, совершенствование и реализацию законодательных актов, демополизацию экономики, государственную систему стандартизации и сертификации, правовую защиту интересов потребителей);
- 2) основные характеристики самого рынка деятельности данного предприятия (его тип и емкость, наличие и возможности конкурентов);
- 3) деятельность общественных и негосударственных институтов;
- 4) деятельность политических партий, движений, блоков, формирующих социально-экономическую обстановку в стране.

Таким образом, конкурентоспособность предприятия представляет собой совокупность, с одной стороны, характеристик самого предприятия (внутренних факторов), а с другой стороны – внешних по отношению к нему факторов.

Для обеспечения конкурентоспособности предприятия, управления ее уровнем руководство предприятий должно учитывать факторы, ее определяющие, анализировать их, что позволит выявить сильные и слабые стороны как в деятельности самого предприятия, так и в деятельности его конкурентов. Рассмотрение и анализ факторов конкурентоспособности будет способствовать разработке средств, за счет которых предприятие сможет повысить свою конкурентоспособность и обеспечить себе успех на рынке.

Научн. рук. Яковенко Е. В.

Литература: 1. Калашникова Л. М. Конкурентоспособность предприятий и их продукции / Л. М. Калашникова // *Машиностроитель*. – 2003. – № 11. – С. 15–18. 2. Фатхутдинов Р. А. Конкурентоспособность: Экономика, стратегия, управление : учебник / Р. А. Фатхутдинов. – М. : ИНФРА-М, 2000. – 312 с. 3. Факторы, которые определяют уровень конкурентоспособности предприятия [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://wp7.ru/factory-kotorye-opredelyayut-uroven-konkurentosposobnosti-predpriyatiya/>. – Название с экрана. 4. Васильева З. А. Иерархия понятий конкурентоспособности субъектов рынка / З. А. Васильева // *Маркетинг в России и за рубежом*. – 2006. – № 2. – С. 83. 5. Завьялов П. С. *Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах* : учеб. пособ. / П. С. Завьялов. – М. : Инфра-М, 2001. – 496 с. 6. Дементьева А. В. Конкурентоспособность международных компаний / А. В. Дементьева // *Маркетинг*. – 2000. – № 3. – С. 32. 7. Иванова Е. А. Оценка конкурентоспособности предприятия : учеб. пособ. / Е. А. Иванова. – Ростов-н/Д : Феникс, 2008. – 298 с. 8. Миронов М. Г. *Ваша конкурентоспособность* / М. Г. Миронов. – М. : Альфа-Пресс, 2004. – С. 160. 9. Душенькина Е. Внутренние и внешние факторы конкурентоспособности предприятия [Электронный ресурс] / Е. Душенькина. – Режим доступа : <http://be5.biz/ekonomika/e005/50.htm>. – Название с экрана. 10. Фасхиев Х. А. Определение конкурентоспособности предприятия / Х. А. Фасхиев // *Маркетинг в России и за рубежом*. – 2009. – № 4. – С. 75. 11. Понятие факторов, влияющих на конкурентоспособность, и их классификация. Внутренние и внешние факторы конкурентоспособности предприятия [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.e-reading.ws/chapter.php/99984/86/Dushen%27kina_-_Ekonomika_predpriyatiya_konspekt_lectcii.html. – Название с экрана.