

УДК 65.011.1

ФУНКЦІОНАЛЬНЕ МОДЕЛЮВАННЯ ПРОЦЕСУ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА НА ЗОВНІШНЬОМУ РИНКУ

Кокура К.В., к.е.н.

*Східноукраїнський національний університет імені В.Даля
м. Луганськ*

Описано особливості здійснення процесу підвищення конкурентоспроможності на зовнішньому ринку. Визначено етапи і складові процесу підвищення його конкурентоспроможності на зовнішньому ринку. Охарактеризовано зміст етапів процесу підвищення конкурентоспроможності підприємства. Досліджено взаємозв'язок між складовими даного процесу на кожному етапі. Обґрунтовано необхідність функціонального моделювання процесу підвищення конкурентоспроможності підприємства на зовнішньому ринку. Здійснено функціональне моделювання процесу підвищення конкурентоспроможності промислового підприємства на зовнішньому ринку. Відображено логіку досліджуваного процесу із використанням композиційних діаграм.

Ключові слова: конкурентоспроможність підприємства, зовнішній ринок, функціональне моделювання, конкурентні переваги, стратегія.

The specifics of the implementation process more competitive in foreign markets are described. The process and components of enhancing its competitiveness in the international market are defended. The content of process steps, which increase the competitiveness of enterprises is characterized. The interrelation between the constituent processes of improving the competitiveness of enterprises in each stage is investigated. The topicality of functional modeling of competitiveness on the international market is described. The functional simulation of industrial competitiveness on the international market is implemented. The logic of process of improving the competitiveness of enterprises is reflected.

Keywords: competitiveness of enterprises, foreign market, functional modeling, competitive advantage strategy.

Актуальність проблеми. Сучасне світове господарство характеризується активізацією інтеграційних процесів, тенденцією до взаємопроникнення економік різних країн, що дозволяє розглядати світовий економічний простір як єдиний ринок. Однією з основних рушійних сил ринкової економіки є конкуренція, яка мотивує суб'єктів ринку до постійного

вдосконалення своєї продукції та діяльності. В умовах жорсткої конкурентної боротьби, специфічного економічного, політико-правового поля, відмітного соціокультурного фону на зовнішніх ринках проблема підвищення конкурентоспроможності промислових підприємств-суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності набуває нового значення, потребує осмислення та розв'язання. Процес підвищення конкурентоспроможності промислових підприємств на зовнішніх ринках є складним, багатограним та являє собою сукупність взаємопов'язаних процесів. З метою проведення докладного та глибокого аналізу процесу підвищення конкурентоспроможності промислового підприємства доцільно структурувати його на декілька підпроцесів, кожний із яких є значущим і впливає на результативність діяльності підприємства на зовнішньому ринку.

Аналіз останніх наукових досліджень. Проблематиці підвищення конкурентоспроможності підприємства присвячені дослідження багатьох вітчизняних та закордонних науковців: І. Ансофф, А.Е. Воронкова, Ю.Б. Іванов, І.О. Піддубний, І.Ю. Сіваченко, Р.А. Фатхутдінова, Т.Г. Філософова [1-7]. Незважаючи на значний внесок більшості науковців, до теперішнього часу процес підвищення конкурентоспроможності підприємства на зовнішньому ринку не було представлено у вигляді функціональних моделей, використання яких дозволяє комплексно відобразити сукупність підпроцесів підвищення конкурентоспроможності підприємства та взаємозв'язки між ними.

Метою роботи є функціональне моделювання процесу підвищення конкурентоспроможності підприємства на зовнішньому ринку.

Викладення основного матеріалу дослідження. Підвищення конкурентоспроможності промислових підприємств на зовнішньому ринку дозволяє визначити певні етапи цього процесу, а саме: встановлення ланцюга формування конкурентних переваг промислового підприємства; визначення чинників зовнішнього середовища, які впливають на конкурентні переваги промислового підприємства; проведення оцінювання конкурентоспроможності промислового підприємства; обґрунтування вибору стратегії підвищення конкурентоспроможністю промислового підприємства; реалізація стратегії підвищення конкурентоспроможності промислового підприємства; контроль за реалізацією стратегії підвищення конкурентоспроможності промислового підприємства.

З метою проведення докладного та глибокого аналізу процесу підвищення конкурентоспроможності промислового підприємства доцільно структурувати його на декілька підпроцесів. З цією метою доцільно звернутися до поширених методів моделювання економічних процесів, одним із яких є метод функціонального моделювання SADT (Structured Analysis and Design Technique), що використовує декілька стандартів моделювання, у тому числі й стандарт функціонального моделювання бізнес-процесів IDEF0 (ICAM DEFinition). Стандарт функціонального моделювання IDEF0 дозволяє дослідити логіку процесів та підпроцесів завдяки поетапному створенню моделі, а повнота, комплексність та деталізація графічного відображення процесів сприяє виявленню недоліків у їх протіканні [8]. Чільне місце під час функціонального моделювання будь-якого економічного процесу належить встановленню мети моделювання.

Метою функціонального моделювання процесу підвищення конкурентоспроможності промислового підприємства є розробка комплексної функціональної моделі, що є дієвим інструментом підвищення конкурентоспроможності промислового підприємства на зовнішньому ринку. На рис. 1 представлено діаграму верхнього рівня процесу «Підвищення конкурентоспроможності промислового підприємства на зовнішньому ринку». Композиційна діаграма відображає логіку процесу підвищення конкурентоспроможності промислового підприємства та зв'язок між входами (зображено горизонтальними стрілками, спрямованими на функціональний блок), виходами (зображено горизонтальними стрілками, спрямованими від функціонального блоку), управлінським впливом (зображено вертикальними стрілками, спрямованими на функціональний блок), механізмом перетворень (зображено вертикальними стрілками, спрямованими на функціональний блок).

На рис. 1 показано, що в якості вхідних параметрів функціонального блоку «Підвищення конкурентоспроможності промислового підприємства на зовнішньому ринку» використовуються характеристики функціональних областей промислового підприємства та результати маркетингових досліджень зовнішнього середовища. Управлінська дія в моделі представлена місією, цілями, а також завданнями керівництва промислового підприємства.

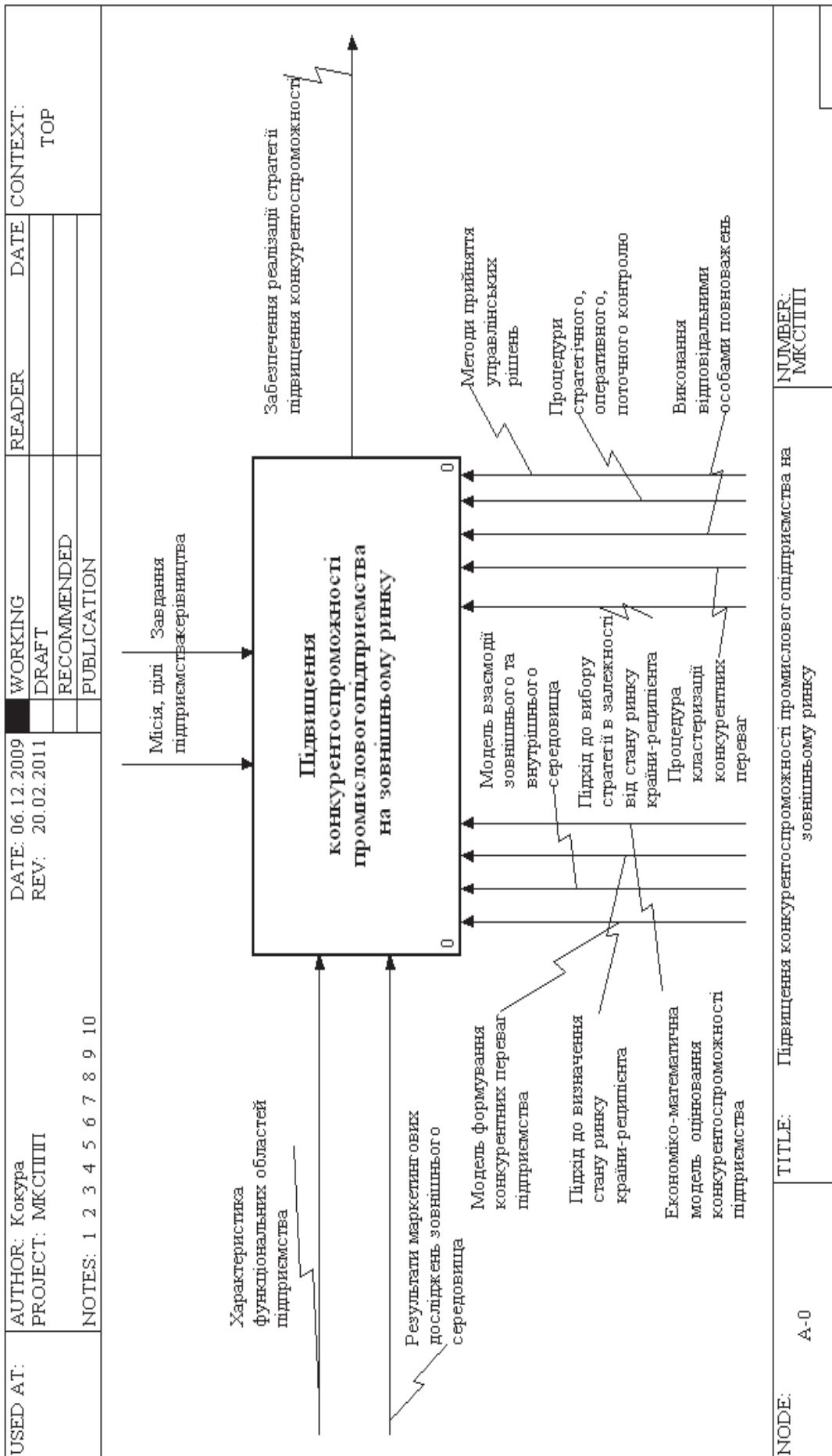


Рис. 1. Діаграма верхнього рівня процесу «Підвищення конкурентоспроможності промислового підприємства на зовнішньому ринку»

Досягається перетворення входів на виходи, що представляють собою забезпечення стратегії підвищення конкурентоспроможності промислового підприємства, декількома «механізмами»: модель формування конкурентних переваг, підхід до визначення стану ринку країни-реципієнта, економіко-математична модель оцінювання конкурентоспроможності, модель взаємодії зовнішнього та внутрішнього середовища, підхід до вибору стратегії залежно від стану ринку країни-реципієнта, кластерний аналіз конкурентних переваг, методи прийняття управлінських рішень, виконання відповідальними особами структурних підрозділів своїх обов'язків, процедури стратегічного, оперативного та поточного контролю.

На рис. 2 представлено всі підпроцеси процесу «Підвищення конкурентоспроможності промислового підприємства на зовнішньому ринку» із виходами, входами, управлінням та механізмами, а також взаємозв'язок між ними. Так, наприклад, сутність першого підпроцесу підвищення конкурентоспроможності промислового підприємства полягає у визначенні конкурентних переваг промислового підприємства, який є виходом по відношенню до поточного підпроцесу та входом до третього підпроцесу «Оцінювання конкурентоспроможності промислового підприємства» та четвертого підпроцесу «Обґрунтування вибору стратегії підвищення конкурентоспроможності промислового підприємства» одночасно.

Рівень конкурентоспроможності промислового підприємства великою мірою залежить від стану ринку країни-реципієнта. Вхідними параметрами даного підпроцесу є виходи попередніх під процесів: результати визначення впливу чинників зовнішнього середовища та інформація про наявні конкурентні переваги. Під впливом завдань, отриманих від керівництва, та за допомогою використання підходу до визначення стану ринку країни-реципієнта й економіко-математичної моделі оцінювання конкурентоспроможності, формуються такі виходи: інформація про стан ринку країни-реципієнта та рівень конкурентоспроможності промислового підприємства.

Наступний етап підвищення конкурентоспроможності промислового підприємства полягає в обґрунтуванні вибору стратегії.

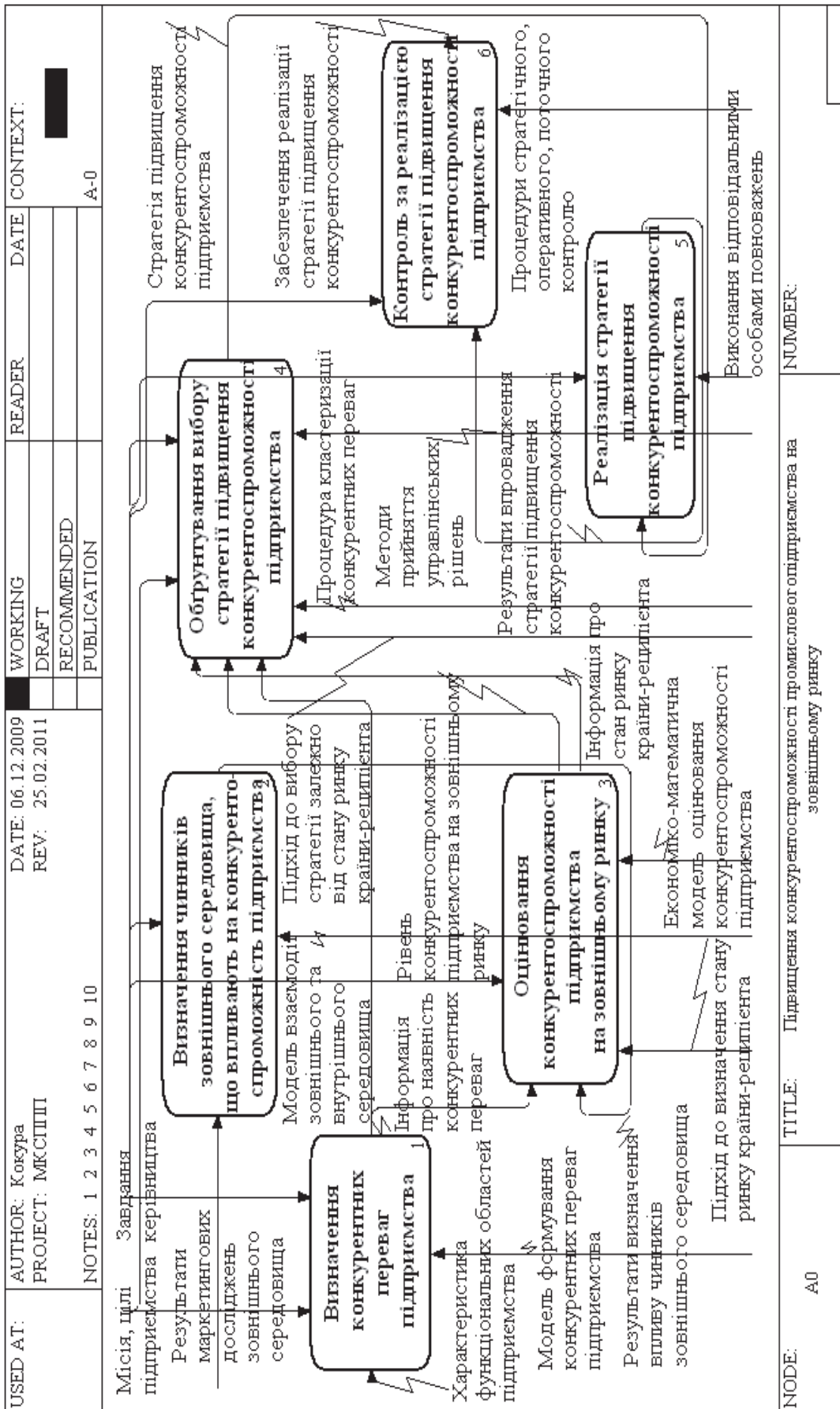


Рис. 2. Декомпозиція процесу «Підвищення конкурентоспроможності промислового підприємства на зовнішньому ринку»

При здійсненні даного етапу як вхідні параметри використано рівень конкурентоспроможності промислового підприємства, інформацію про стан ринку країни-реципієнта та ланцюг конкурентних переваг, які, згідно із місією, цілями та завданнями керівництва, а також шляхом використання методів прийняття управлінських рішень, підходу до вибору стратегії підвищення конкурентоспроможності промислового підприємства залежно від стану ринку країни-реципієнта та кластеризації конкурентних переваг, перетворюються на вихід: стратегію підвищення конкурентоспроможності промислового підприємства.

Здійснення вибору стратегії підвищення конкурентоспроможності промислового підприємства відбувається за двома напрямками: встановлення найбільш доцільної стратегії, згідно зі станом ринку країни-реципієнта, та визначення наявних конкурентних переваг промислового підприємства за ланцюгом формування конкурентних переваг. Інформацію щодо найбільш доцільної стратегії підвищення конкурентоспроможності з позиції зовнішнього середовища дає промислового підприємству аналіз стану ринку.

Одним із найважливіших аспектів, які вимагають особливої уваги промислового підприємства під час прийняття рішення щодо вибору стратегії підвищення конкурентоспроможності, є обґрунтування готовності підприємства до реалізації стратегії, продиктованої станом ринкового середовища. Проведення такого оцінювання передбачає не просто визначення ефективності тієї чи іншої функціональної області, а безпосередню готовність кожної з них до впровадження стратегії. Тобто відбувається порівняння потреб ринку країни-реципієнта та спроможності промислового підприємства задовольнити ці потреби для досягнення конкурентоспроможності.

П'ятий етап підвищення конкурентоспроможності промислового підприємства відбувається за такими стадіями: укладання плану реалізації стратегії підвищення конкурентоспроможності промислового підприємства, в якому визначаються заходи з підвищення конкурентоспроможності, терміни їх проведення, відповідальні особи тощо; виконання обов'язків згідно з планом реалізації стратегії всіма структурними підрозділами промислового підприємства. Даний етап передбачає безпосередню реалізацію обраної стратегії підвищення

конкурентоспроможності промислового підприємства на зовнішньому ринку шляхом виконання затверджених керівництвом заходів згідно з затвердженим планом. Ефективність даного етапу пояснюється конкурентними перевагами управлінської функціональної області діяльності, які впливають на реалізацію стратегії всіма функціональними областями діяльності промислового підприємства.

На шостому етапі здійснюється контроль за реалізацією стратегії підвищення конкурентоспроможності промислового підприємства на зовнішньому ринку. На даному етапі підсумовується робота підприємства, спрямована на досягнення конкурентоспроможності, здійснюється контроль за якістю та дотриманням термінів реалізації плану заходів, порівнюються досягнуті результати з поставленими цілями, складаються висновки. Вхідними параметрами до підпроцесу «Контроль за реалізацією стратегії підвищення конкурентоспроможності промислового підприємства» є результати впровадження стратегії, які, згідно із завданнями керівництва та шляхом проведення процедур стратегічного, оперативного та поточного контролю, перетворюються на вихід: забезпечення виконання стратегії підвищення конкурентоспроможності промислового підприємства. Ефективність даного етапу залежить від конкурентних переваг, які формуються в управлінській функціональній області діяльності промислового підприємства.

Висновок. Функціональне моделювання процесу підвищення конкурентоспроможності підприємства на зовнішньому ринку дозволяє докладно представити послідовність етапів, складових та взаємозв'язки між ними. Підвищення конкурентоспроможності промислового підприємства залежить від встановлення найбільш доцільної стратегії, згідно зі станом ринку країни-реципієнта, та визначення наявних конкурентних переваг промислового підприємства за ланцюгом формування конкурентних переваг. Формування стратегії підвищення конкурентоспроможності промислового підприємства потребує подальшого наукового дослідження. Важливість вирішення цього завдання полягає в тому, що здійснення вибору стратегії, яка ґрунтується лише на визначенні потреб зовнішнього середовища, може призвести до негативних наслідків та втрати промисловим підприємством конкурентоспроможності, якщо воно виявиться не готовим до таких змін.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Ансофф И. Стратегическое управление / И. Ансофф; пер. с англ. Л.И. Евенко. — М. : Экономика, 1989. — 516 с.
2. Воронкова А. Э. Стратегическое управление конкурентоспособным потенциалом предприятия: диагностика и организация: [монография] / А.Э. Воронкова. — Луганск : ВНУ ім. В.Даля, 2004. — 320 с.
3. Иванов Ю.Б. Конкурентні переваги підприємств: оцінка, формування та розвиток: [монографія] / Иванов Ю.Б., Орлов П.А., Иванова О.Ю. — Х. : ВД «ІНЖЕК», 2008. — 352 с.
4. Піддубний І.О. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства: [навч. посіб.] / І.О. Піддубний, А.І. Піддубна. — Х. : ІНЖЕК, 2006. — 270 с.
5. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства (організації): [навч. посіб.] / [за ред. І.Ю. Сіваченко]. — К. : ЦУЛ, 2003. — 186 с.
6. Фатхутдінов Р.А. Управління конкурентоспроможністю організації: [підруч.] / Р.А. Фатхутдінов, Г.В. Осовська. — К. : Кондор, 2009. — 470 с.
7. Философова Т.Г. Конкуренция и конкурентоспособность: [учеб. пособ.] / Т.Г. Философова. — М. : ЮНИТИ, 2007. — 271 с.
8. Маклаков С.В. Моделирование бизнес-процесов с ВРwin 4.0 / С.В. Маклаков. — М. : ДИАЛОГ-МИФИ, 2002. — 220 с.