

З графіків на рисунку ми бачимо, що впровадження ІТ ризикове рішення, але й ефективність отримання високого прибутку є. Щодо вкладання коштів у банк, то ризик мінімальний, і прибуток стабільний. Хоча з графіку і видно, що кращий результат – це вкладання коштів у банк (зі сторони ризику), але ми пропонуємо вкласти кошти в впровадження інформаційних технологій (це кращий варіант із боку доходу).

Висновки. Провівши такий економічний аналіз впровадження ІТ в малий бізнес побачили, що на прийняття відповідних рішень впливають різні фактори та результати. Підприємству потрібно впроваджувати сучасні ІТ, тобто модернізувати існуючі системи в малому бізнесу. Бачимо, що розвиток економіки підприємств малого бізнесу залишається в колі уваги економічних досліджень. Перехід до ринкових умов господарювання робить дедалі наголос на підвищення ефективності економічної діяльності підприємств.

Список літератури

1. Ипатов, Ю. Экономическая эффективность инвестиций в ИТ: оптимальный метод оценки [Электронный ресурс] / Ю. Ипатов, Ю. Цыгалов. – Режим доступа : <<http://www.russianenterprisesolutions.com/reviews/>>.

2. Информационные технологии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <<http://kstudent.narod.ru/miemp/it.doc>>.

3. Плескач, В. Л. Інформаційні технології та системи [Текст] / В. Л. Плескач, Ю. В. Рогушина, Н. П. Кустова. – К. : Книга, 2004. – 519 с.

4. Мельник, Л. Г. Экономика информации и информационные системы предприятия [Текст] : учеб. пособие / Л. Г. Мельник, С. Н. Ильяшенко, В. А. Касьяненко. – Сумы : Универ. кн., 2004. – 400 с.

5. Вікіпедія. Вільна енциклопедія [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <<http://uk.wikipedia.org/>>.

Отримано 01.10.2010. ХДУХТ, Харків.

© Т.В. Янчук, 2010.

УДК 339.137.2:339.178.4

Л.О. Мельнік, канд. екон. наук

А.Ю. Твердохліб, студ.

МЕТОДИКА ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ

Визначено основні чинники використання конкурентного потенціалу підприємства, запропоновано алгоритм оцінки конкурентоспроможності підприємства, розроблено основні напрями вдосконалення механізму управління конкурентоспроможністю підприємства на основі SWOT-аналізу.

Определены основные факторы использования конкурентного потенциала предприятия, предложен алгоритм оценки конкурентоспособности предприятия, разработаны основные направления совершенствования механизма управления конкурентоспособностью предприятия на основе SWOT-анализа.

The main factors of the competitive capacity of enterprises, the algorithm estimates the competitiveness of companies, developed the basic directions of improving the mechanism of competitiveness based on a SWOT-analysis.

Постановка проблеми у загальному вигляді. За існуючих ринкових умов господарювання підприємства здобули оперативну самостійність у виборі випуску продукції, клієнтів, постачальників, організації та плануванні виробничих процесів. Усю цю свободу дій спрямовано, перш за все, на врахування кон'юнктури ринку, його потреб і вимог. В Україні теорія і практика стратегічного управління ще не зайняли належного місця [1]. Вітчизняним підприємствам важко застосовувати стратегічне управління через складні умови господарювання, брак коштів для впровадження інноваційних процесів, не зовсім цивілізовані форми конкуренції. Сьогодні на ринку виграють компанії, які мають чітко визначену місію, концепції, цілі, культуру, неординарний підхід до вирішення проблем, агресивність у конкурентній боротьбі [5]. На жаль, таких компаній в Україні одиниці. Вітчизняні підприємства не розробляють чіткий алгоритм оцінки конкурентоспроможності як на внутрішньому, так і на міжнародному ринку, тому їм важко розробити резерви підвищення конкурентоспроможності в невизначеному зовнішньому середовищі. На сучасному етапі розвитку системи господарювання проблема конкурентоспроможності є досить актуальною, оскільки саме ефективність використання потенціалу підприємств – основа використання конкурентного потенціалу країни в цілому [4].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Останні дослідження вітчизняних та закордонних авторів, таких як І. Ансофф, М. Портер, Л.С. Єгорова, А.А. Макаричев, Е.А. Дубенко та ін., здебільшого спрямовані на визначення рівня конкурентоспроможності підприємств. Аналіз цих досліджень дозволяє зробити висновок, що для суб'єктів господарювання правильна обрана стратегія виробництва та оцінка конкурентоспроможності забезпечує їх прибутковість та дозволяє виявити резерви підвищення конкурентного потенціалу. Проте необхідність сучасних досліджень полягає в тому, що в теорії та практиці стратегічного управління відсутні чіткі вимоги до ефективної стратегії підприємства та оцінки його конкурентоспроможності в умовах, що постійно змінюються.

Мета та завдання статі. Мета статті полягає в побудові методики оцінки конкурентоспроможності вітчизняних підприємств через виділення основних цілеспрямованих дій, що направлені на виявлення резервів підвищення конкурентного потенціалу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Конкурентний потенціал являє собою сукупність таких можливостей підприємства, які забезпечують йому стійкі позиції на ринку. У свою чергу, сукупність таких можливостей – це складові потенціалу підприємства: виробничий, фінансовий, інноваційний, маркетинговий тощо. Тому використання конкурентного потенціалу в цілому залежить від використання усіх його складових [2].

Разом із внутрішніми чинниками використання конкурентного потенціалу можна виділити й зовнішні. Ступінь їх впливу та стан ринку можна оцінити за допомогою інформації про інтенсивність конкуренції. Такі дослідження слід проводити з використанням методики, що базується на визначенні темпів зростання ринку, його рентабельності та характеру розподілу ринкових частин для підприємств (рис.).

Ступінь впливу внутрішніх чинників на рівень використання конкурентного потенціалу підприємств серед підприємств відповідної галузі або регіону слід оцінювати за допомогою наступного алгоритму:

1. Вимірювання виробничої, фінансової, інноваційної, маркетингової складової потенціалу підприємств.

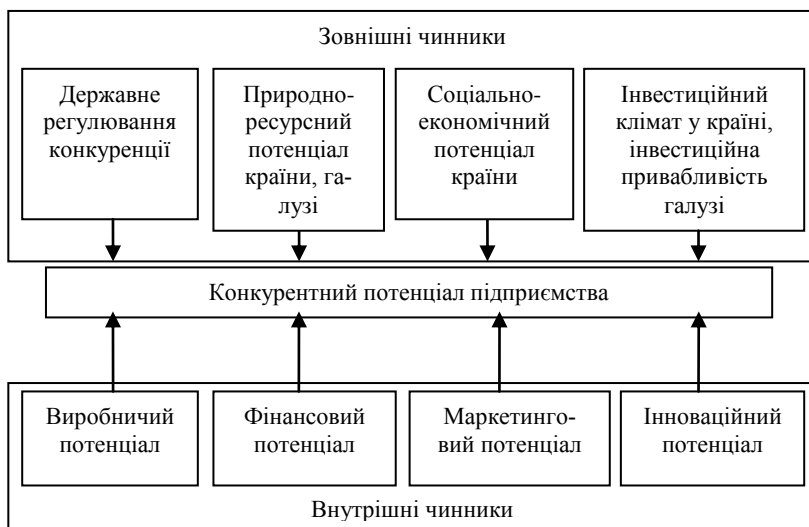


Рисунок – Чинники формування та використання конкурентного потенціалу підприємства

2. Розрахунок показників використання складових потенціалу:
а) коефіцієнт використання виробничого потенціалу підприємства:

та:

$$K_{вп} = ВПф / Пср, \quad (1)$$

де $ВПф$ – фактичний вироблений за рік обсяг продукції в натуральному виразі, шт.; $Пср$ – середньорічна виробнича потужність, шт.;

б) коефіцієнт використання фінансового потенціалу підприємства:

$$Efn = Ip / IH, \quad (2)$$

де Ip – вартість реалізованих інвестиційних проектів за рік, тис. грн; IH – інвестиційні накопичення за рік (чистий прибуток, амортизаційні накопичення, кредити тощо), тис. грн;

в) коефіцієнт використання інноваційного потенціалу підприємства:

$$Kin = InBф / InBпр, \quad (3)$$

де $InBф$ – фактичні інноваційні витрати за рік або вартість реалізованих інноваційних проектів за рік, тис. грн; $InBпр$ – прогнозовані інноваційні витрати, тис. грн;

г) коефіцієнт використання маркетингового потенціалу підприємства:

$$Kмп = ВПрф / Ер, \quad (4)$$

де $ВПрф$ – фактично реалізований за рік обсяг продукції у світових цінах, тис. грн; $Ер$ – ємність національного та світового ринку за продукцією галузі, тис. грн;

3. Визначення максимального рівня використання кожного елемента у вибірці підприємств певної галузі, регіону $K^{макс}$;

4. Розрахунок відношення рівня використання потенціалів підприємств до максимального у вибірці підприємств, тобто розрахунок відносного показника конкурентоспроможності потенціалів підприємств;

5. Об'єднання за допомогою коефіцієнтів значущості $K^{зн}$ для елементів конкурентного потенціалу відносних показників конкурентоспроможності потенціалів в інтегральний показник конкурентоспроможності підприємства:

■ ■ ■ ■

. (5)

6. Ранжування підприємств зі зменшенням показників конкурентоспроможності.

7. Визначення найбільш конкурентоспроможного підприємства [3].

Для більш детальної оцінки конкурентоспроможності підприємств середнього та малого бізнесу нами запропоновані результати SWOT-аналізу їх діяльності, де визначені сильні та слабкі сторони, які допомагають виявити можливості та загрози розвитку підприємств і прийняти вірні управлінські рішення (табл.).

Дані таблиці визначають, що конкурентоспроможність підприємств середнього та малого бізнесу, які функціонують в Україні, характеризується максимальним використанням існуючих ресурсів, кваліфікованих робітників, гарантією якості продукції, стабільними зв'язками з клієнтами; гнучкою ціновою політикою.

Таблиця – Визначення сильних та слабких сторін вітчизняних виробничих підприємств середнього та малого бізнесу

Параметр оцінки	Сильна сторона	Слабка сторона
Організація	Високий рівень кваліфікації керівних співробітників підприємства, що мають навички та досвід роботи. Більш гнучка цінова стратегія. Стабільність під час виконання договорів. Наявність бази даних про клієнтів	Низька зацікавленість співробітників у розвитку підприємства. Відсутність служби маркетингу. Недостатній досвід роботи у сфері реклами промислової продукції. Відсутність можливості впливати на постачальників сировини для продукції, що виробляється підприємством
Виробництво	Висока якість товарів, що виробляються. Перевірений та надійний постачальник сировини	Моральний та фізичний знос обладнання. Обмежений обсяг сировини, що надходить на підприємства
Фінанси	Фінансова стійкість підприємства. Прибутковість бізнесу. Прискорення обороту капіталу	Обмежена кількість фінансових ресурсів на рекламу
Імідж підприємства	Високий рівень обслуговування та гарантія на продукцію	Відсутність широкого спектра інформаційної реклами, що призводить до втрати потенційних клієнтів

Хоча, з іншого боку, у підприємств є слабкі сторони, серед яких обмежена кількість фінансових ресурсів на рекламу, відсутність широкого аналізу інформації про споживачів основної продукції, потреба в модернізації обладнання тощо.

Для збереження конкурентних переваг підприємств та утримання частини ринку можна запропонувати декілька шляхів підвищення їх конкурентоспроможності:

1) постійно підтримувати високу якість продукції, що випускається, за допомогою використання якісної сировини та кваліфікованого персоналу;

2) залучати інвестиції для модернізації бізнесу;

3) активізувати рекламну діяльність;

4) створювати стійкий імідж підприємства;

5) приймати на роботу висококваліфікованих співробітників.

Висновки. Таким чином, удосконалений інструментарій оцінки конкурентоспроможності дозволяє її прогнозувати, аналізувати рівень використання конкурентного потенціалу, визначати резерви застосування цього потенціалу. Ці розрахунки можна проводити як в межах конкретного підприємства, так і групи підприємств галузі, регіону.

Для забезпечення сприятливої позиції стосовно конкурентів підприємству необхідно мати більш значні порівняно з ними конкурентні переваги та статус. Підприємство може залучати «на свій бік» клієнтів конкурентів, забезпечуючи їх товарами підвищеної якості тощо. Сьогодні лише конкурентоспроможне підприємство може вижити в часи розвитку ринкових відносин в Україні, зберегти товарообіг на постійному рівні або постійно збільшувати його. Виходячи з цього, основним сенсом розвитку економіки в країні, головною ідеєю вступу в світове суспільство повинно стати підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств до рівня компаній з міжнародним ім'ям.

Список літератури

1. Антонюк, Л. Л. Міжнародна конкурентоспроможність країн: теорія та механізм реалізації [Текст] : монографія / Л. Л. Антонюк. – К. : КНЕУ, 2006. – 356 с.

2. Піддубна, Л. І. Конкурентоспроможність економічних систем: теорія, механізм регулювання та управління [Текст] : монографія / Л. І. Піддубна. – Х. : ІНЖЕК, 2007. – С. 113–125.

3. Глухов, А. Оценка конкурентоспособности товара и способы ее обеспечения [Текст] / А. Глухов // Маркетинг. – 2009. – № 2. – С. 56–64.

4. Крючкова, І. В. Структурні чинники розвитку економіки України [Текст] / І. В. Крючкова. – К. : Наукова думка, 2007. – 498 с.

5. Кузьмін, О. Є. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства [Текст] : підручник / О. Є. Кузьмін, Н. І. Горбаль. – Львів : Компакт-ЛВ, 2005. – С. 62–86.

Отримано 01.10.2010. ХДУХТ, Харків.
© Л.О. Мельнік, А.Ю. Твердохліб, 2010.