

Т.В. РОМАНЧИК, канд. екон. наук, ст. викл., Акад. ВВ МВСУ, Харків

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПРОЕКТІВ У КОНТЕКСТІ ТЕОРІЇ КОНКУРЕНЦІЇ

В статті дістали подальшого розвитку теоретичні підходи до дефініції «конкурентоспроможність», висвітлено зміст категорії конкурентоспроможність проектів та обґрунтовано необхідність здійснення комплексної оцінки проектів у внутрішньому середовищі підприємства при обґрунтуванні оптимальності його товарної стратегії. Поширення теорії конкуренції на внутрішнє середовище підприємства дозволяє врахувати зацікавленість товаровиробника у розвитку окремих продуктів та сприяє виявленню його конкурентних переваг та потенційних можливостей.

Ключові слова: конкурентоспроможність проектів, внутрішня конкурентоспроможність, асортиментна стратегія, чинники конкурентоспроможності, портфель проектів, комплексна оцінка.

Вступ. Засновником теорії конкуренції обґрунтовано вважають Адама Сміта, який ще в 1776 р. сформулював поняття конкуренції як «невидимої руки» ринку, що координує діяльність його учасників. Багато раніше, з миті початку існування суспільства, людство постійно стикається з найрізноманітнішими проблемами, пов'язаними з перетином інтересів окремих особистостей, груп людей, товаровиробників і навіть держав. Першопричиною сутичок поглядів, прагнень, інтересів і сил є обмеженість ресурсів та суперництво за найкращі умови існування [1]. Тому найпростіше і найпоширеніше розуміння конкуренції пов'язано саме з наявністю «конфліктного суперництва між суб'єктами за досягнення відносно кращих умов існування, функціонування і розвитку» [1].

Аналіз основних досягнень і літератури. Значна чисельність авторів займаються дослідженнями проблем конкуренції, конкурентоспроможності суб'єктів ринку та методів управління ними. Концептуальні основи теорії конкурентоспроможності в економіці закладені такими зарубіжними авторами, як С. Брю, Ф. Котлер, К. Макконнелл, М. Портер. Вагомий внесок у створення теоретичних основ і методологічних підходів до розроблення системи управління конкурентоспроможністю продукції і запровадження стратегій конкуренції зробили вітчизняні й зарубіжні вчені-економісти Г.Л. Азоев, В.В. Буркинський, О.П. Градов, П.С. Зав'ялов, О.Л. Загоряньська, Ю.Б. Іванов, І.В. Ліписиць, О.А. Паршина, С.Г. Светуньков, Л.В. Соколова, Р.А. Фатхутдінов, А.Ю. Юданов та ін.

Однак, ряд теоретичних і прикладних аспектів з моніторингу та управління рівнем конкурентоспроможності промислової продукції потребують подальшого дослідження. Головним чином це стосується питань формування методичних підходів

щодо розробки економічно обґрунтованих моделей вибору напрямків діяльності підприємства, визначення ступеню бажаності для виробника розвитку окремих його проєктів.

Мета дослідження, постановка задачі. Кожне підприємство сьогодні знаходиться в ситуації, коли воно примушене турбуватися про конкурентоспроможність власної продукції. Основним засобом конкурентної боротьби на сьогоднішній день стає підвищення якості продукції, надання їй додаткових переваг. Виробництво продукції з новими споживчими якостями пов'язане з додатковими витратами. Підприємство не в змозі одночасно інвестувати всі власні проєкти. Виникає питання вибору проєктів, інвестування яких для підприємства є більш доцільним. Підприємство опиняється в ситуації, коли йому необхідно обрати пріоритетні проєкти, які відповідають напрямкам його стратегічного розвитку.

Метою роботи є підвищення ефективності діяльності промислових підприємств завдяки розвитку теоретичних підходів до теорії конкуренції та впровадженню їх у практичну площину.

Результати досліджень. Теорія конкуренції розглядає суперництво між суб'єктами виключно в умовах ринкової взаємодії. За таких умов товаровиробники повинні постійно відстежувати кон'юнктуру ринку, коригувати асортимент продукції, вдосконалювати її характеристики, впроваджувати маркетингові механізми з метою активізації попиту, відстеження та впровадження у виробництво світових тенденцій. Вони повинні постійно контролювати та підтримувати на належному рівні рівень конкурентоспроможності власної продукції, що обов'язково потребує витрачання додаткових фінансових коштів підприємства. Товаровиробники опиняються в ситуації, коли з мінімальними витратами потрібно отримати максимальний результат. Тобто вони знаходяться у пошуку найбільш привабливих для себе напрямків діяльності, розробці стратегій подальшого розвитку. Виникає питання оцінки доцільності розвитку окремих видів продуктів. Випуск певного виду продукції, диверсифіковану діяльність можливо розглядати як окремі проєкти підприємства, а комплекс всіх видів діяльності – портфелем проєктів. Для підприємства актуальним стає оцінювання конкурентоспроможності проєкту або внутрішньої конкурентоспроможності продукту – конкурентоспроможності продукту з точки зору виробника, що стає для підприємства завданням стратегічним.

Серед освоєних проєктів існують ті, що краще забезпечені матеріальними, трудовими, фінансовими ресурсами, мають різний інноваційний рівень, реалізація яких забезпечує випуск продукції, яка користується більшим попитом і т. ін. Комплексна оцінка проєктів у внутрішньому середовищі підприємства дозволяє порівнювати проєкти з метою визначення найбільш перспективних, потенційно привабливих в аспекті фінансування з метою вирішення стратегічних завдань підприємства.

Сьогодні промисловим підприємствам недостатньо тільки успішно випускати окремі види продукції, підтримуючи їх ринкову конкурентоспроможність. Товаровиробники повинні грамотно обирати ти з напрямків діяльності, які потребують особливої уваги. Виробничим підприємствам необхідно вирішувати задачі оптимізації у відповідності до стратегічної мети компанії та ефективного розподілу ресурсів між проектами, що дає можливість підприємству оцінювати пріоритетність розробки та впровадження проектів в умовах ресурсних обмежень. Управління портфелями проектів включає в себе визначення доцільності реалізації окремих проектів з точки зору стратегії організації.

Схематично вплив вдосконалення проектів з високим рівнем внутрішньої конкурентоспроможності на рівень ринкової конкурентоспроможності відповідних продуктів та, як наслідок, на конкурентоспроможність підприємства, представлено на рис. 1.

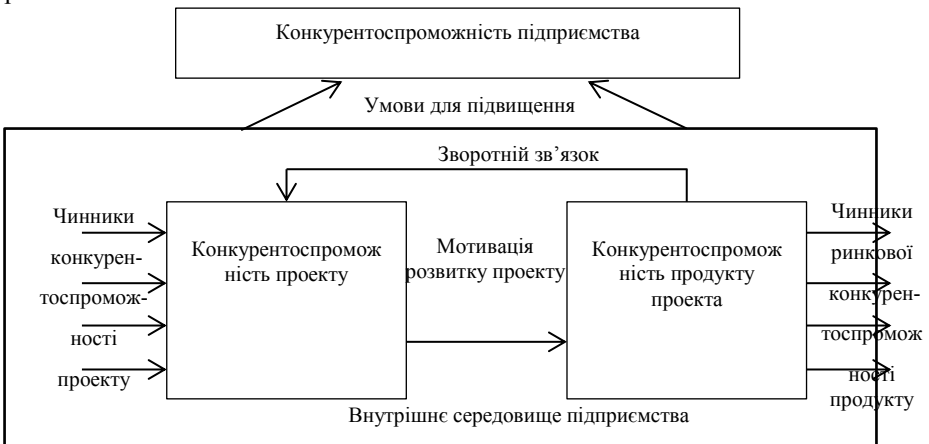


Рис. 1 – Схема впливу впровадження оцінки конкурентоспроможності проектів на розвиток підприємства

Принципово новою особливістю фінансово-інвестиційної політики промислових підприємств сьогодні є перехід від рівномірного розподілу фінансових ресурсів між проектами до вибіркового часткового фінансування виробництва певних видів продукції на основі прийнятої системи критеріїв [2]. Згаданий підхід до вибору проектів на основі важливості критеріїв означає перехід до стратегії економічного росту в промисловості на основі селективної підтримки найбільш перспективних для подальшого розвитку підприємств проектів, здатних стати підґрунтям випуску високоефективної наукомісткої продукції [2].

Розраховуючи внутрішню конкурентоспроможність певного виробу, її доцільно

оцінювати за чинниками, що визначають привабливість виробництва продукту для підприємства, оцінюючи його потенційний корисний ефект. Розрахувавши показник внутрішньої конкурентоспроможності як найкращий варіант рішення, підприємство отримує оцінку своїх проєктів, за якою нескладно визначити з них потенційно недоцільні, та ті, що мають певні перспективи розвитку. Немає сенсу працювати над підвищенням рівня ринкової конкурентоспроможності продукту, виробництво якого не несе певної користі для підприємства. І навпаки, продукт, який здатен вивести підприємство на новий рівень його розвитку, цікавий для підприємства стосовно потенційних перспектив, повинен стати пріоритетним виробом, який саме потребує управлінських заходів. Внутрішня конкурентоспроможність продукту підприємства при цьому виступає як одна з основних умов ефективності його діяльності.

При постановці задачі визначення стратегічно важливих напрямків розвитку виробництва необхідно мати можливість оцінювати альтернативні варіанти як з точки зору їх економічної ефективності, так і з точки зору можливостей підвищення конкурентоспроможності продукції і, як наслідок, укріплення конкурентних позицій підприємства [3]. Об'єктом управління при цьому виступають процеси розробки оптимального виробничого проєкту. Метою управління є досягнення максимального рівня конкурентоспроможності продукції на ринку при оптимізації показника витрат.

У функціональному плані чинники конкурентоспроможності проєкту можуть виражати як якість продукту, його вартість (цінність) і техніко-економічні характеристики, так і стан виробничого та ресурсного потенціалів. Отже, конкурентоспроможність проєкту можна розглядати як категорію комплексу, яка враховує і продуктову складову, і стан ресурсної та виробничо-господарської бази.

При оцінюванні конкурентоспроможності освоєного проєкту перед підприємством постає завдання виділення чинників, які можуть бути розглянуті в якості вирішальних у даному аспекті. При цьому питання економічної ефективності розвитку проєкту – лише один з чинників, хоча, у багатьох випадках, найважливіший серед всієї їх множини. Серед факторів конкурентоспроможності проєкту підприємство може зважувати: його економічну ефективність, можливість підвищення або утримання конкурентної позиції продукції на ринку, наявність перспектив поширення ринків збуту, вплив розвитку проєкту на імідж підприємства, укріплення його конкурентного статусу, конкуренцію ринку та багато інших факторів, важливих у життєдіяльності підприємства, які обов'язково повинні враховуватися у їх сукупності для отримання найбільш об'єктивної всебічної оцінки.

За результатами оцінки внутрішньої конкурентоспроможності підприємству простіше приймати рішення стосовно подальшого розвитку власних проєктів, тому що дуже часто товаровиробнику приходится вирішувати суперечливі питання щодо доцільності підвищення рівня ринкової конкурентоспроможності власних продуктів.

Отже, на нашу думку, конкурентоспроможність проєкту або внутрішню

конкурентоспроможність можна розглядати, як наявність в проекта певних конкурентних переваг, що виділяють його серед інших ступенем задоволення потреб підприємства з метою отримання ним заздалегідь визначених вигід. Вигодами при цьому можна вважати досягнення визначеної прибутковості діяльності, підвищення рентабельності виробництва, зміцнення позиції на ринку, підвищення іміджу і т. ін.

Виходячи з того, що поняття внутрішньої конкурентоспроможності продукту (конкурентоспроможності проекту) є новим та поки не отримало розвитку в літературі, класифікація ознак конкурентоспроможності потребує додаткового обґрунтування. Система критеріїв конкурентоспроможності проектів повинна охоплювати найбільш важливі аспекти діяльності та характеризувати ефективність використання потенціалу підприємства.

Для розробки обґрунтованої та повноцінної класифікації чинників необхідно врахувати повний склад ознак, що охоплює всі параметри, важливі для здійснення виробничого проекту. При цьому слід враховувати, що надлишковий перелік цих ознак створює додаткові складності під час управління ним. Для спрощення визначення чинників пропонується виділити групи, до складу яких включити всі внутрішньозначимі ознаки. Чинники внутрішньої конкурентоспроможності, на нашу думку, можна представити п'ятьма групами елементів (див. рис. 2): виробничо-фінансові, інтелектуальні, соціально-екологічні, спрямовані на зовнішній результат та макроекономічні.

Перша група включає виробничі, фінансові, ресурсні та прибуткові чинники, які характеризують ступінь забезпеченості кожного окремого виробничого проекту фінансовими ресурсами підприємства, їх техніко-технологічний потенціал, ефективність та рентабельність виробництва.

Інтелектуальні чинники сьогодні набувають особливої значущості, як показники, здатні вивести підприємство на новий рівень конкурентної боротьби, коли успіх у конкурентній боротьбі стає не стільки функцією виробництва, скільки функцією управління і залежить від ефективності організації діяльності, якості управління, кваліфікації менеджерів, здатності підприємства розробляти та впроваджувати інноваційні проекти.

Соціально-екологічні показники діяльності стосовно визначених проектів відбивають відповідно соціальні та екологічні аспекти. Трудові ресурси підприємства є його інтелектуальним, виробничим, підприємницьким потенціалом та головним фактором економічного зростання. Ступінь відповідності рівня екологічності виробництва вимогам законодавчих актів є чинником зміцнення ринкових позицій підприємства та забезпечення високої якості готового продукту.

Чинники, спрямовані на зовнішній результат, дозволяють оцінити результати діяльності підприємства у ринковому середовищі, коли за признанням споживачів визначається конкурентоспроможність продукту як одна з складових оцінки рівня

конкурентоспроможності підприємства на ринку.

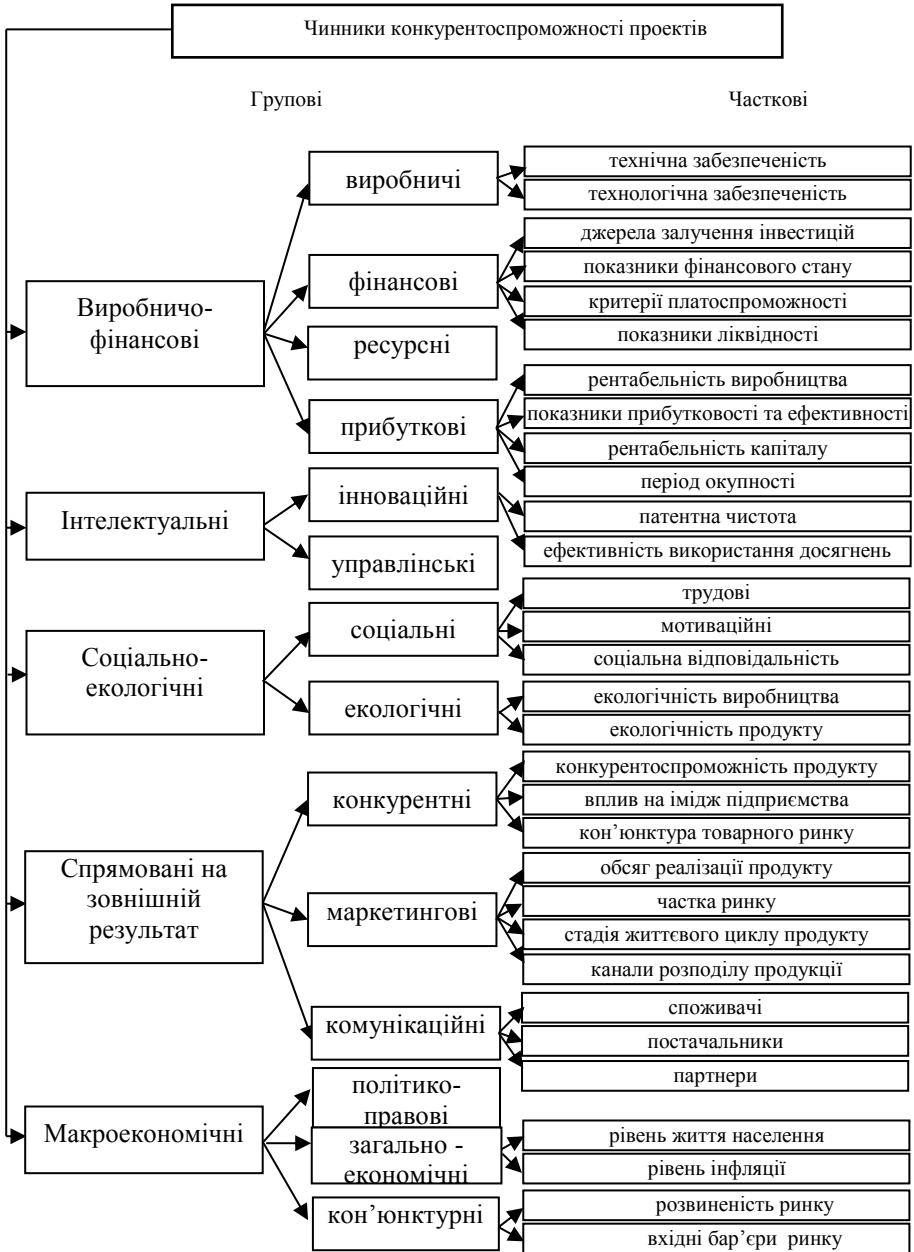


Рис. 2 – Система показників конкурентоспроможності проектів
ISSN 2079-0767. Вісник НТУ «ХП». 2014. № 32 (1075)

Звичайно, більш конкурентоспроможним з точки зору виробника буде продукт, який очікується споживачем, має більші перспективи збуту та забезпечений потрібними ресурсами.

Макроекономічні показники, що включають загальноекономічні, політико-правові та кон'юнктурні, є, як правило, однаковими для різних проектів у межах одного підприємства. При цьому під час оцінки діяльності підприємства зневажати дані чинники неможна.

Визначення чинників внутрішньої конкурентоспроможності виробів – процедура складна. Як бачимо, склад чинників, що можуть бути враховані для визначення конкурентоспроможності проектів досить обширний, при цьому не завжди піддається кількісній оцінці. Він може варіюватися в залежності від специфіки діяльності підприємства, мети оцінювання, ступеня диверсифікації діяльності підприємства та інше.

Перераховані чинники можуть бути змінені та доповнені залежно від особливостей оцінюваних виробів. Крім того, можливе їх групування за іншими принципами залежно від індивідуальних особливостей діяльності різних організацій.

Висновки. Рішення відносно вдосконалення будь-якої характеристики продукту повинно прийматися після ретельного вивчення його доцільності з точки зору впливу на подальшу діяльність підприємства, на розвиток його потенціалу.

Завдяки оптимальному визначенню даного узагальнюючого показника підприємство отримує реальну перспективу розробки обґрунтованої стратегії стосовно асортименту продукції, обсягів її виробництва, можливості покращення конкурентної позиції підприємства в цілому. Отже, визначення конкурентоспроможності проектів стає важливою задачею підприємства, вирішення якої здатне значно зміцнити позицію підприємства на ринку.

Список літератури: 1. *Десяткин Е. А. Теория и практика конкуренции* / А. Е. Десяткин – М.: ЕАОИ, 2008. – 232 с. 2. *Григорьева А.А., Григорьева А. П. Определение приоритетов инвестиционных проектов на основе интегральной оценки конкурентоспособности наукоемкой машиностроительной продукции* / А.А. Григорьева. А.П. Григорьева // Альманах современной науки и образования – Тамбов: Грамота, 2009. №3 (22). – С. 50-52. 3. *Бараненко С.П., Шеметов В.В. Стратегическая устойчивость предприятия* / С.П. Бараненко, В.В. Шеметов - М.: ЗАО Центр полиграф, 2004. – 493 с.

Bibliography (transliterated): 1. *Devjatkin E. A. Teorija i praktika konkurencii* / A. E. Devjatkin – М.: ЕАОИ, 2008. – 232 с. 2. *Grigor'eva A.A., Grigor'eva A. P. Opredelenie prioritetov investicionnyh proektov na osnove integral'noj ocenki konkurentosposobnosti naukoemkoj mashinostroitel'noj produkcii* / A.A. Grigor'eva. A.P. Grigor'eva // Al'manah sovremennoj nauki i obrazovanija – Тамбов: Gramota, 2009. №3 (22). – С. 50-52. 3. *Baranenکو S.P., Shemetov V.V. Strategicheskaja ustojchivost' predpriyatija* / S.P. Baranenکو, V.V. Shemetov - М.: ЗАО Centr poligraf, 2004. – 493 s.

Надійшла до редколегії 18.02.2014