

2. Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я : тези доповідей XXV міжнародної науково-практичної конференції MicroCAD-2017, 17-19 травня 2017р. : у 4 ч. Ч. III. / за ред. проф. Сокола Є.І. – Харків: НТУ «ХПІ». – 353 с

3. Варналій З.С. Основи підприємництва: Нав. посіб./ З.С. Варналій - К. : Знання-Прес. 2002. - 239 с.

УДК 338.124

ЛЕНДЄЛ О. Д., ШПЕНИК Д. А.
Мукачівський державний університет

ДОСЛІДЖЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА З ПОЗИЦІЇ АНАЛІЗУ ЙОГО КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ

В умовах ринкової економіки одним з найбільш поширених типів відносин між суб'єктами господарювання є конкурентні відносини. Конкуренція виступає в якості регулятора взаємовідносин, що формуються між виробниками, між виробниками і посередниками чи кінцевим споживачем, що змушує підприємства змінювати свою діяльність шляхом покращення товарного асортименту, його якісних характеристик, запровадження інновацій, забезпечення гарантій та надання додаткових послуг для того, щоб займати кращі позиції на ринку та бути відмінним від інших учасників. Особливої гостроти ця проблема набуває в умовах посилення інтенсивності конкуренції на окремих ринках, де від виробників продукції потрібно постійно відслідковувати зміни попиту, вартості сировинних ресурсів, а питання рентабельності активів прямо залежить від ступеня використання новітніх підходів у сфері стратегічного маркетингу.

Конкуренція – притаманне товарному виробництву змагання між окремими господарськими суб'єктами (конкурентами), заінтересованими у більш вигідних умовах виробництва і збуту товарів, а також у задоволенні різноманітних потреб покупців і одержанні найбільшого прибутку [1, с. 81]. Промислові підприємства у своїй діяльності прагнуть бути конкурентоспроможними, основою чого є наявність конкурентної переваги. Конкурентна перевага може виявлятися такими товарно-ринковими факторами, як: асортимент представленої продукції, його якість, доступна цінова політика та налагоджена система збуту, надання гарантій на продукцію, використання засобів стимулювання збуту чи ресурсними факторами: фінансові можливості підприємства, його матеріально-технічне забезпечення [2].

Для дослідження конкурентних переваг промислового підприємства було обрано товариство з обмеженою відповідальністю «Інтер-Каштан». Основним видом діяльності підприємства є виробництво меблів для офісів та підприємств торгівлі. ТОВ «Інтер-Каштан» є підприємством з 100% іноземних інвестицій. Продукція, що виробляється на підприємстві складається з дизайнерських меблів для офісів та підприємств торгівлі і переважно відправляється на експорт до Іспанії, США й інших країн. Реалізація продукції здійснюється під брендом «Andreu World». Якісні дерев'яні масиви та інші матеріали є екологічно чистими і не шкодять здоров'ю людей і навколишньому

середовищу. Особливу увагу в виробництві приділяють кожному етапові, якість продукції перевіряється спеціальними тестуваннями та відповідає всім стандартам якості.

Традиційно на меблевому ринку спостерігається високий рівень конкуренції. Зокрема, на місцевому ринку функціонують і інші представники меблевої галузі. Так виготовленням меблів на замовлення займається меблева фірма ТОВ «Тарасов та товариші», яка є одним з найбільших виробників меблів на Закарпатті. Реалізація продукції здійснюється під брендом «Тарасов - авторські меблі». Завдяки гнучкості виробництва, фірмою при виготовленні меблів застосовується великий спектр матеріалів (масиви дуба, вільхи, черешні; МДФ, більше 50 видів ламінованих ДСП; більше 50 видів скла і дзеркал; а також метал, алюмінієві профілі і декоративний пластик).

Для оцінки конкурентних переваг кожного підприємства було обрано перелік факторів, що є важливими при оцінці конкурентоспроможності та методом експертних оцінок визначимо ступінь їх важливості.

Таблиця 1

Оцінка конкурентних переваг ТОВ «Інтер-Каштан» та «Тарасов - авторські меблі» експертним методом

Параметр оцінки	ТОВ «Інтер-Каштан» (1)					ТОВ «Тарасов та товариші» (2)					Середнє значення	
	Експерти										(1)	(2)
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5		
Якість продукції	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4,8
Цінова політика	4	3	3	4	4	4	5	4	4	5	3,6	4,4
Асортимент продукції	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4,6	4,6
Стимулювання збуту	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4,2	4,6
Інноваційна діяльність	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4,6
Гарантії	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4,8
Кадровий потенціал	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4,4
Сума балів	33	32	32	32	33	34	31	31	32	33	4,63	4,6

На основі отриманих даних побудуємо багатокутник конкурентоспроможності (рис. 1), що дозволяє оцінити переваги кожного підприємства по досліджуваних показниках та можливості підвищення цих можливостей. Як бачимо з рис. 1, обидва підприємства є конкурентоспроможними на ринку, але в основі конкурентоспроможності ТОВ «Інтер-Каштан» знаходиться кадровий потенціал та інноваційна діяльність, натомість в ТОВ «Тарасов та товариші» - більш гнучка цінова політика та ефективно стимулювання збуту.

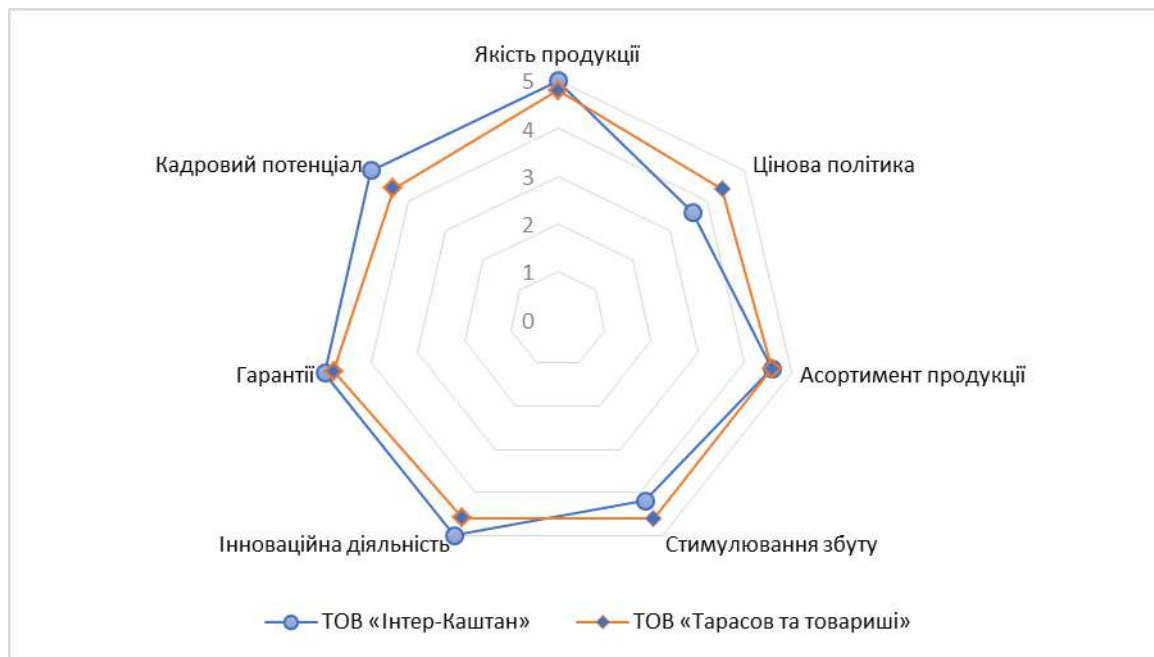


Рис. 1. - Багатокутник конкурентоспроможності ТОВ «Інтер-Каштан» та ТОВ «Тарасов та товариші»

Досліджувані підприємства виробляють дизайнерські меблі і успішно функціонують на ринку. Проте, кожне підприємство розвиває саме ті сторони діяльності, що дозволять їй здобути перевагу на обраних цільових ринках. ТОВ «Тарасов та товариші» використовує більш гнучку цінову політику та стимулювання збуту, оскільки підприємство орієнтується переважно на внутрішній (регіональний) ринок, де споживачі більш чутливі до ціни. ТОВ «Інтер-Каштан» входячи до групи компаній Andreu World» орієнтується на міжнародний ринок, а саме сегмент промислових споживачів та споживачів з рівнем доходу «високий» та «середній +», роблячи ставку на інновації, дизайн та кадровий потенціал.

Отже, керівництво повинно мати чітке уявлення про його мікро- та макросередовище, щоб правильно визначити стратегічні перспективи розвитку підприємства, виходячи з його реальних і потенційних конкурентних переваг. В умовах ринкової економіки оцінка конкурентоспроможності промислового підприємства є необхідною умовою його успіху, що дозволяє в майбутньому раціонально визначити конкурентну стратегію, що буде узгоджена з умовами зовнішнього середовища та наявним ресурсним потенціалом підприємства та дозволить виявити конкурентні переваги підприємства та фактори, які уповільнюють його розвиток.

Література

1. Пилипчук В. П. Промисловий маркетинг : Рекомендовано МОН як навч., посібник для студентів ВНЗ / В. П. Пилипчук, О. Ф. Оснач, Л. П. Коваленко. – К. : Центр навчальної літератури, 2005. – 264 с.
2. Рибаківа Т. Аналіз і оцінка конкурентоспроможності промислового підприємства / Т. Рибаківа, О. Костьєв // Економічний аналіз. - 2012. - Т. 11(3). - С. 28-31. - Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecan_2012_11%283%29__7.



МУКАЧІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

89600, м. Мукачево, вул. Ужгородська, 26

тел./факс +380-3131-21109

Веб-сайт університету: www.msu.edu.ua

E-mail: info@msu.edu.ua, pr@mail.msu.edu.ua

Веб-сайт Інституційного репозитарію Наукової бібліотеки МДУ: <http://dspace.msu.edu.ua:8080>

Веб-сайт Наукової бібліотеки МДУ: <http://msu.edu.ua/library/>