

# Тема 4. Рівні конкурентоспроможності

Конкуреноспроможність країни

Конкуреноспроможність  
регіону

Конкуреноспроможність  
галузі

Конкуреноспромож  
ність підприємства

Конкуреноспромож  
ність товарів

# Фактори впливу на КСП підприємства

Ознака	Види факторів
Залежно від місця виникнення (по відношенню до конкурентного середовища)	<ul style="list-style-type: none"><li>- внутрішні (виникнення та інтенсивність прояву внутрішніх факторів безпосередньо залежить від діяльності підприємств-складових конкурентного середовища, стану їх ресурсної бази, характеру організації системи стратегічного управління, системи загального менеджменту тощо)</li><li>- зовнішні (виникнення та інтенсивність прояву зовнішніх факторів не залежить від діяльності підприємств і обумовлюється станом зовнішнього середовища)</li></ul>
Залежно від сфери походження	<ul style="list-style-type: none"><li>-наукові,</li><li>-техніко-технологічні,</li><li>-управлінські,</li><li>- економічні,</li><li>- соціально-демографічні,</li><li>- географічні,</li><li>- екологічні,</li><li>- політичні.</li></ul>
За характером спеціалізації	<ul style="list-style-type: none"><li>- загальні (здійснюють вплив на усі складові конкурентного середовища без винятку),</li><li>- специфічні (здійснюють вплив на складові конкурентного середовища, що діють в межах, наприклад, певної галузі, або певного регіону, або тих, що діють на конкретному ринку),</li><li>- індивідуальні (зміни лише окремої складової конкурентного середовища)</li></ul>
За тривалістю дії	<ul style="list-style-type: none"><li>- постійні</li><li>- тимчасові</li></ul>
Залежно від ступеню корисності	<ul style="list-style-type: none"><li>- стимулюючі (фактори, що сприяють підсиленню конкурентних позицій і стимулюють зростання конкурентоспроможності підприємства),</li><li>- дестимулюючі (фактори, що здійснюють негативний вплив на конкурентні позиції підприємства і стримують процес зростання його конкурентоспроможності)</li></ul>
Залежно від рівня взаємної бумовленості	<ul style="list-style-type: none"><li>- природні (первинні) фактори - це природні ресурси, географічне положення,</li><li>- похідні(вторинні) – цетехніка, технологія, економічне середовище та ін.</li></ul>
За ступенем можливого з боку держави і підприємства	<ul style="list-style-type: none"><li>- неконтрольовані державою;</li><li>-контрольовані державою, неконтрольовані підприємством;</li><li>- контрольовані підприємством</li></ul>

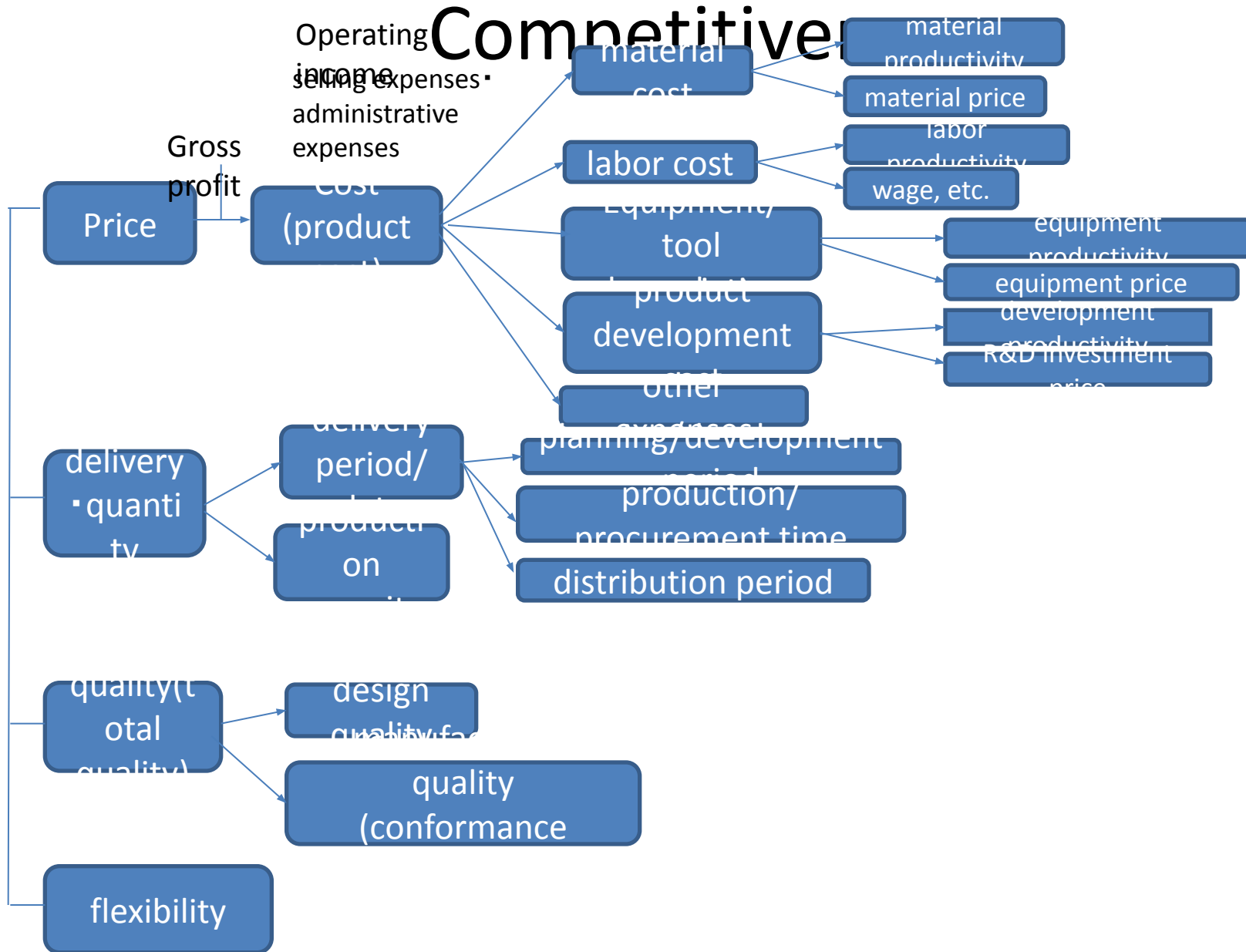


Рисунок 1 - Ієрархія чинників, що визначають конкурентоспроможність підприємства



Рисунок 2 - Головні аспекти забезпечення конкурентоспроможності підприємства

# Main Factors of Products (Goods)



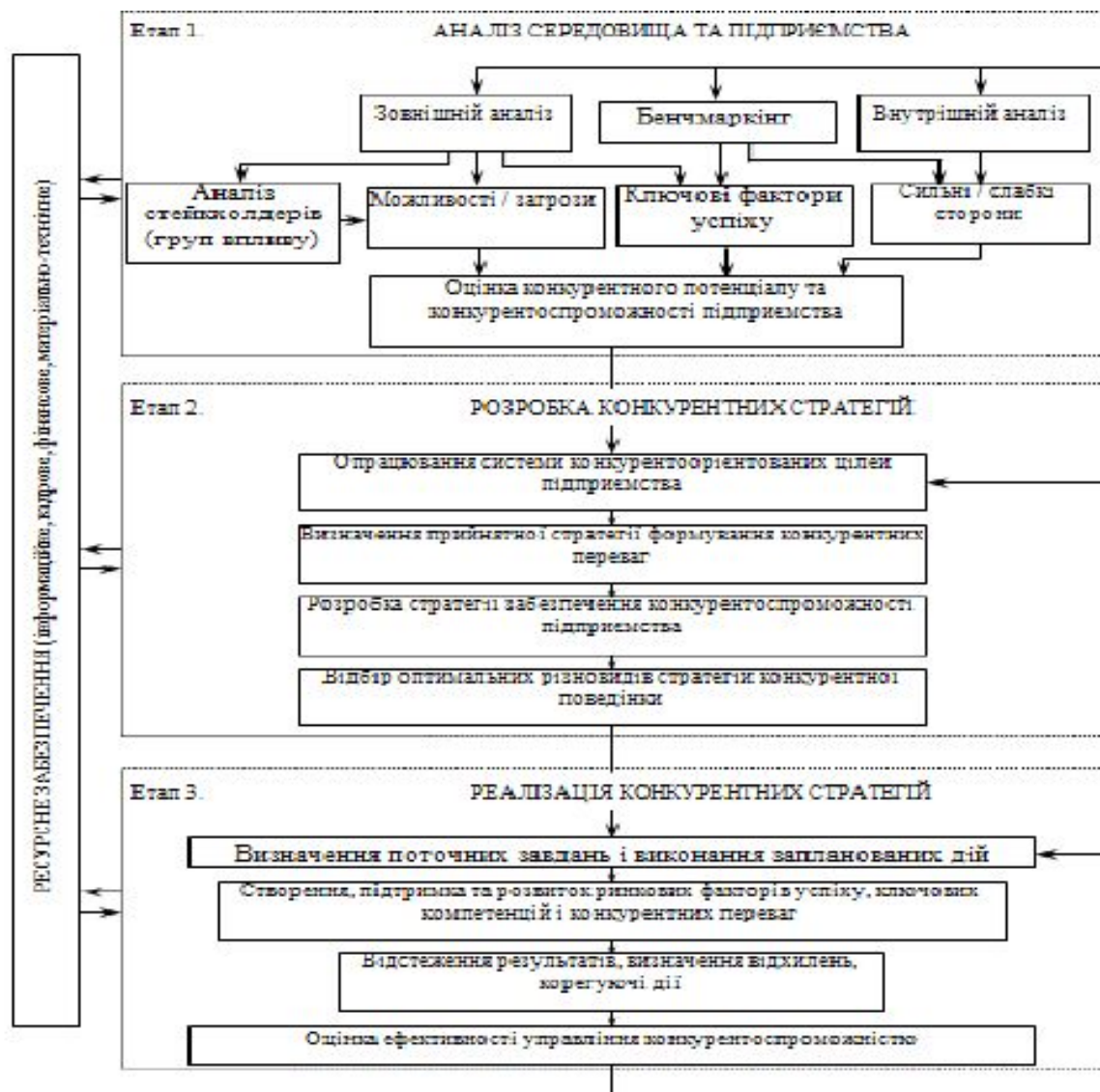
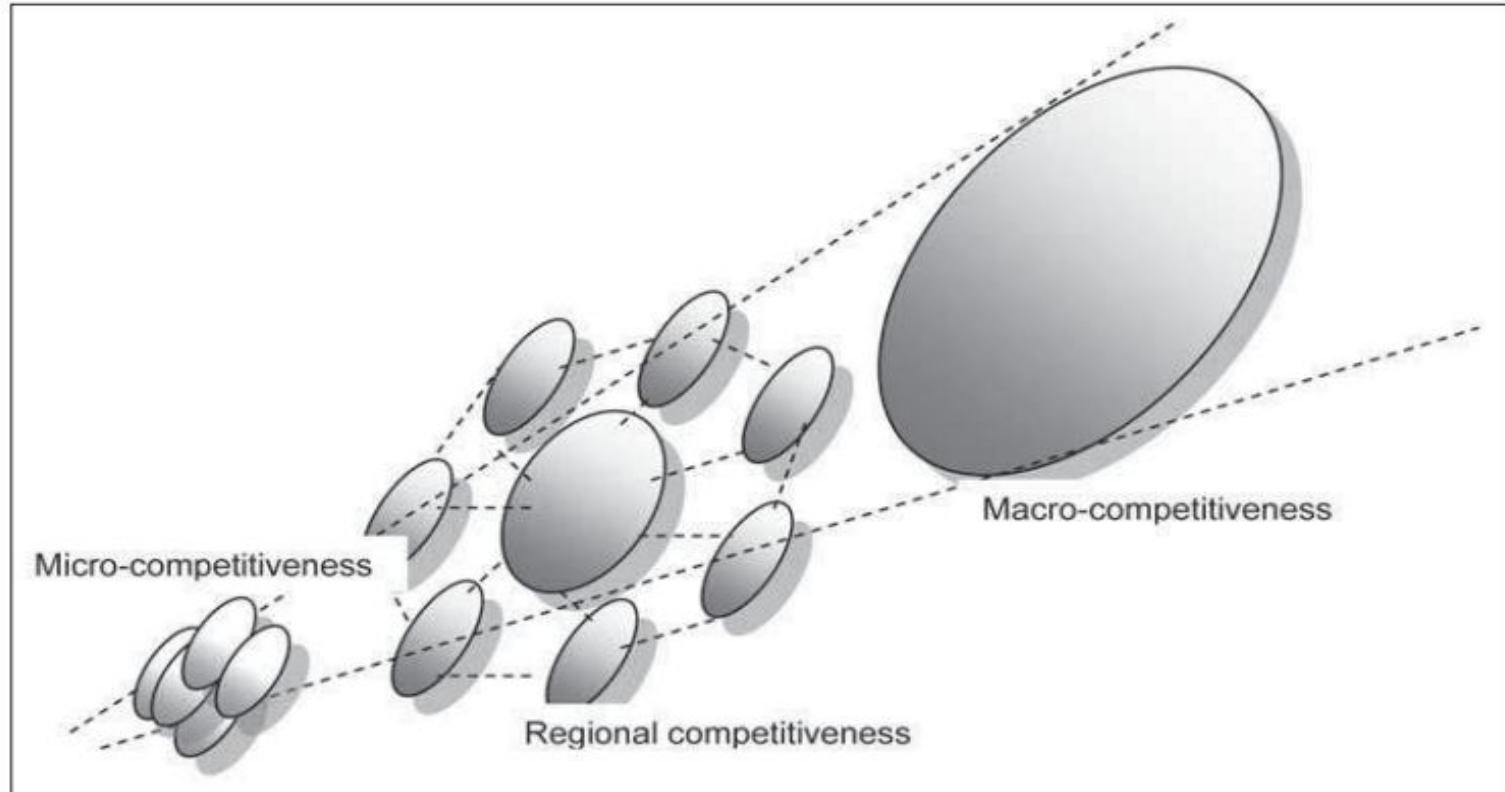


Рисунок 3 - Етапи і процедури процесу управління конкурентоспроможністю підприємства

# Рівні конкурентоспроможності





# Анализ рынка снабжения

## Модель 5 сил конкуренции Портера



## Види конкурентоспроможності туристичних підприємств

Залежно від досліджуваного періоду

- статична;
- динамічна;
- потенційна.

Залежно від виду ринку

- товарна;
- фінансова;
- інвестиційна;
- кредитна;
- інша.

Залежно від аспектів на основі яких розглядається конкурентоспроможність

- цінова;
- за зіставною вартістю ;
- за зіставною прибутковістю.

Залежно від досліджуваного періоду

- параметрична;
- функціональна.

# Вплив домінуючих факторів на конкурентоспроможність продукції в залежності від її стадії життєвого циклу



Розрахункові методи оцінки конкурентоспроможності підприємства поділяються на:

*специфічні методи* – методи, що дозволяють оцінити конкурентоспроможність підприємства по окремих аспектах його діяльності – виробничому, інноваційному, маркетинговому, фінансовому тощо;

*комплексні методи* – методи, що базуються на комплексному підході до оцінки конкурентоспроможності підприємства.

Назва	Зміст методу	Переваги	Недоліки
Метод, що базується на оцінці конкурентоспроможності продукції підприємства	<p>Використання методу передбачає оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємства виходячи із споживчої цінності виробленої продукції.</p> <p>Метод ґрунтується на міркуваннях щодо того, що конкурентоспроможність виробника є тим вищою, чим вищою є конкурентоспроможність його продукції.</p> <p>В якості показника, що оцінює конкурентоспроможність товару або послуги, використовується співвідношення двох характеристик: якості і ціни.</p>	Враховує найбільш важливі критерії, що впливає на конкурентоспроможність підприємства – конкурентоспроможність товару	Дозволяє отримати лише обмежене уявлення щодо переваг і недоліків у роботі підприємства, тобто - абстрагуючись від інших аспектів конкурентоспроможності підприємства ототожнюється виключно з конкурентоспроможністю товару
Метод, що базується на аналізі порівняльних переваг підприємств-конкурентів	<p>Метод базується на положеннях теорії міжнародного розподілу праці, відповідно до яких передумовою для завоювання галузю чи підприємством стійких конкурентних позицій є наявність порівняльних переваг, що дозволяють забезпечити відносно нижчі витрати виробництва у порівнянні з конкуруючою галузю чи підприємством.</p> <p>Оцінка рівня конкурентоспроможності здійснюється шляхом співставлення не лише виробничих витрат, а і обсягів та норми прибутку, та/або обсягів продажів, та/або ринкових часток.</p>	Метод достатньо простий у використанні	Не дає змоги зробити цілісні висновки про рівень конкурентоспроможності, оскільки використання в якості оціночного критерію виключно виробничих витрат не відображає процеси взаємодії виробника продукції з ринком
Метод, заснований на теорії ефективної конкуренції	<p>У якості основного інструменту аналізу конкурентоспроможності використовується співставлення показників стану підприємства з показниками підприємств-конкурентів та з середньогалузевими показниками.</p> <p>На ефективність діяльності кожної зі служб впливає велика кількість факторів – ресурсів підприємства; оцінка ефективності роботи кожного з підрозділів передбачає оцінку ефективності використання ними цих ресурсів.</p> <p>В основі методу лежить оцінка чотирьох групових показників чи критеріїв конкурентоспроможності із подальшим розрахунком інтегрального показника</p>	Допомагає виявити сильні і слабкі сторони одного підприємства стосовно іншого, розробити управлінські дії щодо посилення слабких місць	Досить складно зібрати всю необхідну інформацію; для достовірної оцінки необхідно здійснювати дуже обсяжні та трудомісткі розрахунки

Інтегральний метод	Інтегральний показник рівня конкурентоспроможності підприємства включає в себе два елементи-сомножники: критерій, що відображає ступінь задоволення потреб споживача (характеризує відносну конкурентоспроможність товару) та критерій ефективності виробництва (в його якості, як правило, використовується рентабельність активів, рентабельність власного капіталу або середня за певний період норма рентабельності).	Простота, наочність, дає змогу отримати однозначні оцінки конкурентних позицій виробника	Може бути застосованим лише для оцінки конкурентоспроможності монопродуктових підприємств, нереально знайти для порівняння два чи більше підприємства-конкуренти, абсолютно ідентичні по видах та структурі продукції
Метод самооцінки діяльності	Спочатку проводиться експертна оцінка усіх показників діяльності фірми (перелік яких залежить від методу самооцінки) за всіма критеріями з присвоєнням у відповідності із ступенем розвитку підходу чи наявності позитивних результатів значень оцінок – 0,25; 0,50; 0,75; 1,00. Суму отриманих оцінок по кожному критерію множать на “вагу” критерію та сумують. Наприкінці виводиться загальна оцінка діяльності. На цьому розрахункова частина аналізу вважається завершеною. Далі отримане значення має бути співставленим з попередньою оцінкою самого підприємства або з оцінкою діяльності підприємств-конкурентів. Результати проведення самооцінки допомагають сформуванню стратегічних та тактичних планів вдосконалення у відповідності до вимог моделі ділової досконалості.	Дозволяє сприяти виявленню та розумінню “вузьких місць” в діяльності та розробці відповідних планів, що гарантують просування вперед	Вимагає залучення до процесу оцінки діяльності представників всіх підрозділів підприємства. Отримані оцінки є досить суб’єктивними (оцінювання діяльності фірми за критеріями здійснюється експертами)