

РОЛЬ ТА ЗНАЧЕННЯ ПЛАНУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ В СИСТЕМІ МЕНЕДЖМЕНТУ

© Романко О.П., 2010

Сьогодні актуальними є питання системного підходу під час зростання конкурентоспроможності підприємства. Планування є загальною функцією менеджменту, тобто видом управлінської діяльності, який спрямований на визначення майбутнього стану організації чи її окремих сфер, а також перспектив розвитку. Як правило, керівниками і власниками підприємства під час планування розвитку підприємства тільки акцентується увагу на достовірних перспективах організаційних змін в окремих сферах, реалізація яких повинна би забезпечити підвищення їх конкурентоспроможності.

The problem of the systematic approach in the process of the increase in the enterprise's competitiveness is very topical nowadays. Planning is a general function of management, that is, a type of the managerial activity, that is directed at defining the future state of organization or its separate spheres and the development perspectives. As a rule the enterprises manager and owners during the planning of the enterprise's development just concentrate their attention on the definite perspective organizational changes in separate sphere, the realization of which would secure the increase of their competitiveness.

Постановка проблеми в загальному вигляді. Формування в Україні конкурентних відносин машинобудівних підприємств висуває до сучасних суб'єктів ринку вимогу належно реагувати на дію об'єктивного ринкового явища – конкуренції, й забезпечувати конкурентоспроможність таких підприємств. Сьогодні актуальним є питання системного підходу під час підвищення конкурентоспроможності підприємства, тобто ведення послідовної, конкурентної боротьби за сегмент ринку збуту.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Термінологічна однозначність є методологічною базою для здійснення наукових досліджень у будь-якій сфері. В.А. Ільяшенко наголошує, посилаючись на І.М. Кантора, що понятійно-термінологічний склад науки має характеризуватись точністю, однозначністю інтерпретацій, дефінітивністю та системністю. Це твердження повною мірою стосується трактування поняття “конкурентоспроможність підприємства”, оскільки у літературі та на практиці існує велике різноманіття поглядів та позицій щодо тлумачення цієї категорії [1].

Етимологічно термін “конкурентоспроможність” визначається як здатність об'єкта змагатись з іншими аналогічними об'єктами за право бути обраним. При цьому ключовий вибір здійснюється за наявності відмінних ознак об'єкта – його конкурентних переваг [2]. Варто зауважити, що вищенаведене трактування не дає змоги повною мірою надати визначення поняттю “конкурентоспроможність підприємства”, оскільки воно лише побічно пов'язано із проблемою вибору.

На думку С. Хамініч, конкурентоспроможність є багатогранною і багаторівневою категорією, яка в ринкових умовах стає інтегральною характеристикою господарюючого суб'єкта щодо його відповідності об'єктивним (зовнішнім щодо нього) економічним умовам. Конкурентоспроможність є поняттям відносним, тобто конкурентоспроможність підприємства можна виявити тільки серед групи підприємств, які належать до однієї галузі або виготовляють товари-субститути. [3]

Цілі статті. Обґрунтувати поняття “планування конкурентоспроможності” та встановити важливу роль цього процесу на діяльність машинобудівних підприємств.

Основний матеріал дослідження. У сучасному менеджменті [4] виділяють загальні функції менеджменту, до яких належать: планування, організування, мотивування, контролювання та регулювання. Ці функції формують базу для реалізації конкретних функцій менеджменту – управління об'єктами, процесами, предметами, явищами, засобами, суб'єктами тощо. Управління конкурентоспроможністю підприємства також можна розглядати як конкретну функцію менеджменту, виконання якої здійснюється у логічній послідовності, а саме:

- планування конкурентоспроможності підприємства;
- організування роботи служб та підрозділів з метою досягнення та підтримання бажаного рівня конкурентоспроможності підприємства;
- мотивування суб'єктів, що безпосередньо чи побічно формують конкурентоспроможність підприємства;
- контролювання рівня конкурентоспроможності та регулювання виявлених проблем, відхилень, недоліків.

З огляду на вищезазначене планування є загальною функцією менеджменту, тобто видом управлінської діяльності, який спрямований на визначення майбутнього стану організації чи її окремих сфер, а також перспектив розвитку.

Планування конкурентоспроможності машинобудівного підприємства – це процес, що триває упродовж всього часу існування підприємства, відбувається у всіх підрозділах підприємства, з метою підвищення конкурентоспроможності конкретного підприємства. Відштовхуючись від цього поняття, планування конкурентоспроможності підприємства доцільно розуміти як вид управлінської діяльності, який спрямований на перспективне визначення сукупності порівняльних переваг підприємства у різних сферах (економічній, технологічній, кадровій, товарній, ринковій тощо), поєднання яких сформує для нього стійкіші позиції на певному ринку у відповідний період часу порівняно з визначеними конкурентами та з урахуванням змін середовища функціонування.

Зазвичай у літературних джерелах та на практиці йдеться про оцінювання та аналізування загальної конкурентоспроможності машинобудівних підприємств у ретроспективі, а плануванню у цій сфері не відводиться належної ролі. Як правило, керівники та власники підприємств під час планування розвитку підприємств лише акцентують увагу на певних перспективних організаційних змінах в окремих сферах, реалізація яких повинна була б забезпечити підвищення їхньої конкурентоспроможності. Планування досягнення певного рівня конкурентоспроможності не здійснюється цілеспрямовано, системно та комплексно, що не створює умов для планомірного, поступового зміцнення ринкових позицій з урахуванням організаційних перетворень на підприємствах-конкурентах та ринкової кон'юнктури. З огляду на вищезазначене автор виокремив основні причини, які зумовлюють необхідність планування конкурентоспроможності на машинобудівних підприємствах, а саме:

1. Врахування викликів середовища функціонування. Передбачає врахування під час планування конкурентоспроможності підприємства динамічної зміни економічних, науково-технічних, політико-правових, соціальних, міжнародних умов діяльності, що провокують необхідність здійснення організаційних змін для утримання існуючих конкурентних позицій чи завоювання нових.

2. Цілеспрямоване формування ринкових позицій підприємства у конкретних просторово-часових умовах. Йдеться про необхідність розроблення стратегії і тактики створення та розвитку конкурентних переваг на відповідному ринку впродовж певного періоду.

3. Діагностика перспектив розвитку конкурентів підприємства. Передбачає оцінювання конкурентів за переліком параметрів та визначення потенціалу їхнього розвитку з метою аналізування потенційних загроз та шансів функціонування у конкурентному середовищі.

4. Прогнозування кон'юнктури ринку. Пов'язано із оцінюванням основних ринкових параметрів (попиту, пропозиції, цінового фактора, інфляційних очікувань), що впливають надалі на конкурентоспроможність підприємств.

5. Визначення переліку ключових факторів, які у майбутньому визначатимуть рівень конкурентоспроможності підприємства. Передбачається здійснення перспективної діагностики чинників середовища функціонування, зміни їхньої пріоритетності в сфері формування конкурентоспроможності, вагомості, сили впливу.

6. Оцінювання потенційних ризиків, які можуть погіршити ринкові позиції підприємства. Будь-яке планування спрямовано насамперед на виявлення потенційних загроз, те саме стосується і планування конкурентоспроможності підприємства.

7. Врахування взаємозв'язків між усіма сферами та напрямками діяльності організації під час досягнення конкурентних позицій. Базується на застосуванні системного підходу, тобто врахуванні усіх елементів системи організації, а також взаємозв'язків та взаємовпливів.

8. Визначення переліку конкретних способів підвищення конкурентоспроможності підприємства. До того ж йдеться про обґрунтування методів формування чи розвитку конкурентних

переваг за рахунок маркетингових комунікацій, якісних, економічних чи економічних параметрів продукції, модернізації існуючих чи впровадження сучасних інноваційних технологій тощо.

Доцільно зазначити, що класично за терміном здійснення планування поділяють на стратегічне і тактичне. Аналогічний поділ можна застосувати і стосовно планування конкурентоспроможності підприємства.

Стратегічне планування – це формалізований засіб прогнозування майбутнього. Воно спрямоване на передбачення наслідків впливу зовнішніх і внутрішніх непередбачувальних чинників на можливість та мету підприємства, дає можливість визначити бажаний результат його діяльності.[5].

Стратегічне планування конкурентоспроможності підприємства передбачає довгострокове (понад один рік) планування розвитку різних сфер функціонування підприємства, які у сукупності дозволять забезпечити бажаний рівень його конкурентоспроможності на відповідному ринку. Необхідно забезпечувати і прогнозування розвитку потенційних конкурентів з огляду на відносний характер визначення конкурентоспроможності машинобудівного підприємства.

А.В. Єрмак наголошує на тому, що підприємство в змозі забезпечувати стійкі конкурентні позиції на ринку впродовж тривалого періоду лише за умов наявності стратегічних цілей, обраних стратегій розвитку, які забезпечують не лише прибутковість, розширене відтворення [6]. Ю.А. Лозовський виокремлює таку послідовність формування стратегії для забезпечення конкурентоспроможності підприємства [7]:

1. Обґрунтування або корегування сфери діяльності підприємства.
2. Встановлення місії діяльності підприємства.
3. Діагностика можливостей підприємства.
4. Оцінювання чинників середовища функціонування на діяльність підприємства.
5. Аналіз стратегічних альтернатив.
6. Аналіз діяльності потенційних конкурентів на ринку.
7. Вибір стратегії забезпечення конкурентоспроможності.
8. Визначення тактичних завдань і пріоритетів під час здійснення перетворень.
9. Реалізація стратегії.

Вищенаведена послідовність є дискусійною та дещо позбавлена логіки, адже аналізувати стратегічні альтернативи досягнення конкурентоспроможності варто здійснювати після аналізу діяльності потенційних конкурентів.

Тактичні завдання і пріоритети стосуються уже тактичного планування, а не стратегічного. Окрім того, діагностика, аналіз і оцінювання, які присутні на різних етапах наведеної послідовності, нелогічно пов'язані між собою.

Висновки. Запропоновано теоретичне визначення терміну планування конкурентоспроможності машинобудівного підприємства та значення цього процесу в діяльності підприємства. Варто зауважити, що формування планування конкурентоспроможності підприємства відбувається у певному середовищі функціонування, з огляду на це перспективами подальших досліджень є виокремлення пріоритетних завдань забезпечення планування конкурентоспроможності машинобудівних підприємств з метою виокремлення системи показників, що дозволять здійснити оцінку виконання завдань і відповідної мети підприємства.

1. Ільяшенко В.А. Рейтингове управління конкурентоспроможністю продукції та підприємства / В.А. Ільяшенко // Держава та регіони. – 2004. – № 3. – С. 91–94. 2. Жамойда О.О. Концепція конкурентоспособности товара / О.О. Жамойда // Вісник економічної науки України. – 2007. – № 2(12). – С. 41. 3. Хамініч С. Методика інтегральної оцінки рівня конкурентоспроможності промислового підприємства / С. Хамініч // Економіст. – 2006. – № 10. – С. 59–61. (С. 59) 4. Кузьмін О.Є. Основи менеджменту: [підручник] / О.Є. Кузьмін, О.Г. Мельник. – 2-ге вид., випр., доп. – К.: Академвидав, 2007. – 464 с. 5. Романко О.П. Стратегічне планування конкурентоспроможності машинобудівних підприємств // Науковий вісник Івано-Франківського національно – технічного університету нафти і газу. – 2008. – № 1(17). – С. 119–122. 6. Єрмак А.В. Конкурентноздатність підприємства: сутність поняття (проблематика питання) / А.В. Єрмак // Вісник економічної науки України. – 2005. – № 1. – С. 41–44. 7. Лозовський Ю.А. Формування стратегії як чинник підвищення конкурентоспроможності підприємств АПК / Ю.А. Лозовський // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – № 3(81). – С. 84–88.