

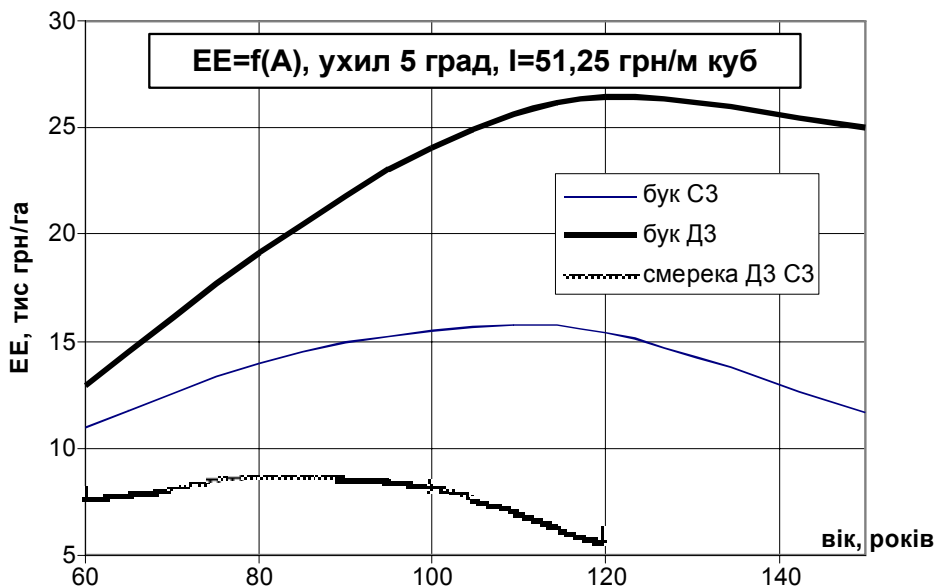


Рис. 3. Еколого-економічна оцінка інвестицій у лісогосподарське виробництво залежно від віку насаджень

Як видно з рис. 3, еколого-економічна оцінка інвестицій зростає із віком приблизно до 120 років для букових насаджень і до 100 років – для смерекових. Після досягнення даного віку оцінка зменшується, з більшими темпами – для букових насаджень в умовах СЗ.

Література

1. **Постанова** КМ України від 16 травня 1996 р. N 535 " Про затвердження Правил рубок, пов'язаних з веденням лісового господарства, та інших рубок"// www.gov.ua.

2. **Воспроизводство** лесных ресурсов: эколого-экономические проблемы/ Коваль Я.В., Мишенин Е.В., Царенко А. М., Литвиненко О.А., Антоненко И.Я. – К.: СОПС Украины НАН Украины, 2002. – 314 с.

УДК 339.9.339.94

*Доц. І.Ф. Коломієць, канд. екон. наук –
НУ "Львівська політехніка"*

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ У СИСТЕМІ ЧИННИКІВ ІНТЕРНАЦІОНАЛІЗАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Визначення рівня конкурентоспроможності підприємства – динамічної й статичної – є одним із вихідних пунктів формування програми підвищення конкурентоспроможності підприємства в контексті його інтернаціоналізації. Розглядаючи конкурентоспроможність підприємства як економічну категорію, важливо не тільки визначити її місце і роль в функціонуванні підприємства на ринку, але й виявити механізм підвищення конкурентоспроможності. Такий механізм повинен базуватись на засадах поєднання ринкового саморегулювання з державною інтервенцією в економічні процеси і формування середовища господарювання, що в практиці означає двоякий вплив на підприємство – з одного боку, підвищувати конкурентоспроможність підприємство змушує ринок, з іншого – макроекономічні умови господарювання, сформовані державою.

Ключові слова: конкурентоспроможність, інтернаціоналізація діяльності підприємств, міжнародні ринки, економічний механізм.

Assist. prof. I.F. Kolomiyets' – NU "L'vivs'ka Politekhnik"

Competitiveness in the system of enterprises activity internationalization factors

Defining of the level of enterprise dynamic and static competitiveness is one of the basic elements of formation of the enterprise competitiveness increasing program. While

analyzing the enterprise competitiveness as an economic factor it is important to define not only its place in the enterprise activity on the market place, but to clear up the mechanism of the competitiveness increasing. Such mechanism should combine market self-regulation element and state economic intervention. Moreover it is necessary to create relative economic environment. In practice it means the double influence on the enterprise. On the one hand the market place obliges the enterprise to increase its competitiveness, from the other – the state defines the macroeconomic environment for economic activity.

Keywords: competitiveness, enterprise activity internationalization, international markets, economic mechanism.

Підвищення конкурентоспроможності підприємства не може успішно здійснюватись, ґрунтуючись тільки на механізмах ринкового саморегулювання. "Невидима рука ринку" в сучасних умовах є недостатньо ефективним важелем впливу на суб'єкти господарювання у сфері зростання їх конкурентоспроможності. Це доведено представниками кейнсіанської школи теорії економіки. Ринкове саморегулювання в сучасних умовах є надто інертним механізмом, дія якого призводить до неефективного використання виробничих ресурсів, структурних диспропорцій і кризових явищ на макрорівні. Тому інтернаціоналізація і трансінтернаціоналізація підприємств відбуваються в умовах інтервенціоналізму державних органів влади, які мають значний вплив на характер згаданих процесів. Крім того, все більшою мірою на процеси інтернаціоналізації впливають міжнародні організації (наприклад, ВТО), що також виступає чинником зростання конкурентоспроможності підприємства як необхідної умови виживання і реалізації власної місії на ринках, які дедалі більшою мірою лібералізуються.

Спрощену схему економічного механізму підвищення конкурентоспроможності підприємств представлено на рис. 1. Вихідним пунктом механізму підвищення конкурентоспроможності підприємства є сучасні тренди розвитку світової економіки (блок 3 на рис. 1), інтегрованим відображенням якої є її глобалізація. До числа найважливіших з них належать:

- скорочення тривалості життєвого циклу технологій і продукції й викликане цим зростання ролі інноваційності як чинника конкурентоспроможності підприємства;
- зміщення "центру ваги" формування попиту з боку покупців в бік виробників і продавців продукції, що означає можливість маніпулювання попитом і управління ним з боку виробників;
- розширення і поглиблення міжнародних ринків, передусім завдяки розвитку комп'ютерних і інформаційних технологій і інформатики, поглибленню міжнародного розподілу праці й зменшенню залежності від природних ресурсів;
- необхідність поєднання зусиль в реалізації проектів, які неможливо реалізувати в межах однієї країни (наприклад, капіталомісткі, наукомісткі, екологічні проекти тощо);
- необхідність екологізації світової господарської системи, більш раціонального природокористування.

Поява згаданих тенденцій розвитку світової економіки обумовлена, передусім, суспільно-політичними передумовами, прискоренням науково-технічного прогресу і вичерпанням запасів невідновлювальних матеріально-сировинних ресурсів, зокрема, паливно-енергетичних на фоні динамічного зростання масштабів виробництва.

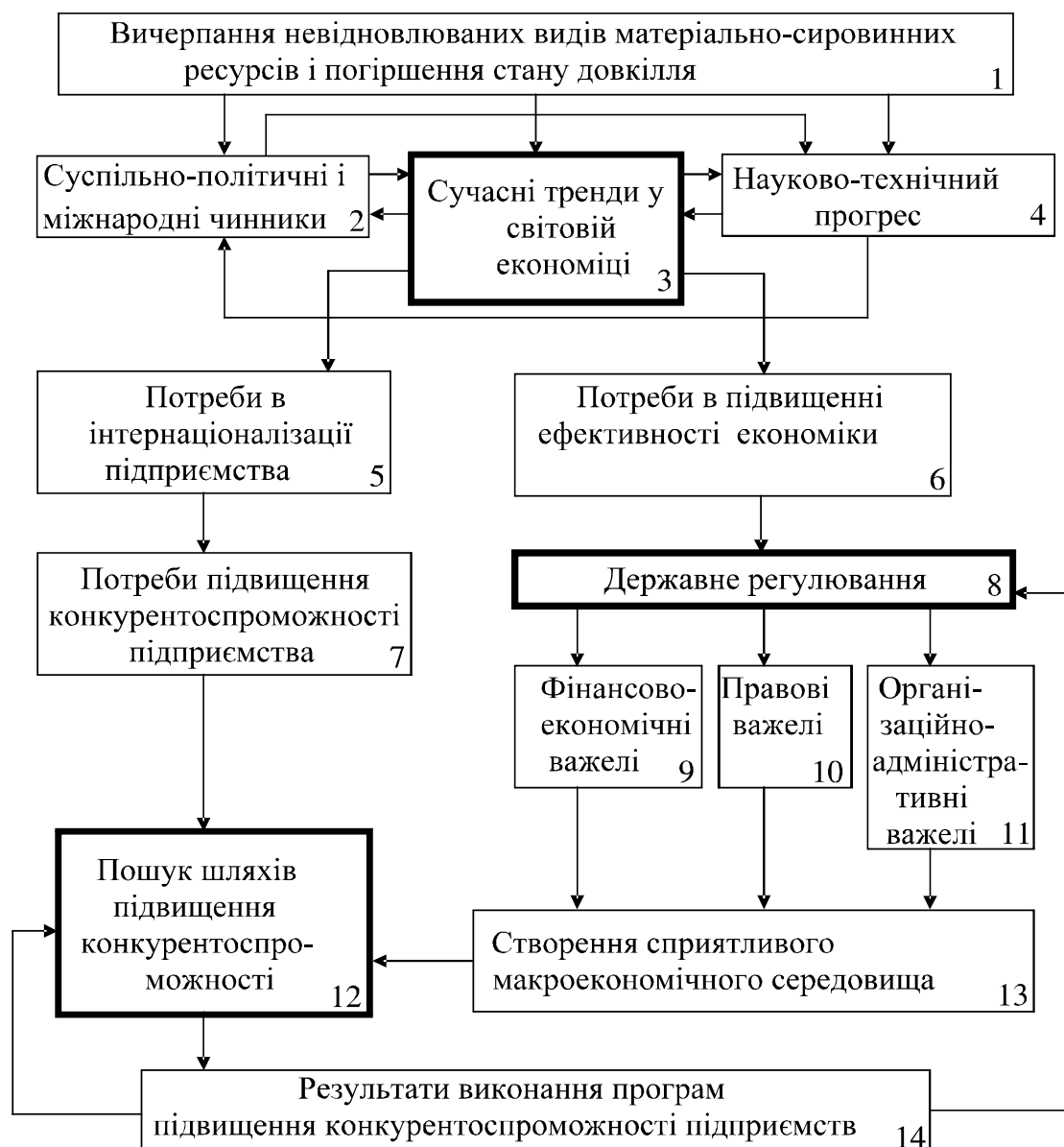


Рис. 1. Спрощена схема механізму підвищення конкурентоспроможності підприємства в процесі його інтернаціоналізації

До числа політичних передумов необхідно віднести, зокрема, розвал радянської імперії, внаслідок чого відбулося припинення гонки озброєнь і вивільнення значних матеріально-сировинних, фінансових і інтелектуальних ресурсів, задіяних у військово-промислових комплексах СРСР і США, ліквідація політичних і ідеологічних бар'єрів міжнародної співпраці, передусім в області науково-технічного прогресу і у сфері економіки [2].

Потреба в глобалізації має об'єктивний характер з причини вичерпання невідновлювальних запасів матеріально-сировинних ресурсів, що дедалі гостріше відчувається на фоні зростаючої потреби в них, викликаній прогресивно зростаючими обсягами виробництва в світовій економіці. Без міжнародної співпраці в цій галузі неможливо досягнути якісно нового рівня ефективності використання цих ресурсів. Така співпраця необхідна, насамперед, у сфері розробки і трансферу нових ресурсозберігаючих і ресурсозамінних технологічних систем [3, 5].

Вказані тенденції визначають і напрямки розвитку як національної економіки кожної країни, так і підприємств, які є складовими цієї економіки.

Загалом ці напрямки можна об'єднати в межах категорії конкурентоспроможності. Потреба в зростанні конкурентоспроможності виникає як на макро- так і на мікрорівні. На макрорівні – це конкурентоспроможність держави, на мікрорівні – це конкурентоспроможність підприємства в межах його ринку. А оскільки ринок підприємства чимраз більшою мірою інтернаціоналізується, то зростання конкурентоспроможності є об'єктивною і необхідною умовою інтернаціоналізації підприємства.

Розуміння необхідності підвищення конкурентоспроможності підприємств не повинно обмежуватись рівнем їх керівництва. Конкурентоспроможність підприємств є основою конкурентоспроможності національної економіки кожної країни, тому ця проблема повинна постійно бути в полі зору органів державного управління. Роль держави при цьому є дуже важливою. Конкурентна спроможність суб'єктів господарювання все більше залежить не тільки від підприємливості власників і продуктивності працівників, але також від функціонування територіальних суспільно-господарських систем і їх здатності до формування сучасних дієвих структур, які результативно використовують наявну в регіоні сукупність чинників виробництва" [1]. Держава повинна створити такі умови господарювання, які б сприяли активізації розробки і реалізації програм підвищення конкурентоспроможності підприємств. Вони повинні створюватись при задіянні фінансово-економічних, правових і організаційно-адміністративних важелів на рівні держави в цілому і на рівні регіонів.

Таким чином, зростання конкурентоспроможності підприємства залежить, з одного боку, від управлінських рішень на рівні самих підприємств, з іншого – від державної й регіональної політики у сфері створення відповідного економіко-правового середовища і державної підтримки зусиль суб'єктів господарювання з підвищення їх конкурентоспроможності.

Підвищення конкурентоспроможності підприємства необхідно розглядати як довготерміновий послідовний процес пошуку і реалізації управлінських рішень у всіх сферах його діяльності, який здійснюється планомірно відповідно до обраної стратегії довготермінового розвитку з врахуванням змін в зовнішньому оточенні та стану засобів самого підприємства і внесенням відповідних коректив [5]. Розглядаючи цей процес в контексті стратегії розвитку підприємства, необхідно вирішити певні задач методологічного характеру.

До найважливіших з них, як свідчить теорія і практика вирішення проблеми підвищення конкурентоспроможності підприємства, належать задачі:

- визначення критеріїв конкурентоспроможності й формування системи показників її вимірювання;
- розроблення методів оцінки рівня конкурентоспроможності;
- розроблення методів формування алгоритмів (програм) підвищення конкурентоспроможності.

Зі згаданих задач особливе місце належить пошуку методів оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства [4]. Це пояснюється їх значенням для прийняття відповідних управлінських рішень. Аналіз наукової літератури дає змогу ідентифікувати такі методичні підходи до визначення рівня конкурентоспроможності підприємства.

1. **Метод компаративних переваг.** Метод компаративних переваг є одним із найстарших. Існування в країні походження підприємства переваг, які дають змогу забезпечити відносно низькі витрати виробництва в певній галузі, є передумовою для завоювання даною галуззю сильних ринкових позицій, тобто для її конкурентоспроможності.
2. **Метод рівноваги фірм і галузі.** Під рівновагою розуміють такий стан, коли у виробника не існує стимулів для переходу в інший стан, тобто для зміни обсягу виробництва (зміни своєї частки на ринку). В умовах рівноваги виробника (при досягненні максимально можливого обсягу випуску й збуту товару за незмінного характеру попиту й рівня розвитку техніки на даному ринку) кожен з чинників виробництва використовується з однаковою й одночасно найбільшою продуктивністю.
3. **Структурно-функціональний метод.** Відповідно до структурного підходу оцінка позицій підприємства може ґрунтуватись на знанні рівня монополізації галузі, тобто концентрації виробництва і капіталу, і бар'єрів вступу на галузевий ринок компаній. Щодо функціонального підходу, головну роль при цьому відіграють економічні показники діяльності фірм: співвідношення "витрати-ціна", завантаження виробничих потужностей, обсяги випуску продукції, норма прибутку тощо.
4. **Метод "профілів" й якості.** Виявляються різні критерії задоволення запитів споживачів стосовно певного продукту, встановлюється їхня ієрархія й порівняльна важливість у межах того спектра характеристик, які в стані помітити й оцінити споживач, здійснюються порівняння техніко-економічних даних продукту з іншими конкуруючими продуктами.
5. **Матричний метод.** Теоретичною базою цих методів слугує концепція життєвого циклу товару й технології. Метод розроблений в середині 70-х років БКГ.
6. **Метод ефективної конкуренції.** Метод передбачає використання чотирьох груп показників: ефективності управління виробничим процесом, обіговими засобами, збутом і просуванням, та показників, які характеризують якість та ціну.
7. **Семантичне позиціонування.** Застосовується для визначення рівня конкурентоспроможності об'єкта на основі опитування покупців (споживачів) і виявлення їх оцінки за конкретними чинниками, які визначають конкурентоспроможність об'єкта.

Кожний з вказаних методів має свої вади і переваги. Проте для підприємства, яке розглядає підвищення конкурентоспроможності як необхідність в процесі інтернаціоналізації своєї діяльності, важливо використовувати такі методичні підходи в оцінці цього рівня, які б максимальною мірою були придатними для розробки відповідних програм дій в напрямку реалізації обраної стратегії інтернаціоналізації. Тому доцільно зупинитись, передусім, на уточненні понятійного апарату.

Конкурентоспроможність більшість дослідників визначає як володіння перевагою. Існують різноманітні визначення конкурентоспроможності, які можна об'єднати у дві групи. Перша група дефініцій акцентує увагу на маркетинговому аспекті діяльності, коли перевага підприємства обумовлюється ринком і може бути визначена як перевага пропозиції даного підприємства над пропозицією конкурентів, усвідомлювана споживачами. Джерелом цієї переваги є зовнішнє середовище (ринок), а місцем формування – свідомість споживача [3].

Друга група дефініцій концентрується на управлінському аспекті будови переваги над конкурентами. Конкурентоспроможність при цьому визначається ресурсним потенціалом в поєднанні з ефективністю управління ресурсами підприємства. Джерелами виникнення конкурентоспроможності є внутрішнє середовище підприємства та сприятлива конкурентна ситуація.

На нашу думку, "маркетинговий" підхід до визначення конкурентоспроможності відображає ефективність зусиль підприємства у формуванні ринкових переваг в тій чи іншій сфері конкуренції, які визначаються ринком. Такими сферами можуть бути успішність діяльності, реноме фірми, лояльність споживачів. Конкретними показниками конкурентоспроможності при цьому можуть бути величини, розраховані на основі врахування таких показників, як питома вага в ринку, імідж фірми, динаміка продаж тощо). Вказаний підхід відображає результат діяльності підприємства, який проявляється на ринку. Однак для отримання високого рівня конкурентоспроможності необхідно здійснювати постійну роботу з його забезпечення. Тому конкурентоспроможність обумовлюється ефективністю управління підприємством. Звідси – і спроба трактувати конкурентоспроможність з точки зору теорії менеджменту. Управлінський аспект конкурентоспроможності відображає причини досягнення підприємством тих чи інших переваг на ринку. Управлінський аспект конкурентоспроможності відображає механізми побудови цих переваг [2].

Обидва підходи до визначення конкурентоспроможності взаємопов'язані, між ними існують причинно-наслідкові зв'язки, характер яких необхідно враховувати в ході оцінки конкурентоспроможності та аналізу його причин. При цьому необхідно взяти до уваги два чинники, які в більшості наукових публікацій або не беруться до уваги, або ж враховуються недостатньо. Цими чинниками є такі.

По-перше, не враховується чинник часу. Його врахування необхідне, передусім, для оцінки періоду, протягом якого підприємство може утримувати перевагу над конкурентами в тій чи іншій сфері своєї діяльності. Чинник часу необхідний і для врахування тенденцій у зміні оточення, які можуть мати вплив на ті чи інші переваги підприємства над конкурентами.

По-друге, в існуючих оцінках рівня конкурентоспроможності підприємства не враховується зміна значимості (пріоритетності) тих чи інших чинників внаслідок дії зовнішнього оточення.

Конкурентоспроможність підприємства можна трактувати як його здатність впливати на ринок з метою утримання або збільшення своїх переваг у найважливіших сферах ринкової конкуренції, на основі максимально ефективного використання доступних ресурсів в межах існуючого середовища господарювання. Так оцінка необхідна для порівняння власної позиції на ринку з позицією конкурентів. В процесі інтернаціоналізації така оцінка необхідна для визначення оперативних і тактичних завдань у ході здійснення поточної діяльності.

Конкурентоспроможність підприємства можна представити як функцію кількох змінних у вигляді:

$$K = F \{ P_i, E_i, T, e_j, k \},$$

де: K – рівень конкурентоспроможності; P_i – ресурси i -го виду; E_i – ефективність використання ресурсів i -го виду; T – чинник часу; e_j – еластичність j -го виду

ринкової переваги; k_s – коефіцієнт, який враховує синергійний ефект впливу кількох чинників конкурентоспроможності.

Ресурси підприємства відображають потенціальні можливості побудови переваги на ринку і розглядаються в розрізі матеріальних, фінансових, інформаційних, людських ресурсів тощо.

Ефективність використання ресурсів як чинник конкурентоспроможності відображає, передусім, рівень менеджменту підприємства. При наявності порівняльного ресурсного потенціалу перевагу матиме те підприємство, яке використовує ефективніший менеджмент, оскільки постійний пошук нових рішень у всіх сферах діяльності підприємства є основою підвищення ефективності використання наявних ресурсів. Підтвердженням цієї тези (на прикладі сировинних ресурсів) може бути порівняння ресурсомісткості ВВП розвинутих країн. Найменший рівень ресурсомісткості ВВП характерний, насамперед, для країн, які не мають власних запасів цих ресурсів. Брак власних сировинних ресурсів обумовлює необхідність постійного пошуку все нових напрямків ресурсозбереження з метою скорочення імпорту, в тому числі й критичного.

Чинник часу враховує, передусім тривалість отриманої переваги. Чим більший часовий горизонт, в межах якого підприємство має перевагу над конкурентами, тим вищою буде його конкурентійність [4].

Еластичність ринкової переваги є досить специфічним чинником конкурентоспроможності й відображає реакцію ринку на заходи підприємства в напрямку побудови чи посилення переваги над конкурентами. На перший погляд, еластичність відображає ефективність управління підприємством, оскільки саме прийняття ефективних рішень, передусім маркетингових, забезпечує позитивне реагування ринку на впроваджувані підприємством зміни в його поведінці на ринку. Однак еластичність залежить не стільки від ефективності поточних рішень підприємства, скільки від "міцності" позицій, здобутих в попередні роки на ринку.

Література

1. Ярош А. Конкурентоспроможність регіонів та еволюція регіональної політики Європейського Союзу// Регіональна економіка. – 2005, № 1. – С. 188-193.
2. Дідківська Л. Проблеми гармонізації антимонопольно-конкурентної політики з іншими напрямками економічної політики держави: методологічні та практичні аспекти./ Конкурентія. Вісник Антимонопольного комітету України" – 2005, № 3(18). – С. 10-16.
3. Медведев В. Глобализация экономики: тенденции и противоречия// Мировая экономика и международные отношения. – 2004, № 2.
4. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление. – М.: Наука, 2000.
5. Мочерний С.В., Ларіна Я.С., Фомішин С.В. Світове господарство в умовах глобалізації. – К.: Ніка-центр, 2006. – 200 с.

УДК 338.2

*Аспір. С.М. Кундрат; доц. Р.Л. Хом'як, канд. екон. наук –
НУ "Львівська політехніка"*

НЕОБОРОТНІ АКТИВИ: СУТНІСТЬ ТА ЇХ КЛАСИФІКАЦІЯ

Розглянуто поняття необоротних активів та їх класифікацію в умовах реформування бухгалтерського обліку в Україні.