

УДК 338.47:339.96  
JEL: D41, L53

*ІЛЬЧЕНКО С.В.*

*д-р екон. наук, ст.наук.співроб.*

*провід. наук. співроб.*

*Інститут проблем ринку та економіко- екологічних досліджень НАНУ*

*Французький бульвар, 29, м. Одеса, Україна, 65044*

*E-mail: ilchenko.svit@gmail.com*

*ГЛУШКО Г.М.*

*аспірант відділу ринку транспортних послуг*

*Інститут проблем ринку та економіко- екологічних досліджень НАНУ*

*Французький бульвар, 29, м. Одеса, Україна, 65044*

*E-mail: mykolavalko@icloud.com*

### **ВИЗНАЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ З УРАХУВАННЯМ ОСОБЛИВОСТЕЙ ПОРТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

*У статті проаналізовано існуючі підходи до визначення поняття конкурентоспроможності. Запропоновано авторське бачення поняття конкурентоспроможності з урахування особливостей портової діяльності. Надано графічне уявлення щодо визначення поняття конкурентоспроможності підприємств портової галузі. За результатами дослідження в роботі сформульовано підхід в області визначення поняття конкуренції портів.*

**Ключові слова:** *портова діяльність, конкурентоспроможність портів, конкурентний потенціал порту*

*ILCHENKO S.V.*

*Dr.Sc. (Economics), Senior Researcher,*

*Institute Of Market Problems And Economic&Ecological Research of the*

*National Academy Of Sciences Of Ukraine*

*Frantsuzskiy Boulevard, 29, Odessa, Ukraine*

*E-mail: ilchenko.svit@gmail.com*

*GLUSHKO G.M.*

*postgraduate student of the department of transport services market*

*Institute Of Market Problems And Economic&Ecological Research of the*

*National Academy Of Sciences Of Ukraine*

*Frantsuzskiy Boulevard, 29, Odessa, Ukraine*

*E-mail: mykolavalko@icloud.com*

### **DEFINITION OF THE COMPETITIVENESS TAKING INTO ACCOUNT THE SPECIFICATION OF PORT ACTIVITY**

*In the article the existing approaches to the definition of the competitiveness concept are analyzed. The author's conception of competitiveness with regard to characteristics of sea ports is offered. Provided graphical representation concerning the definition of enterprises competitiveness of the port sector.*

*In addition to the objective economic categories, such as price, salary, income and profits, the main elements of the organizational and economic management mechanism, in the current conditions, should also be added the level of competitiveness. It should be noted that the principles of the organizational and economic management mechanism formation had better be based on the systematic and situational approach. And the competitive advantages of the ports, formed on the basis of their production profile and the system of interconnected signs of competitiveness, must determine the need to select and implement a market strategy aimed at achieving these competitive advantages.*

*In the presence of a competitive market and a developed competitive environment, the ability of significant number of enterprises in the ports sphere to survive will be determined by their competitiveness, which is realized in the process of enterprises in the market during the competition.*

*The authors concluded that the main outcome of the competitive functioning arrangements of modern port should be the following: ensuring stable long-term market position, practically permanent profit growth and ensure capitalization. As a main result can be selected as one of the criteria, and all together, depending on the state of the port and the stage of its life cycle.*

**Key words:** port activity, port competitiveness, competitive potential of the port.

### **Постановка проблеми та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями.**

До основних елементів організаційно-економічного механізму управління крім об'єктивних економічних категорій, таких, як ціна, заробітна плата, дохід і прибуток, у сучасних умовах ще й слід додати рівень конкурентоспроможності. При цьому слід зазначити, що принципи формування організаційно-економічного механізму управління повинні бути засновані на системному та ситуаційному підході. А конкурентні переваги порту, сформовані виходячи з його виробничого профілю і взаємопов'язаної з ним системи ознак конкурентоспроможності, мають визначати необхідність вибору і реалізації ринкової стратегії, спрямованої на досягнення даних конкурентних переваг.

При наявності конкурентного ринку і розвинутого конкурентного середовища здатність значного числа підприємств портової сфери до виживання буде визначатися їх конкурентоспроможністю, що реалізовується в процесі діяльності підприємств на ринку в ході конкурентної боротьби.

**Аналіз останніх публікацій по проблемі.** Початковим пунктом дослідження є ретроспективний аналіз наявних наукових уявлень у частині конкурентоспроможності та критичне осмислення поглядів у цій галузі. Тема визначення конкурентоспроможності є актуальною та становить предмет досліджень багатьох науковців [1 - 13]. Тим не менш, тема формулювання поняття конкурентоспроможності зі встановленням особливостей її визначення та оцінки для підприємств портової сфери обмежена низкою факторів, серед яких найголовніші: недоступність інформації щодо діяльності портових підприємств, знаходження портів у перманентному стані реформування з постійним пошуком універсальної та дієвої моделі функціонування, діяльність підприємств різних організаційно-правових форм у межах єдиного портового співтовариства та багато інших не менш значних прблем, привело до необхідності дослідити особливості самої категорії конкурентоспроможності порту та узагальнити можливості її визначення.

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Категорії конкуренції і конкурентоспроможності мають яскраво виражені галузеві особливості, які можуть бути виявлені, вивчені і використані лише на протязі значного часу, протягом тривалого науково-практичного пошуку з залученням сил науково-дослідних установ та використанням значного бюджету розвитку. Наявні визначення категорії конкурентоспроможності по суті представляють собою гіпотези, що знаходять недостатнє підтвердження в практиці ведення конкурентної боротьби вітчизняними портами. Запропоновані для підприємств портової сфери показники малоінформативні, не несуть смислового навантаження, потребують значних вхідних даних для розрахунків, не дозволяють побудувати логічний причинно-наслідковий ланцюг та спланувати дії щодо зростання конкурентоспроможності портів.

**Формулювання цілей дослідження.** У якості мети для даного дослідження обрано формування поняття конкурентоспроможності з урахуванням особливостей діяльності портів та обґрунтування обраного підходу до визначення рівня їх конкурентоспроможності.

**Виклад основних результатів та їх обґрунтування.** Б. Райзберг, Л. Лозовській та О. Стародубцева під конкурентоспроможністю пропонують розуміти «здатність виробників та продавців товарів конкурувати за своїми суперниками, що постачають на ті ж ринки аналогічні товари, або прагнуть проникнути на ринки. У конкурентній боротьбі за оволодіння ринками та залучення покупців, компанії використовують рекламу, зниження цін та скорочення витрат виробництва, підвищення якості послуг та надання додаткових послуг на етапі до та після продажу товару, задоволення запитів окремих груп споживачів» [2].

Слід підкреслити, що наведене визначення має скоріше описовий характер, в ньому відсутня загальноприйнята на теперішній час система рівнів конкурентоспроможності (товар – підприємство – галузь – країна), в ньому не відображено причини такого суперництва, наведено лише частково інструменти конкурентної боротьби, відсутні критерії кількісної оцінки конкурентоспроможності на різних рівнях господарського управління.

На думку Д.О. Мільгрома, конкурентоспроможність – вирішальний фактор комерційного

успіху на розвинутому конкурентному ринку [ 3, с. 44]. Це багатоаспектне поняття, що означає відповідність товару вимогам ринку, конкретним потребам споживачів не лише за своїми якісними, технічними, економічними, естетичними характеристиками, але й комерційним та іншим умовам його реалізації (ціна, терміни постачання, канали збуту, сервіс, реклама). Більш того, важливою складовою частиною конкурентоспроможності товару є рівень витрат споживача за термін його експлуатації. Число параметрів конкурентоспроможності залежить від виду і складності виробу у технічному та експлуатаційному відношенні, а також від необхідної точності оцінки, мети дослідження та інших зовнішніх факторів. Нарешті, конкурентоспроможність визначається лише тими якостями, які являють значний інтерес для покупця. Усі характеристики виробу, що виходять за межі цих інтересів, розглядаються при оцінці конкурентоспроможності як ті, що не мають до неї відношення у даних конкретних умовах [ 3, с. 47].

На нашу думку, конкурентоспроможність продукції є не фактором, а саме показником комерційного успіху товару, та як категорія стратегічного виробничого менеджменту наявна як на розвинутих, так і на тих що розвиваються, а також на нових ринках продукції товарів.

А.В. Глухів у своїх працях відмічає застосовність категорії конкурентоспроможності до виробників та країн, розглядаючи її як "концентрований вираз усієї сукупності можливостей країни, будь-якого виробника створювати, виробляти та збувати товари та послуги [4].

Фактор конкуренції носить примусовий характер, що примушує виробників під загрозою витіснення з ринку постійно займатися системою якості і, в цілому, конкурентоспроможністю своїх товарів, а ринок об'єктивно і суворо оцінює результати їх діяльності. В умовах розвинутого конкурентного ринку маркетинг стає ефективним засобом вирішення проблеми якості та конкурентоспроможності товарів, відчуваючи у свою чергу, їх зворотній вплив [4, с. 59].

Розгляд фактору конкуренції як примусового, на нашу думку, не цілком коректне, оскільки кожен окремо узятий виробник формує конкурентний тиск на ринок, відчуваючи, при цьому аналогічний тиск з боку існуючих конкурентів і знаходячись у зоні уваги потенційних. Об'єктивна і сувора оцінка ринком результатів праці підприємства також багато в чому умовна, оскільки ринок досить чутливий до інновацій і не є чимось сформованим та застиглим, окрім того, сучасні маркетингові технології дозволяють здійснювати реструктуризацію ринку і створювати нові ринки. Існуючі правила споживчої поведінки в частині споживання продукції також вказують на невизначеність та протиріччя споживачів, відсутність в них прогнозованих та стійких споживчих переваг, зростання ролі випадкових факторів у моделях вибору при купівлі товарів.

На думку Н.Л. Сафронова, конкурентоспроможність - це такий рівень економічних, технічних і експлуатаційних параметрів, який дозволяє витримати суперництво (конкуренцію) з іншими аналогічними товарами/послугами на ринку. Крім того, конкурентоспроможність - порівняльна характеристика товару, що містить комплексну оцінку усієї сукупності виробничих, комерційних, організаційних та економічних показників, вона визначає сукупність споживчих якостей даного товару - конкурентну за ступенем відповідності суспільним вимогам з урахуванням витрат на їх задоволення, цін, умов поставки та експлуатації в процесі виробничого або особистого споживання. [5, с. 168.].

У даному визначенні зроблено наголос на ту обставину, що конкурентоспроможність продукції складається як із параметрів безпосередньо матеріального блага, так і з комплексу виробничих, торговельних, маркетингових та фінансових зусиль щодо умов постачання та пропозиції споживачам, та супроводження у процесі подальшої експлуатації. Таким чином, підтверджується теза щодо нерозривності понять конкурентоспроможність продукції та підприємства.

Слабким місцем даного визначення, що перешкоджає його використанню в практичній роботі є введення у визначення показника ступеня відповідності суспільним потребам, який в практиці виробничого менеджменту досі не формалізовано, не піддається однозначному обчисленню і не використовується з метою планування та прогнозування виробничої діяльності промислових підприємств.

Поглиблюючи подальший зміст категорії конкурентоспроможності, таки автори, як Ю. Мішин та В. Урков слушно, на наш погляд, відмічають такий показник конкурентоспроможності, як ціна споживання, розуміючи під ним витрати покупця, пов'язані зі споживанням [6, 7]. Цей показник суттєво корегує співвідношення «ціна/якість», що часто використовується при оцінці конкурентоспроможності, і є більш точним кількісним критерієм, що широко використовується при

розробці нових зразків промислової продукції та прогнозуванні її конкурентоспроможності. Вочевидь також, що ціна споживання матиме як галузеві, так і регіональні особливості, пов'язані, наприклад, з віддаленістю виробника та необхідністю врахування витрат на логістику.

Ю. Мішин під конкурентоспроможністю розуміє комплекс споживчих та вартісних (цінових) характеристик товару, що визначають його успіх на ринку, тобто переваги саме цього товару над іншими в умовах широкої пропозиції конкуруючих товарів-аналогів. На думку автора, при виході на ринок кожний товар надходить з визначеним потенціалом конкурентоспроможності, який знижується відповідно до проходження товаром стадій життєвого циклу. Тому конкурентоспроможність нових товарів повинна бути випереджаючою та достатньо довготривалою [8]. При аналізі наведеного визначення постає питання, що вважати критерієм успіху товару на ринку: його появу на ринку, вихід на беззбитковість, одержання визначеної норми прибутку або її перевищення, або ще щось.

Більш-менш цільні системи наукових уявлень щодо конкурентоспроможності наведено у роботах авторів В. Андріанова, І. Ясина, А. Яковлева, А. Воронова [8-11]. В.Д. Андріанов вважає, що конкурентоспроможність товару виробника - один з рівнів, на якому може розглядатися конкурентоспроможність як багатопланова економічна категорія. З його точки зору, "конкурентоспроможність будь-якого господарського суб'єкту складається з цілого ряду конкурентних переваг, які виявляються шляхом співставлення відповідних показників конкурентів. До найважливіших конкурентних переваг слід віднести: рентабельність виробництва, характер інноваційної діяльності, рівень продуктивності праці, ефективність стратегічного планування й управління фірмою, адаптивність та ін." [8.] Під конкурентоспроможністю товару автор пропонує розуміти "комплекс споживчих, цінових і якісних характеристик товару, що визначають його успіх на внутрішньому і на зовнішньому ринках. Конкурентоспроможність товару можна визначити лише у порівнянні з товарами-аналогами" [8, с. 5.]. Оцінка конкурентоспроможності галузі проводиться за допомогою показників динаміки соціально-економічного розвитку та динаміки зовнішньої торгівлі.

Розглянута система поглядів на конкурентоспроможність має свої переваги та недоліки. Серед переваг відзначимо чітке розмежування рівнів конкурентоспроможності і достатньо інформативні визначення, що дозволяють у тому чи іншому ступені організувати управління конкурентоспроможністю на рівні продукції та підприємства. До недоліків наведеної системи відносяться: відсутність логічних взаємозв'язків між рівнями системи конкурентоспроможності, недостатній рівень формалізації показників конкурентоспроможності, на галузевому рівні – відсутність визначення конкурентоспроможності галузі та реальних показників її оцінки.

На думку Е.Г. Ясина та А.А. Яковлева [9], під конкурентоспроможністю товарів та послуг доцільно розуміти здатність продавати їх по ринковим цінам з нормальним прибутком. Виділяють зовнішню конкурентоспроможність - спроможність продавати товари й послуги на світових ринках, наявність в структурі експорту достатньої кількості товару та послуг, що забезпечують платіжний баланс країни, та внутрішню конкурентоспроможність - продаж на внутрішньому ринку у конкуренції з імпортом та іншими вітчизняними товарами, що разом з експортом забезпечують необхідний рівень зайнятості та доходів населення. Внутрішня конкурентоспроможність - більш низький рівень конкурентоспроможності порівняно з зовнішньою.

Конкурентоспроможність за ресурсами (природними, за якістю людського капіталу), тобто по факторам досягнення конкурентоспроможності за товарами та послугами [9, с. 12-13.]

Наведена система поглядів також має наявні переваги та недоліки. Постає питання: що вважати нормальним прибутком при реалізації товарів та послуг, та як нормальний прибуток враховується у моделі життєвого циклу товару? Спірним є і твердження про те, що зовнішня конкурентоспроможність на рівень вище внутрішньої конкурентоспроможності. Зовнішню конкурентоспроможність важче досягти за рахунок наступних факторів: додаткових витрат на оформлення зовнішньоекономічної діяльності, взаємовідносини з митницею та банками - агентами валютного контролю, логістики, складських витрат, формування суднових партій при відправленні продукції морем та ін. Тому продукція, що при урахуванні усіх витрат залишається конкурентоспроможною, а її реалізація приносить прибуток, потребує значних операційних витрат підприємства порівняно з діяльністю на внутрішньому ринку. В умовах відносно вільного валютного ринку фактор валютної виручки перестає грати системоутворююче значення для підприємств, що отримують додатковий прибуток з різниці внутрішніх та експортних цін, а також стійку поступову динаміку іноземних валют стосовно гривні. Тому, мабуть, варто перестати розглядати іноземні ринки як перспективні з наявними конкурентними новими підходами до виробництва та збуту

конкурентоспроможних товарів з урахуванням галузевих особливостей.

Становить інтерес визначення конкурентоспроможності інститутів, направлене на виявлення ступеню їх відповідності потребам конкурентоспроможності. Схоже визначення було у свій час висловлено Д. Саксом: "конкурентоспроможність нації відноситься до відповідності економічних структур та інститутів країни для економічного росту у рамках структури світової економіки в цілому. Економіка є конкурентоспроможною у світі, якщо економічні інститути та політика країни забезпечують стійке та швидке економічне зростання. Конкурентоспроможними є ті нації, що обирають інститути та політику, що є особливими та сприяють довгостроковому зростанню" [11]. На наш погляд, це визначення цілком може бути використано при розробці методики оцінки конкурентоспроможності галузі промисловості, що включає у себе крім безпосередньо промислових підприємств державні регламентуючі, наглядові та моніторингові органи, різноманітні об'єднання, усі види посередників (фінансові, маркетингові, транспортні та інші).

До плюсів наведеного методичного підходу щодо оцінки конкурентоспроможності варто віднести використання кількісних методів оцінки і вихідну звідси однозначність отриманих висновків, висвітлення проблеми конкурентоспроможності продукції на макро- і мікрорівнях, простоту і інформативність отриманих показників. Разом з тим, на наш погляд, він недостатньо повно описує проблему конкурентоспроможності з позицій господарчих суб'єктів, оскільки не дає відповідь на питання щодо сутності конкурентоспроможності підприємства, а формальна оцінка конкурентоспроможності продукції підприємства на окремих ринках являє собою деяку статичну оцінку поточного стану, але не відображує конкурентний потенціал підприємства та можливості інтенсифікації його використання у найближчій та середньостроковій перспективі. Крім того, як неодноразово зазначалося вище, конкурентоспроможність продукції і підприємства знаходяться в єдиному та нерозривному зв'язку, оскільки товар як матеріальне благо, що знаходиться в цеху промислового підприємства, не представляє для споживача цінності: цей товар потрібно розмістити у зручному для покупки місці, проінформувати клієнтів та покупців про його конкурентні переваги, оптимізувати його кількісний та якісний склад у рамках асортименту та номенклатури, позиціонувати його відносно діючого параметричного ряду товарів-конкурентів, забезпечити доставку, зберігання, передпродажне та післяпродажне обслуговування, сервіс, гарантію, утилізацію та ін. Без реалізації цих бізнес-процесів товар залишиться лише виробом, черговим дослідним зразком, що має визначену цінність для кривої накопичення досвіду підприємства, але не має практичної цінності, не приніс підприємству прибуток.

Таку політику виправдано у випадку дефіциту платоспроможного попиту на внутрішньому ринку, ускладненого наявністю надлишкових виробничих потужностей, у всіх інших випадках вихід на зовнішній ринок та пов'язані з цим проблеми забезпечення конкурентоспроможності вітчизняної промислової продукції і підприємств повинні розглядатися як нормальна практика розширення ринків збуту з урахуванням галузевої та регіональної специфіки товарних ринків окремих країн та необхідністю забезпечення певного критерію визначення економічної ефективності подібної діяльності.

Показники оцінки конкурентоспроможності підприємств та галузей увійшли в науковий побут з працями М. Портера, В.Д. Андріанова, Ф.А. Фасхієва, Р.А. Фатхутдінова [1, 8, 12, 13]. Однак, в практиці управління сучасними промисловими підприємствами, галузями, комплексами ці показники до теперішнього часу використовуються досить обмежено в силу їх складності та неінформативності. Проаналізуємо наявні методичні підходи даної сфери.

В. Андріанов визначає конкурентоспроможність товаровиробників як один з рівнів, на якому може розглядатися конкурентоспроможність як багатопланова економічна категорія. З його точки зору, "конкурентоспроможність будь-якого господарського суб'єкту складається з цілого ряду конкурентних переваг, що виявляються шляхом співставлення з відповідними показниками конкурентів. До найважливіших конкурентних переваг слід віднести: рентабельність виробництва, характер інноваційної діяльності, рівень продуктивності праці, ефективність стратегічного планування та управління фірмою, адаптивність та ін." [8, с.4]. У авторському визначенні, на наш погляд, присутні якості суб'єкту конкурентоспроможності без пояснення причин виникнення цих якостей та конкретних точок прикладання управлінських зусиль, направлених на зростання конкурентоспроможності підприємства.

Надане визначення, на наш погляд, більш прийнятне до категорії конкурентоспроможності продукції, оскільки для підприємства як суб'єкту конкурентоспроможності важливим є те, що

зроблено (у даному випадку, яку частку ринку захоплено), але не менш важливо і те, як це зроблено та наскільки стійке становище, що склалося.

Інше визначення конкурентоспроможності підприємства наведено О. Михайловим: "Підприємство світового рівня стає гнучкою системою економічної мобілізації ресурсів на краще забезпечення творчих процесів прискореного задоволення мінливих потреб" [14]. Значна кількість неформалізованих параметрів неведеного визначення та їх неоднозначність, ускладнюють можливість його практичного використання, хоч у змістовному плані воно чітко задає вектор розвитку підприємства, пов'язуючи його конкурентоспроможність з динамікою основних бізнес-процесів.

М. Портер визначає конкурентоспроможність підприємства на підставі продуктивності: "Національні компанії повинні постійно підвищувати продуктивність у наявних галузях за рахунок підвищення якості продукції, надання їй нових споживчих якостей, удосконалення технології виготовлення продукції або ж підвищення ефективності виробництва" [12, с. 168]. Відзначимо, що продуктивність у відриві від інших показників виробничо-господарської діяльності є достатньо мало інформативним показником, що недостатньо точно характеризує конкурентоспроможність підприємства у відриві від головних цілей його (підприємства) існування та розвитку.

Цікава точка зору Г.В. Куликова, який, посилаючись на П. Кругмана, цитує: "Для кожної компанії є гранична межа, нижче якої компанія не може подальше проводити свою діяльність... Тому, говорячи про зниження конкурентоспроможності компанії, ми розуміємо, що її позиції на ринку похитнулися, та якщо компанія не поліпшить свою продуктивність і ефективність, вона припиняє своє існування" [11, с. 33]. У даному випадку вочевидь під конкурентоспроможністю та її межею розуміють точку беззбитковості та запас фінансової міцності, при цьому дуже точно вказується на безглуздість існування підприємства, що не приносить економічного ефекту від своєї діяльності.

Європейський форум з проблем інформації визначив, що конкурентоспроможність - це реальна та потенційна можливість підприємств у існуючих для них умовах проектувати, виготовляти та збувати товари, що за ціновими та неціновими характеристиками більш привабливі для споживача, ніж товари їх конкурентів [13.]. На практиці абсолютно неможливо оцінити потенціальну можливість підприємства до інтенсифікації конкурентного потенціалу, як і з високою часткою точності оцінити конкурентний потенціал підприємства.

Більш формалізований опис розглянутих уявлень щодо конкурентоспроможності наведено у таблиці 1.

Таблиця 1

**Ретроспективний аналіз наукових уявлень щодо конкурентоспроможності**

| <i>Автор</i>                                 | <i>Визначення конкурентоспроможності</i>                                                                                                                                                                                         |
|----------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Б. Райзберг, Л.Лозовській та О. Стародубцева | конкурентоспроможність - здатність виробників та продавців товарів конкурувати зі своїми суперниками, що постачають на ті ж ринки аналогічні товари, або прагнуть проникнути на ринки                                            |
| Д.О. Мільгром                                | конкурентоспроможність – вирішальний фактор комерційного успіху на розвинутому конкурентному ринку                                                                                                                               |
| Х. Фасхієв                                   | Рівень витрат споживача за термін експлуатації товару є основним критерієм конкурентоспроможності товару виробничо-технічного призначення                                                                                        |
| А.В. Глухів                                  | конкурентоспроможність - концентроване відображення усієї сукупності можливостей країни, будь-якого виробника створювати, виробляти та збувати товари та послуги                                                                 |
| Н.Л. Сафронов                                | конкурентоспроможність - це такий рівень економічних, технічних і експлуатаційних параметрів, який дозволяє витримати суперництво (конкуренцію) з іншими аналогічними товарами на ринку                                          |
| Ю. Мішин та В. Урков                         | відмічають такий показник конкурентоспроможності, як ціна споживання, розуміючи під ним витрати покупця, пов'язані зі споживанням                                                                                                |
| Ю. Мішин                                     | конкурентоспроможність - комплекс споживчих та вартісних (цінових) характеристик товару, що визначають його успіх на ринку, тобто переваги саме цього товару над іншими в умовах широкої пропозиції конкуруючих товарів-аналогів |

|                                         |                                                                                                                                                                                                                                                          |
|-----------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| В.Д. Андріанов                          | конкурентоспроможність будь-якого господарського суб'єкту складається з цілого ряду конкурентних переваг, які виявляються шляхом співставлення відповідних показників конкурентів                                                                        |
| Е.Г. Ясин та А.А. Яковлев               | під конкурентоспроможністю товарів та послуг доцільно розуміти здатність продавати їх по ринкових цінах з нормальним прибутком                                                                                                                           |
| А. Воронов                              | пропонує використовувати систему формальних критеріїв для різних рівнів господарської системи, які характеризують конкурентоспроможність продукції, що випускається, та її зростання                                                                     |
| Г.В. Куликова                           | під конкурентоспроможністю та її межею розуміє точку беззбитковості та запас фінансової міцності, при цьому дуже точно вказується на безглуздість існування підприємства, яке не дає економічного ефекту від своєї діяльності                            |
| Європейський форум з проблем інформації | конкурентоспроможність - це реальна та потенційна можливість підприємств, в існуючих для них умовах, проектувати, виготовляти та збувати товари, що за ціновими та неціновими характеристиками більш привабливі для споживача, ніж товари їх конкурентів |
| Р. Фатхутдинов                          | надав найбільш логічну та формалізовану методику оцінки конкурентоспроможності організації                                                                                                                                                               |

Джерело: систематизовано авторами.

За результатами дослідження в роботі сформульовано підхід в області визначення поняття конкуренції портів, а саме:

- конкурентоспроможність характеризує окремі ситуації і процес конкуренції в цілому, при відсутності реальної конкуренції конкурентоспроможність втрачає своє змістовне значення;
- при визначенні конкурентоспроможності портів потрібно враховувати основні цілі їх функціонування, тобто перш за все вирішувати завдання необхідних обсягів вантажопереробки у встановлені терміни, з урахуванням критеріїв якості та безпеки;
- конкурентоспроможність стосовно порту, повинна чітко детермінуватися, піддаватися кількісному та якісному аналізу і формалізації; мати змістовне значення в організації та здійсненні цілей та завдань стратегічного та виробничого менеджменту;
- рівні конкурентоспроможності порту повинні бути чітко взаємопов'язані та логічного обумовлені, між ними не повинно бути логічних та змістовних розривів;
- використання поняття конкурентоспроможності та визначення її рівня як одного з основних, що характеризують динаміку розвитку порту на додаток до наявних та широко застосованих економічних показників, має підвищити точність та ефективність господарського управління портом. Аналіз та оцінка конкурентоспроможності повинні знайти своє відображення при плануванні та реалізації комплексних програм створення та розвитку порту, корпоративних програм розвитку, реструктуризації та антикризисного управління.

Виділення та аналіз витрат та виручки порту з використанням показників точки беззбитковості та запасу фінансової міцності дозволяє розширити методичний підхід до управління портом на цій підставі (рис. 1):

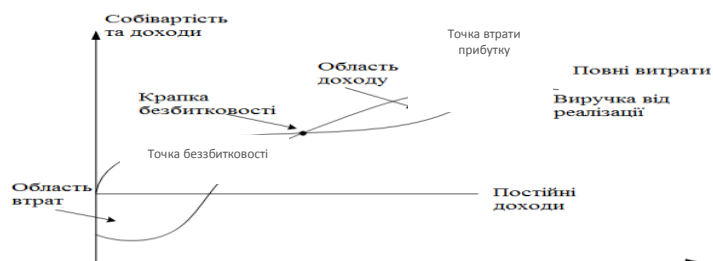


Рис. 1. – Графічне уявлення нелінійної залежності показників точки беззбитковості та запасу фінансової міцності

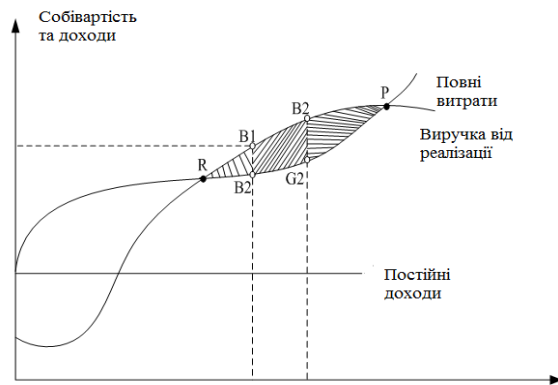


Рис. 2. - Графічне уявлення нелінійної залежності показаників точки беззбитковості та запаса фінансової міцності з використанням показників конкурентоспроможності

Застосування розробленої авторами системи показників визначення рівня конкурентоспроможності порту дозволяє суттєво уточнити подібну графічну інтерпретацію результативності та ефективності основних бізнес-процесів, що ініційовано у рамках системи управління портом (рис.2).

де  $R$  - точки беззбитковості;

$P$  - точка втрати прибутку;

$B_1$  и  $B_2$  - точки стану порту, що характеризують поточний рівень виручки від реалізації послуг та повних витрат на їх здійснення;

$G_1$  і  $G_2$  - точки конкурентоспроможності порту ( $K_{сп.пред.} = 1$ ).

Площа  $RB_1B_2$  - накопичена конкурентоспроможність порту.

Площа  $B_1B_2G_1G_2$  - конкурентний потенціал порту.

Площа  $G_1G_2P$  - зона конкурентного лідерства порту та галузі в цілому.

Як видно з рисунку, у кожний даний момент часу порт може аргументовано визначити свою конкурентоспроможність, дослідити накопичений рівень конкурентоспроможності і конкурентний потенціал, дослідити конкретні прийоми, що виводять його у лідери в данній зоні.

#### **Висновки та перспективи подальших досліджень.**

Запропонований підхід може бути використано при розробці та реалізації бізнес-планів, галузевих та комплексних програм розвитку, моніторингу галузевої кон'юнктури та конкурентного середовища, прийнятті рішень тактичного та стратегічного рівня, направлених на стійке підвищення конкурентоспроможності портової діяльності.

Враховуючи феномен конкурентоспроможності, визначений М. Портером, дійсними лідерами галузі стають не підприємства з найбільшою часткою ринку, а підприємства з найвищою результативністю та ефективністю бізнес-процесів, що виражено у показниках конкурентоспроможності.

Конкурентоспроможність портів являє собою здатність залишатися економічно ефективним в умовах конкурентного середовища, тобто досягати основної мети свого існування в умовах наявності суб'єктів – конкурентів, що мають схожі цілі та реалізують схожі бізнес-процеси для їх досягнення.

Основним результатом реалізації конкурентоспроможного механізму функціонування сучасних портів повинно стати наступне: забезпечення стійкої довгострокової позиції на ринку, практично постійне зростання прибутку та забезпечення капіталізації. У якості основного результату може бути обрано як один з наведених критеріїв, так і усі разом, в залежності від стану розвитку порту та етапу його життєвого циклу.

#### **ЛІТЕРАТУРА**

1. Портер М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов / Майкл Портер ; [пер. с англ. И. Минервина]. — Москва : Альпина бизнес букс, 2011. — 454 с.
2. Райзберг Б. А. Современный экономический словарь / Райзберг Б. А., Лозовский Л. Ш., Стародубцева Е. Б. — Москва : Инфра-М, 2010. — 512 с.
3. Мильгром Д. А. Оценка конкурентоспособности экономических технологий / Д. А. Мильгром // Маркетинг в России и за рубежом. — 1999. — № 2. — С. 44—51.



4. Глухів А. В. Оцінка конкурентоздатності товару і способи її забезпечення / А. В. Глухів // Маркетинг. — 1999. — № 2. — С. 56—64.
5. Экономика предприятия / [Арсенов Е. В., Бальков Я. Д., Корнеева И. В. и др.] ; под ред. Н. А. Сафронова — М. : Юристъ, 1998. — 245 с.
6. Мишин Ю. Слагаемые конкурентоспособности: рекомендации по разработке стратегии развития производственных структур / Ю. Мишин // Риск. — 1999. — № 1. — С. 82—87.
7. Уроков В. Правовая основа обеспечения конкурентоспособности промышленных предприятия / В. Уроков // Хозяйство и право. — 1999. — № 8. — С. 83.
8. Андрианов В. Д. Конкурентоспособность России в мировой экономике / В. Д. Андрианов // Маркетинг. — 1999. — № 5 — С. 4—12.
9. Ясин Е. Г. Конкурентоспособность и модернизация экономики / Ясин Е. Г. — М. : Издат. дом ГУ ВШЭ, 2004. — 453 с.
10. Воронов А. А. Оценка и менеджмент конкурентоспособности продукции / В. А. Воронов — Краснодар : КубГУ, 2004. — 216 с.
11. Куликов Г. В. Японский менеджмент и теория международной конкурентоспособности / Куликов Г. В. — М. : Экономика, 2000. — 247 с.
12. Портер М. Конкуренция / Майкл Портер — СПб. : Вильямс, 2006. — 602 с.
13. Фатхутдинов Р. А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса : экономика, маркетинг, менеджмент / Фатхутдинов Р. А. — М. : Изд.-книготорг.центр «Маркетинг», Дашков и Ко, 2002. — 886 с.

#### REFERENCES

1. Porter, M. (2006). *Konkurentnaya strategiya: Metodika analiza otrasley i konkurentov [Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors]*. Moskva : Alpina biznes books [in Russian].
2. Rajzberg, B.A., Lozovskij, L.Sh., & Starodubczeva, E.B. (2010). *Sovremennyj ekonomicheskij slovar` [Modern economic dictionary]*. Moskva: Infra-M [in Russian].
3. Mil'grom, D.A. (1999). Otsenka konkurentosposobnosti ekonomicheskikh tekhnologij [Assessment of the competitiveness of economic technologies]. *Marketing v Rossii i za rubezhom – Marketing in Russian*, 2, 56-64 [in Russian].
4. Glukhiv, A.V. (1999). Otsinka konkurentozdatnosti tovaru i sposoby ii zabezpechennia [Evaluation of goods competitiveness and the method of providing ones]. *Marketing – Marketing*, 2, 56-64 [in Russian].
5. Arsenov, E.V., Balykov, Ya.D., & Korneeva, I.V. (1998). *Enterprise economic*. N.A. Safronov (Ed.). Moscow : Yurist.
6. Mishin, Yu. (1999). Sлагаemye konkurentosposobnosti : rekomendazii po razrabotke strategii razvitiya proizvodstvennykh struktur [Summand of the competitiveness : recommendation for the development of the production structure' strategic profile]. *Risk – Risk*, 5–6, 82–87 [in Russian].
7. Urokov, V. (1999). Pravovaya osnova obespecheniya konkurentosposobnosti promyshlennykh predpriyatij [Legal basis of the production enterprises ensuring]. *Khozyajstvo i pravo – Economy and law*, 8, 83 [in Russian].
8. Adrianov, V.D. (1999). Konkurentosposobnost Rossii v mirovoj ekonomike [Russian competitiveness in the world economy]. *Marketing – Marketing*, 5, 4–12 [in Russian].
9. Yasin, E.G., Yakovlev A.A. (2004). *Konkurentosposobnost` i modernizatsiya rossijskoj ekonomiki : nachalo proekta [Competitiveness and modernization of Russian economy : project start]*. Moskva : Izd.dom GU VSHE [in Russian].
10. Voronov, A.A. (2003). *Otsenka i menedzhment konkurentosposobnosti produktsii [Evaluation and management of the output competitiveness]*. Krasnodar : KubGU [in Russian].
11. Kulikov, G.V. (2000). *Yaponskij menedgment i teoriya mezhdunarodnoj konkurentosposobnosti [Japan management and theory of international competitiveness]*. Moskva : Ekonomika [in Russian].
12. Porter, M. (2006). *Konkurentsiya [Competitiveness]*. Sankt-Peterburg : Vilyams [in Russian].
13. Fatkhutdinov, R.A. (2002). *Konkurentosposobnost organizatsii v usloviyakh krizisa : ekonomika, marketing, menedzhment [Competitiveness of the organization in crisis : economy, marketing, management]*. Moskva : Dashkov i Ko [in Russian].