

За даними Української асоціації медичного туризму структура послуг виїзного медичного туризму складає: 40 % - лікування; 30 % - оздоровлення; 25 % - діагностика; 5 % - медичне туристичне страхування [3].

Всесвітня асоціація медичного туризму (GHTC) вважає, що Україна є дуже привабливою для іноземних інвесторів та пропонує допомогу в інвестуванні закладів охорони здоров'я та реформуванні галузі.

Медичний туризм породив нову концепцію на межі сучасної охорони здоров'я та туризму. Не маючи можливості вирішити медичну проблему в своїй країні, пацієнт вибирає країну, лікаря і клініку, де йому можуть запропонувати найсучасніше обстеження і лікування. Україна із своїм високим потенціалом медичних, оздоровчих і рекреаційних ресурсів, конкурентних переваг за ціновими параметрами, може стати одним із світових лідерів з медичного в'їзного туризму. Розвиток медичного туризму генерує значний мультиплікативний ефект для економіки та може внести вагомий вклад у поповненні бюджету країни.

Література.

1. Медицинский туризм Рейтинги и обзоры [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.medicare-4u.com/ru/medical-tourism/>
2. Статистический отчет о деятельности Турецкой ассоциации медицинского туризма ТНТС на территории Украины [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://thtc-rsc.com/news/?limit=1&point=2>
3. Українська асоціація міжнародного туризму / Сайт УАМТ [Електронний ресурс]. - Режим доступу: // <http://www.uamt.org.ua>
4. Stolley K. Medical Tourism / Kathy S. Stolley, Stephanie Watson. - EEIG - 2012. – 343 p.

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ЯК ФАКТОР СТІЙКОЇ РОБОТИ ПІДПРИЄМСТВА

*Богацька Н. М., к. е. н., доцент
Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ*

На сучасному етапі наявність конкурентних переваг у підприємства є передумовою його виживання на ринку. Високий

рівень конкурентоспроможності підприємства повинен свідчити про ефективність його функціонування, гнучкість в адаптуванні до змін середовища функціонування, високу якість продукції та адекватну цінову політику, позитивність сприйняття споживачами бренду, торговельної марки компанії, високий рівень кваліфікації персоналу тощо. Це робить проблему теоретичного обґрунтування конкурентної стратегії, вдосконалення методичних рекомендацій до оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємства в умовах транзитивної економіки надзвичайно актуальною.

Конкурентоспроможність промислового підприємства є сукупністю взаємопов'язаних елементів, спрямованих на забезпечення його сильних конкурентних позицій, підтримання і розвиток існуючих та створення нових конкурентних переваг.

На конкурентоспроможність підприємств торгівлі суттєво впливають науково-технічний рівень і ступінь удосконалення торговельно-технологічного процесу, впровадження і використання новітніх технологій та сучасних засобів автоматизації. У цьому контексті доречно розглянути погляди різних науковців на конкурентоспроможність підприємства.

Оцінка конкурентоспроможності підприємства є складним і багатофакторним завданням, яке зводиться до інтерпретації і оцінки системи показників, які характеризують різні сторони діяльності підприємства, що формують його конкурентоспроможність [1, с. 94].

Оцінка розвитку підприємства з точки зору оцінки конкурентоспроможності підприємства здійснюється відповідно до найбільш загальних підходів - структурного та функціонального [1]. В основі структурного підходу до оцінки конкурентоспроможності підприємства лежить аналіз його позиції на ринку з урахування рівня монополізації галузі, тобто концентрації виробництва і капіталу, наявності вхідних бар'єрів для нових підприємств, що вступають до галузевого ринку, ступеня диференціації продукції, можливості технологічних нововведень та економії на масштабах виробництва. Функціональний підхід полягає у визначенні конкурентоспроможності підприємства за показниками ефективності виробництва, фінансового стану, збуту та конкурентоспроможності товару. Перевагою функціонального підходу є використання тих груп показників, які дають змогу більш об'єктивно оцінити найважливіші сфери діяльності підприємства, зокрема фінансово-господарську діяльність підприємства (продуктивність праці та фондівіддача,

показники ліквідності та платоспроможності підприємства, рентабельності продажу тощо), та визначити його місце на галузевому ринку. Однак цей підхід не дає змогу врахувати такі характеристики конкурентоспроможності підприємства, як імідж та потенціал підприємства.

До основних критеріїв, які висуваються до якості методик комплексної оцінки конкурентоспроможності підприємств, слід віднести можливість порівняння окремих показників розвитку, співвіднесення даних показників із середніми (нормативними) параметрами та виявлення відхилень, що дозволить в кінцевому підсумку виробити стратегію проведення необхідних економіко-організаційних заходів для усунення виявлених відхилень [2, с. 8].

Життєвий цикл формування й реалізації стратегії розвитку підприємства повинен враховувати чотири стадії (рівня) розвитку: розвиток на основі чинників виробництва; розвиток на основі інвестицій; розвиток на основі інновацій; розвиток на основі досягнутого благополуччя.

Низький рівень конкурентоспроможності продукції вітчизняних підприємств є однією із головних причин кризових явищ, які спостерігаються в економічному житті країни [3, с. 599-603].

«Дерево цілей» може бути основною для побудови ієрархії цілей для кожного підприємства з урахуванням його специфіки та динамічного стану. При формуванні стратегії розвитку підприємства на основі «дерева цілей» можна рекомендувати розробляти матрицю цілей. У свою чергу матрицю можна формувати шляхом використання методів експертної оцінки.

Визначення загального коефіцієнта важливості кожної цілі для досягнення головної мети здійснюється шляхом використання відповідних коефіцієнтів відносної важливості. Розраховані і пронормовані загальні коефіцієнти важливості будуть характеризувати оцінку впливу факторів на конкурентоспроможність підприємства [4, с. 87].

Розробка стратегії розвитку повинна залежати і від того, в якому класі стану конкурентоспроможності знаходиться підприємство [5, с. 154].

З урахуванням певних складнощів у фінансовій сфері (нестача обігових активів і т. п.) підприємство потрапляє в клас станів II або навіть в клас станів III, але практично готове до виходу на ринки з новим «революційним» інноваційним продуктом. У подібних

випадках стратегії підприємства необхідно приймати та коригувати з урахуванням існуючих реалій і перспектив [6].

Запропонований підхід до вибору конкурентної стратегії підприємства (або комбінації декількох стратегій для великих підприємств) представляє з себе важливий початковий крок при розробці довгострокових стратегічних програм розвитку. Наступним етапом реалізації обраної стратегії розвитку є її детальна конкретизація.

Зокрема, на цьому етапі повинні бути прийняті стратегічні рішення щодо інноваційного та інвестиційного менеджменту, ризик-менеджменту, управління зовнішньоекономічною діяльністю, бюджетного управління, стратегічного позиціонування і т. п. При вирішенні конкретних стратегічних завдань можуть бути використані різні методології. На наш погляд, найбільш перспективною методологією тут може служити загальноприйнята й багаторазово апробована методологія систем збалансованих показників ефективності.

Таким чином, конкурентоспроможність підприємства становить узагальнюючий підсумковий показник його стійкої роботи, який вбирає в себе результати діяльності самих різних виробничих, допоміжних і управлінських підрозділів, підсистем і залучених ресурсів.

Література.

1. Драган О. І. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теоретичні аспекти. Монографія. Київ: ДАКККіМ, 2006. 160 с.
2. Бельтюков Є. А., Некрасова Л. А. Конкурентна стратегія підприємства: сутність та формування на основі оцінки рівня конкурентоспроможності. *Економіка: реалії часу*. 2014. № (12). С. 6–13.
3. Богацька Н. М., Цинкобур Д. Р. Сучасні методики оцінки конкурентоспроможності підприємства. *Молодий вчений*. 2017. № 4. С. 599–603.
4. Костусев А.А. Конкурентна політика в Україні: монографія. Київ: КНЕУ, 2015. 310 с.
5. Хрущ Н.А., Ваганова Л.В. Сучасні підходи до оцінки конкурентоспроможності підприємства. *Вісник Хмельницького національного університету*. Хмельницький 2015. № 5. С. 153–156.
6. Чернявська М. К. Особливості еволюції поглядів на конкуренцію. URL: http://www.rusnauka.com/15_APSN_2010/Economics/66991.doc.html (дата звернення: 02.11.2019)