

УДК 65.012.23

**С.М. Шинкар**, канд. екон. наук, доц.

**М.В. Брижата**, студ.

## **АНАЛІЗ МЕТОДІВ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

*Проведено аналіз існуючих методів оцінки конкурентоспроможності підприємства. Визначено основні етапи управління конкурентоспроможністю підприємства.*

*Проведен анализ существующих методов оценки конкурентоспособности предприятия. Определены основные этапы управления конкурентоспособностью предприятия.*

*The analysis of existent methods of estimation of competitiveness of enterprise is in-process conducted. The basic stages of management by the competitiveness of enterprise are certain.*

**Постановка проблеми у загальному вигляді.** Розвиток економіки України тісно пов'язаний з вирішенням проблеми конкурентоспроможності підприємств. З переходом до ринкових умов господарювання досить швидко з'ясовано, що продукція багатьох українських підприємств виявилася неконкурентоспроможною на вітчизняному та світовому ринках. Загалом, конкурентоспроможність – здатність підприємства до реалізації конкурентних переваг, які дають йому змогу ефективно розвиватися порівняно з іншими підприємствами на внутрішньому та зовнішньому ринках.

Підвищення конкурентоспроможності підприємств є головним завданням кожного підприємства, що гарантує йому зміцнення власних позицій серед конкурентів, тому теоретичного і практичного значення набуває оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємства. Це дасть змогу не тільки з'ясувати конкурентне місце, а й розробити науково обґрунтовану стратегію менеджменту, органічно-економічний механізм підвищення конкурентоспроможності підприємств.

**Аналіз основних досліджень і публікацій.** Проблемам ефективного управління конкурентоспроможністю в економічних умовах, що швидко змінюються, присвячені дослідження вітчизняних та зарубіжних учених: М. Портера, Л.В. Балабанової, П.Ю. Беленького, І.П. Булеєва та ін. Вивчення опублікованих праць свідчить про відсутність достатнього висвітлення принципово важливих питань, пов'язаних із комплексною всебічною оцінкою конкурентоспроможності підприємства.

**Мета та завдання статті.** Дослідити основні методи оцінки конкурентоспроможності підприємства та визначити, які існують етапи управління конкурентоспроможністю підприємства.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Оцінка конкурентоспроможності підприємства сьогодні виступає важливим елементом забезпечення ефективного ведення діяльності та передумовою здобуття стійких конкурентних переваг у довготерміновій перспективі. Сильні та слабкі сторони діяльності підприємства, визначені у процесі оцінювання конкурентоспроможності, дають змогу виявити та мобілізувати приховані можливості для отримання вигідних позицій на ринку. Також оцінювання конкурентоспроможності підприємства є важливою процедурою під час здійснення зовнішньоекономічної діяльності та виходу на зарубіжні ринки. У сучасній вітчизняній літературі проблеми управління конкурентоспроможністю розглядаються фрагментарно, а пропонувані підходи не враховують повного комплексу завдань по її забезпеченію. Це викликало, з одного боку, складність дійсної проблематики, а з іншого – відсутністю значної практики управління вітчизняними підприємствами в умовах конкуренції. Разом із тим досягнення вітчизняної економічної науки і теорії управління можуть служити фундаментом для проведення наукових досліджень і формування обґрунтованих висновків зі створення й удосконаленню механізмів управління конкурентоздатністю підприємства.

Досягнення високого рівня конкурентоспроможності можливе лише за умов застосування ефективного управління нею. Під системою управління конкурентоспроможністю підприємства (товарів, робіт, послуг) треба мати на увазі сукупність організаційної структури, процесів, технологій, положень ресурсів тощо, необхідних для створення і реалізації умов, які сприятимуть створенню конкурентних переваг у теперішньому і майбутньому бізнес-середовищі [1, с. 250-257]. Отже, показник рівня конкурентоспроможності підприємства – це узагальнюючий показник життєздатності підприємства, його вміння ефективно використовувати свій виробничий, науково-технічний, трудовий, фінансовий потенціал. Цей показник відображає результати роботи всіх підрозділів, тобто стан внутрішнього середовища, а також здатність його реагувати на зміну зовнішнього середовища.

Визначення конкурентоспроможності підприємства може проводитися з використанням якісних та кількісних методик оцінювання. Якісні методи оцінювання здебільшого мають низький ступінь математичної формалізації, їм властива трудомісткість реалізації та дискретність оцінки. Вони не дають можливості використовувати оцінку конкурентоспроможності в процесі аналізу та визначення пріоритет-

них напрямів посилення конкурентних позицій на ринку. Кількісні методи дають змогу оцінювати реальні шанси суб'єкта господарювання у конкурентній боротьбі за привабливі стратегічні зони господарювання та приймати виважені, з тактичного та стратегічного погляду, управлінські рішення.

Також слід зазначити, що методи оцінки конкурентоспроможності підприємств, засновані на теоріях рівності і чинників виробництва, мають істотні обмеження. По-перше, теорія рівноваги виробника була розроблена для дослідження процесів розвитку галузі в умовах досконалої конкуренції. По-друге, даний метод припускає, що підприємство у результаті свого розвитку повинно досягти стану рівноваги.

Проте, процес оцінки конкурентоспроможності можна поділити певні етапи. Так, І.А. Тарасенко та В.Д. Рожок розробили методику, яка передбачає такі кроки під час проведення аналізу та оцінки конкурентоспроможності:

- 1) встановлення відповідності продукції вимогам стандартів;
- 2) обґрунтування набору показників для оцінки конкурентоспроможності продукції;
- 3) вибір еталону для порівняння;
- 4) порівняння якісних, економічних і маркетингових показників продукції підприємства з показниками еталону продукції;
- 5) аналіз можливостей підприємства щодо поліпшення цих показників;
- 6) розрахунок інтегрального рівня конкурентоспроможності продукції підприємства;
- 7) аналіз конкурентних переваг і недоліків порівняно з конкурентами.

Синишин І. вважає, що оцінка конкурентоспроможності товарів поділяється на наступні етапи, такі як

- 1) аналіз ринку на вибір найбільш конкурентоспроможного товару як взірця, бази для проведення й визначення рівнів конкурентоспроможності певного товару;
- 2) визначення набору порівняльних параметрів товарів;
- 3) розрахунок інтегрального показника конкурентоспроможності певного товару.

Балабановою Л. [4] розроблено найбільш детальний алгоритм оцінки конкурентоспроможності продукції (послуг) на основі комплексного методу, що передбачає:

- 1) проведення дослідницько-інформаційної роботи;
- 2) формування вимог до певної продукції (послуг);

- 3) визначення цілей проведення аналізу конкурентоспроможності продукції (послуг);
- 4) визначення переліку параметрів, які підлягають оцінюванню;
- 5) вибір зразка порівняння;
- 6) визначення системи показників конкурентоспроможності за згодженими параметрами;
- 7) розрахунок комплексного показника конкурентоспроможності;
- 8) формування висновків про конкурентні переваги продукції (послуг).

Самостійний напрям утворюють підходи до оцінювання конкурентоспроможності підприємств, які базуються на теорії рівноваги підприємства і галузі А. Маршалла та теорії чинників виробництва [5]. До них відносять об'єктивний підхід, структурний підхід, виробничий підхід, «метод профілів», але більш повно оцінити конкурентоспроможність підприємств дає змогу функціональний підхід, який полягає у визначенні співвідношення: витрат, цін, завантаження виробничих потужностей, обсягів випуску продукції, норм прибутку тощо. Прикладом визначення конкурентоспроможності може служити методика американської консультативної фірми «Дан енд Бредстріт», яка враховує три групи показників ринкової діяльності: ефективності виробничо-збутової діяльності організації – відношення чистого прибутку до чистих продажів, відношення чистого прибутку до чистої вартості матеріальних активів, відношення чистого прибутку до чистого оборотного капіталу, інтенсивності використання основного й оборотного капіталу та показники фінансової діяльності організації [2].

Загалом, процес управління конкурентоспроможністю підприємства повинен охоплювати реалізацію чотирьох етапів, описаних нижче

*I етап.* Реалізація функцій управління діяльністю: планування та організація процесу забезпечення конкурентоспроможності, мотивація працівників, контроль та регулювання процесу забезпечення конкурентоспроможності.

*II етап.* Формування методів менеджменту: розроблення планів виробництва конкурентоспроможної продукції, розроблення планів прискореного науково-технічного розвитку, розроблення технологічної документації та методів стимулювання персоналу.

*III етап.* Формалізація методів менеджменту: ухвалення наказів щодо контролю та відповідальності за виготовлення конкуренто-

спроможної продукції, формування розпоряджень та вказівок щодо забезпечення конкурентоспроможності.

*IV етап.* Розроблення та ухвалення управлінських рішень: визначення ступеня досягнення конкурентоспроможності, оцінка ефективності управлінських рішень, формування напрямів діяльності апарату управління.

Таким чином, дослідження процесу управління конкурентоспроможністю підприємства дає змогу виокремити найважливіші категорії цього процесу, до яких потрібно віднести методи, управлінські рішення та стилі керівництва. Особливого значення в ефективному управлінні конкурентоспроможністю набувають новітні технології в окремих галузях економіки та господарському комплексі загалом, які спрямовані на оптимізацію інформації про конкурентне середовище. Якісно вдосконалює та істотно підсилює сутність процесів управління конкурентоспроможністю використання технологій, здатних забезпечити і підтримати відповідні функції в межах Customer Relationship Management (CRM), що означає управління взаємовідносинами з клієнтами підприємств, фірм окремих галузей економіки. CRM-системи суттєво сприяють успішному запровадженню ефективних стратегій розвитку [3].

**Висновки.** Конкурентоспроможність, як соціально-економічна категорія – це спроможність, вміння досягати законним шляхом найвищих економічних та соціальних переваг. Поняття конкурентоспроможності інтерпретується і аналізується в залежності від економічного об'єкта, що розглядається. Формування індивідуальних показників конкурентоспроможності доцільно здійснювати з використанням наведених методів. Перевагою їхнього використання є можливість послідовного оцінювання конкурентних позицій підприємства у межах окремих елементів та напрямів діяльності на основі зіставлення досягнутих підприємством значень із еталонними для цієї галузі чи ринку показниками. На основі аналізу наведених вище основних методик оцінювання показника конкурентоспроможності продукції важливо виявити ступінь охоплення показниками, розрахованими за вказаними методиками: інформація про продукцію та конкурентне середовище, у якому має бути реалізована продукція, а також розробити основу для формування вдосконаленої методики обчислення конкурентоспроможності, яка б за сучасних умов найбільш повно характеризувала продукцію. Сучасна економічна наука має у розпорядженні розгалужений набір методів оцінювання конкурентоспроможності, але, незважаючи на це, процес їх модифікації і створення нових варіантів має продовжуватися.

### Список літератури

1. Иванов, Ю. Б. Конкурентоспособность предприятия в условиях формирования рыночной экономики [Текст] : монография / Ю. Б. Иванов. – Х., 1997. – 312 с
2. Shaw, V. Successful Marketing Strategies: A Study of British and German Companies in the Machine Tool Industry [Text] / V. Shaw // Industrial Marketing Management.– 2005.– Vol. 24. – P. 329–339.
3. Решетько, Н. И. Роль CRM-систем в разработке и реализации стратегии развития предприятия [Текст] / Н. И. Решетько // Менеджмент в России и за рубежом.– 2007.– № 6. – С. 138–141.
4. Балабанова, Л. В. Маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємств: стратегічний підхід [Текст] : монографія / Л. В. Балабанова, В. В. Холод. – Донецьк : ДонДУЕТ ім. М. Туган-Барановського, 2006. – С. 184.
5. Маршалл, А. Принципы экономической науки [Текст] / А. Маршалл. – М. : Прогресс, 2003.

Отримано 30.03.2011. ХДУХТ, Харків.

© С.М. Шинкар, М.В. Брижата, 2011.

УДК 334.77:336.71

**Н.І. Кропівцова, доц.**

### **ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА**

*Визначено основні джерела формування фінансових ресурсів підприємства, досліджено проблеми та етапи раціонального управління ними.*

*Определены основные источники формирования финансовых ресурсов предприятия, исследованы проблемы и этапы рационального управления ими.*

*The main sources of funding companies. investigated the problems and stages of rational management.*

**Постановка проблеми у загальному вигляді.** Процес виробництва зупиняється на будь-якому підприємстві тоді, коли відсутні джерела формування фінансових ресурсів. Нестача фінансових ресурсів також негативно впливає на виробничо-господарську діяльність підприємств, спричиняє виникнення та зростання заборгованостей перед суб'єктами господарювання з оплати праці та сплаті податків. При цьому зменшуються можливості фінансування подальшого розвитку підприємств, скорочуються надходження до бюджету. За цих обставин