

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

## **ОЦІНКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА З ВИКОРИСТАННЯМ ГРАФІЧНОГО МЕТОДУ**

*Проведено оцінку конкурентоспроможності підприємства за допомогою графічного методу. Визначено основні заходи для покращення конкурентного положення досліджуваного підприємства ПСП «ім. Т.Г. Шевченка».*

*Проведена оценка конкурентоспособности предприятия с помощью графического метода. Определены основные мероприятия для улучшения конкурентного положения исследуемого предприятия ПСП «им. Т.Г. Шевченко»*

*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 оцінка рівня конкурентоспроможності підприємства. Це дасть змогу не лише з'ясувати конкурентне місце, а й розробити науково обґрунтовану стратегію менеджменту, органічно-економічний механізм підвищення конкурентоспроможності підприємств.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблеми ефективного управління конкурентоспроможністю в економічних умовах, що швидко змінюються, розглядали вітчизняні та зарубіжні вчені: М. Портер, Л.В. Балабанова, П.Ю. Беленький, І.П. Булев та ін. Вивчення опублікованих праць свідчить про відсутність достатнього висвітлення принципово важливих питань, пов'язаних із комплексною всебічною оцінкою конкурентоспроможності підприємства [2; 4; 5].

**Мета та завдання статті.** Оцінити конкурентоспроможність досліджуваного підприємства ПСП «ім. Т.Г. Шевченка» за допомогою графічного методу та визначити шляхи підвищення конкурентного статусу досліджуваного підприємства.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Конкурентоспроможність може вимірюватись певною групою показників. Тому для аналізу потрібно обирати той метод, який найбільше відповідає даній галузі. Оцінка конкурентоспроможності підприємства це складний процес, який потребує досконалого вивчення підприємства.

Розглянувши низку різних методик аналізу конкурентоспроможності підприємства ПСП «ім. Т.Г. Шевченка» було обрано графічний метод [1; 3; 4]. Графічний метод оцінки конкурентоспроможності базується на побудові так званої “Радіальної діаграми конкурентоспроможності” або “Багатокутника конкурентоспроможності”. Для аналізу було взято наступні підприємства-конкуренти: ВАТ “Баштанська райсільгоспхімія”, ВАТ “Інгулецький”, ВАТ “Племзавод ім. Шмідта”, ВАТ «Прикордонник». Тому для оцінки певних критеріїв було запрошено експертів. Дані критерії відображені в таблиці й оцінюються за десятибальною шкалою.

Визначивши критерії для оцінки конкурентоспроможності підприємства, було побудовано багатокутник конкурентоспроможності даного підприємства (рис.). Виходячи з цього можна зробити такий висновок, що підприємство ПСП «ім. Т.Г. Шевченка» займає не останню конкурентну позицію в галузі сільського господарства у Миколаївській області. Якщо розглядати більш детально, то бачимо, з дотриманням термінів поставки товару ПСП «ім. Т.Г. Шевченка» займає одну з лідируючих позицій, порівняно з ВАТ «Баштанська райсільгоспхімія» та ВАТ «Племзавод ім. Шмідта». Проте якість продукції у даного підприємства на середньому рівні, експерти оцінили її в 6 балів, що не є досить високою, проте дозволяє конкурувати. Ціна товару дещо завищена порівняно з даними підприємствами, тому що на неї впливає те, що технології і устаткування даного підприємства є досить розвинені, що дозволяє виробляти кращу продукцію і більшу кількість. Також впливає географічне місце розташування. Так як, ПСП «ім. Т.Г. Шевченка» розташоване на більшій відстані ніж інші, то на доставку даної продукції потрібно більше транспортних витрат.

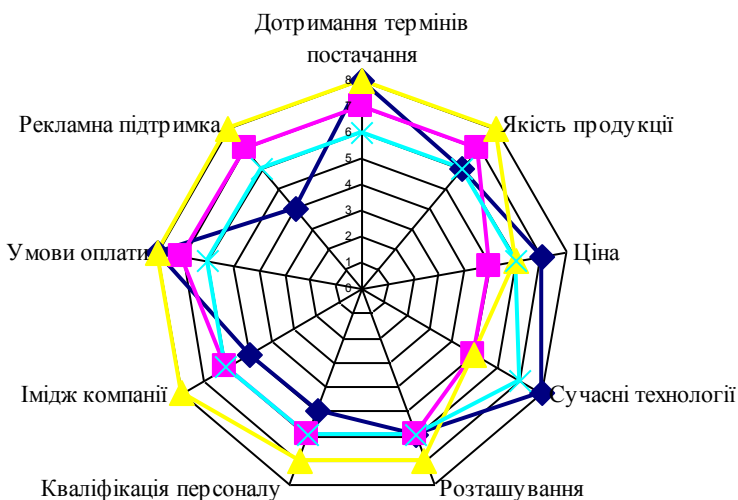
За даними аналізу можна сказати, що підприємство є конкурентоспроможним, бо у нього досить висока оцінка умов оплати і додаткових послуг, що відіграє велику роль. Від цього залежать

Таблиця – Шкала критеріїв обраних підприємств

Критерії	Підприємство			
	ПСП «ім.Т.Г. Шевченка»	ВАТ «Баштанська райсільгоспхімія»	ВАТ «Ігулецький»	ВАТ «Племзавод ім. Шмідта»
1. Дотримання термінів постачання	8	7	8	6
2. Якість продукції	6	7	8	6
3. Ціна	7	5	6	6
4. Сучасні технології й устаткування	8	5	5	7
5. Географічне розміщення до головного центра збуту продукції	6	6	7	6
6. Кваліфікація персоналу	5	6	7	6
7. Імідж компанії	5	6	8	6
8. Умови оплати та додаткові послуги	8	7	8	6
9. Рекламна підтримка	4	7	8	6

відносини з постачальниками, здатність розраховуватися вчасно з ними. Але на дуже низькому рівні відносно підприємств-конкурентів є імідж компанії, який має також значний вплив. Тому можна зробити загальну оцінку, що підприємство ПСП «ім. Т.Г. Шевченка» є конкурентоспроможним, проте для покращення його положення і для того щоб зайняти більшу частку ринку в даній галузі потрібно провести низку заходів:

1. Покращити якість продукції;
2. Розробити низку методів для рекламних заходів, зробити більше реклами для підприємства;
3. Покращити кваліфікацію працівників. Провести додаткові навчальні курси, ознайомити з новими методиками роботи в даній галузі;
4. Краще вивчити своїх конкурентів, їх методи роботи, продукцію, яку вони виробляють;
5. Покращити імідж компанії.



**Рисунок – Багатокутник конкурентоспроможності:**

- ◆ ПСП «ім. Т.Г. Шевченка»;
- ВАТ «Баштанська рай сільгоспхімія»;
- ▲ ВАТ «Інгулецький»;
- × ВАТ «Племзавод ім. Шмідта»

**Висновки.** Конкурентоспроможність, як соціально-економічна категорія – це спроможність, уміння досягати законним шляхом найвищих економічних та соціальних переваг. Поняття конкурентоспроможності інтерпретується й аналізується залежно від економічного об'єкта, що розглядається. Формування індивідуальних показників конкурентоспроможності доцільно здійснювати з використанням різноманітних методів. Для оцінки конкурентоспроможності підприємства ПСП «ім. Т.Г. Шевченка» нами було обрано графічний метод.

Узагальнюючи результати, отримані з використанням обраного методу оцінки, можна зробити такий висновок, що підприємство є конкурентоспроможним у даній галузі, проте керівникам слід звернути увагу на якість, ціну, фінансовий стан та краще вивчити своїх конкурентів.

### *Список літератури*

1. Иванов, Ю. Б. Конкурентоспособность предприятия в условиях формирования рыночной экономики [Текст] : монография / Ю. Б. Иванов. – Х. : Инжек, 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., Холод, В. 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 30.10.2011. ХДУХТ, Харків.

© С.М. Шинкар, 2011.

УДК 338.516.54

**І.В. Жарко**, канд. екон. наук

**Т.С. Мазепа**, канд. екон. наук

## **ДЕРЖАВА ЯК ЗОВНІШНІЙ ЧИННИК ЦІНОУТВОРЕННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ ПРОДОВОЛЬЧИМИ ТОВАРАМИ**

*Визначено роль держави як одного з основних зовнішніх чинників, що впливають на ціноутворення на підприємствах роздрібної торгівлі продовольчими товарами. Досліджено вплив держави на величину торговельної надбавки підприємств роздрібної продовольчої торгівлі.*

*Определена роль государства как одного из основных внешних факторов, влияющих на ценообразование на предприятиях розничной торговли продовольственными товарами. Исследовано влияние государства на величину торговой надбавки предприятий розничной продовольственной торговли.*

*The role of the state as one of the main external factors that affect pricing in the retail industry in food products. The influence of the state on the value of trade allowances retail food trade.*