

considered. The conclusion is the following: the method «360 degrees» and method «Azimuth» can be referred to staff evaluation, and the methodology KPI – to the system of activity effectiveness evaluation. The accent is made on the following: it's better not to make staff decisions in accordance with the method «Azimuth». It is mentioned that the method «360 degrees» can be reasonably used in the system of staff management as it is single method where the worker evaluates the manager. However, the method «360 degrees» is just one of the methods, but not main, so each enterprise must choose itself the method which will be convenient for it.

Keywords: staff development, staff evaluation, staff evaluation methods, effectiveness, KPI, 360 degrees, Azimuth.

Гавриш О.А.

проф., д.т.н НТУУ «КПІ»

Савицька Н.Ю.

студентка ФММ НТУУ «КПІ»

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

У статті розглянуте поняття конкурентоспроможності підприємства, фактори, які на неї впливають. Також проаналізовано ряд літературних джерел з метою визначення основних методів та методик оцінки конкурентоспроможності підприємств. Досліджені особливості методів, визначені їх переваги та недоліки.

Ключові слова: підприємство, конкурентоспроможність, методи оцінки, показники, підходи, аналіз.

Вступ. Розвиток економіки тісно пов'язаний з проблемою конкурентоспроможності підприємств. Конкурентоспроможність підприємства являє собою перевагу одного підприємства по відношенню до інших, які відносяться до тієї ж галузі і виготовляють аналогічну продукцію чи надають такі ж послуги, як на території країни, так і поза її межами. Вона вказує на здатність підприємства пристосовуватися до умов конкурентного середовища. Підвищення рівня конкурентоспроможності підприємств є одним з найголовніших завдань кожного підприємства, оскільки сприяє зміцненню власних позицій серед підприємств-конкурентів. Саме тому важливим є правильний вибір і безпосередньо сама оцінка рівня конкурентоспроможності підприємства. Це дає можливість не лише визначити місце у конкурентному середовищі, а й розробити ефективну стратегію розвитку та підвищення конкурентоспроможності.

Актуальність теми полягає в необхідності забезпечення конкурентоспроможності підприємств, оскільки саме промислові підприємства займають центральне положення в економіці нашої країни.

Проблеми аналізу і оцінки конкурентоспроможності підприємств багатогранні та складні. Вирішенню цих проблем присвячені праці відомих закордонних і вітчизняних вчених: Д.Аакера, Г.Азоева, О.А. Амоші, У.Бролля, Дж. Ванека, А. Гальчинського, В. Гейця, А.Градова, Д. Довганя, К. Ерроу, П. Забеліна, О. Зозульова, Ю. Іванова, Т. Комісарової, І. Кравіса, Ж.-Ж. Ламбена, Т. Льовітта, В. Немцова, М. Перлітца, М. Познера, М. Портера, В. Прем'єра, А.Н. Чубинського, Р. Фатхудінова) [6].

Постановка задачі. Визначення конкурентоспроможності підприємства є невід'ємною складовою діяльності кожного господарюючого суб'єкта. Оцінка конкурентоспроможності підприємств необхідна для розробки заходів, направлених на її підвищення, здійснення інвестиційної діяльності, розробки програм виходу підприємств на нові ринки збуту.

Необхідно відмітити, що на сьогоднішній день в Україні недостатньо досліджень, спрямованих на управління конкурентоспроможністю підприємств. Розробки переважно розкривають підходи до оцінки підприємств і товарів та послуг, що вони надають, у той час як специфіка, особливості підприємств досліджені недостатньо.

Мета наукової роботи: дослідження основних методів оцінювання конкурентоспроможності підприємств, визначення переваг та недоліків; обґрунтування використання саме цих підходів з метою прийняття ефективних рішень і підвищення рівня конкурентоспроможності підприємств.

Методи дослідження, що застосовувалися у роботі: системний аналіз проблем, методи економіко-математичного моделювання, математичної статистики, факторного аналізу, експертних оцінок та інші.

Результати дослідження. Конкурентоспроможність залежить від ряду факторів, які можна розділити на три групи:

1. техніко-економічні;
2. комерційні;
3. нормативно-правові. [3]

До факторів першої групи відносять якість, ціну, витрати на експлуатацію продукції чи послуги. Дані показники залежать від продуктивності праці, витрати виробництва тощо.

Комерційні фактори характеризують умови реалізації товарів на ринку. Вони включають імідж фірми, рекламу, сервіс, що надається та кон'юнктуру ринку.

Фактори третьої групи виражають вимоги технічної, екологічної та інших видів безпеки використання товару на досліджуваному ринку, а також патентно-правові вимоги.

У цілому конкурентоспроможність господарських суб'єктів можна визначити як результат взаємодії перелічених факторів.

У ринкових умовах можуть ефективно функціонувати лише конкурентоспроможні підприємства. Дослідження економічного стану національної економіки не дає вичерпної інформації про конкурентоспроможність окремих підприємств; цього недостатньо для формування ефективної стратегії підвищення конкурентоспроможності.

Оцінка конкурентоспроможності підприємства дасть змогу з'ясувати його сильні і слабкі сторони, а також чинники, які впливають на ставлення покупців до підприємства, і, як результат, на зміну його частки продажу на конкурентному товарному ринку [1].

Виділяють наступні методи оцінки конкурентоспроможності:

- 1) матричні методи;
- 2) метод переваг;
- 3) метод інтегральної оцінки;
- 4) метод профілів;
- 5) структурний і функціональний методи;
- 6) бальна оцінка конкурентоспроможності [4].

Матричні методи базуються на оцінці з використанням побудови матриць конкурентних стратегій. Цей підхід заснований на аналізі конкурентоспроможності підприємств з урахуванням життєвого циклу продукції підприємства. Виходячи з цієї концепції кожен товар чи технологія з моменту появи на ринок і до зникнення проходить стадії життєвого циклу, який поділяється на етапи впровадження, зростання, насичення і спаду. Суть методу полягає в аналізі матриці, яка побудована за принципом системи координат, де по горизонталі розташовують темп росту чи спаду об'ємів продаж, а по вертикалі – долю підприємства на ринку.

До переваг методу можна віднести високу точність оцінки при наявності повних даних, які слід внести до матриці.

Недоліками підходу є: неможливість визначення і аналізу причин виявленої ситуації, що ускладнює процес побудови стратегії; а також потреба достовірних даних, що вимагає проведення додаткових досліджень.

Метод переваг. Суть методу полягає у порівнянні характеристик підприємства, властивостей чи марок товарів, які воно виготовляє з аналогічними показниками підприємств-конкурентів, які є пріоритетними, тобто займають передові місця на досліджуваному ринку. Дане порівняння проводиться з метою визначення таких показників підприємства, які дають йому переваги над конкурентами. Даний метод дає можливість визначення ефективної стратегії, формулювання пріоритетних цілей підприємства [2].

Метод інтегральної оцінки. Показник конкурентоспроможності підприємства має дві складові: критерій, який характеризує рівень задоволення потреб споживачів, а також критерій ефективності виробництва. Головна перевага цього методу – простота розрахунків; основний недолік – враховується тільки конкурентоспроможність продукції та ефективність виробництва, що призводить до неповної і неточної характеристики діяльності підприємства.

За якістю продукції конкурентоспроможність підприємства можна оцінити *«методом профілів»*. Даний підхід дозволяє визначати різні показники задоволення потреб споживачів по відношенню до будь-якого продукту. Встановлюється їх ієрархія, а також порівняльна важливість, вимірюються техніко-економічні характеристики продукту і порівнюються з відповідними характеристиками продуктів-конкурентів. Головним недоліком даного підходу є неврахування ефективності виробничої діяльності підприємства, а також те, що даний метод можна використовувати тільки для підприємств, що виготовляють один вид продукції. Негативним є й те, що даний метод не можна назвати універсальним, оскільки споживачів цікавить не лише якість продукції, а і її ціна.

Іноді для окремих товарів, фірм, галузей при оцінці конкурентоспроможності використовують багатокутники конкурентоспроможності. Перелік характеристик, що будуть використані для оцінки обирається експертами або самим підприємством. Значення обраних показників є вершинами багатокутника, площа якого і характеризує конкурентоспроможність. Чим більша площа – тим вище показник.

Структурний та функціональний методи. Суть структурного підходу в тому, що оцінка конкурентоспроможності виконується виходячи з рівня монополізації галузі, тобто за концентрацією виробництва і капіталу, і бар'єрів для підприємств, що тільки входять на галузевий ринок.

Згідно з функціональним підходом оцінки конкурентоспроможності, найвищий показник у того підприємства, у якого найкраще налаштовані виробництво, збут товару, а також ефективно управління фінансами.

Принцип *бальної оцінки конкурентоспроможності* полягає у складанні відповідних таблиць, оцінці показників та їх порівняння із підприємствами-конкурентами.

Кожна з досліджуваних характеристик підприємства при досягненні переваг над конкурентами оцінюється експертами з точки зору наявних ресурсів. Склад і структура досліджуваних характеристик у різних методиках змінюються від показників собівартості до здатності підприємства адаптуватися до нововведень.

Потім, в залежності від методу, для оцінки конкурентоспроможності підприємства отримані експертні оцінки піддаються математичній обробці. Частіше показник конкурентоспроможності підприємства визначається методом обчислення середньозваженого значення з отриманих експертних оцінок з урахуванням питомої ваги, яка надається кожній з досліджуваних характеристик.

Вагомою перевагою даного методу є можливість оцінювати доволі різносторонні характеристики підприємства. Але в основі методу лежить посилення на те, що показник конкурентоспроможності підприємства може бути визначений шляхом підсумовування характеристик підприємства до досягнення конкурентних переваг, є недоведеним, оскільки сума окремих

елементів складної системи (якою є підприємство), як правило, не дає того ж результату, що і вся система в цілому [1].

Поділ методів оцінки конкурентоспроможності підприємств на окремі види дозволяє реагувати на зміни на ринку, розробляти обґрунтовану стратегію менеджменту, займати стійкі позиції на ринку та отримувати стабільний прибуток. Дана проблема особливо важлива для підприємств, на діяльність яких мають значний вплив ефективність виробничо-збутової діяльності, якість продукції, потреби споживачів, життєвий цикл товарів, технологій, тощо.

Для того, щоб можна було виконати зведення неоднорідних і різнорозмірних показників характеристик підприємств в один – показник конкурентоспроможності, економісти вводять поправочні коефіцієнти, визначаючи вагу кожної з досліджуваних характеристик. Але отримані коефіцієнти є досить умовними, що призводить до неадекватності оцінки впливу окремих показників на конкурентоспроможність підприємства.

Аналізуючи переваги та недоліки досліджуваних методів, можна зробити висновок, що найбільш підходящим є метод середньозважених величин показників. Так як даний метод дає можливість оцінки конкурентоспроможності підприємства за різноманітними показниками, а також є можливість аналізу і прогнозу цих показників на майбутнє.

Висновки. Науковою новизною дослідження є те, що у роботі з-поміж досліджуваних методів оцінювання конкурентоспроможності підприємств обраний один, який дає можливість найточніше оцінити даний показник (за відсутності певних особливостей підприємств) і спрогнозувати розвиток ситуації у майбутньому.

Теоретичне та практичне значення результатів дослідження. У наш час існує безліч методик, які дають можливість порівняти схожих між собою підприємств. Розвиток економічних відносин спричинює збільшення кількості різновидів товарів та послуг, зміни умов діяльності підприємств. Через це з'являється складність у визначенні меж ринків, визначенні конкуруючих товарів і підприємств, що призводить до недостовірності оцінки конкурентоспроможності підприємств, що вимагає пошуку нових методів оцінки чи удосконаленні старих.

Розглянута проблема оцінки конкурентоспроможності вимагає детальнішого вивчення для удосконалення методів оцінки конкурентоспроможності підприємства або розробки процедури їх комплексного застосування з метою підвищення достовірності значення досліджуваного показника.

Список використаних джерел

1. Стратегічний аналіз: навч. посіб. / Г.М. Давидов, В.М. Малахова, О.А.Магопець та ін. – К.: Знання, 2011. – 389 с.
2. Демченко А.А. Измерение конкурентоспособности предприятий отрасли: Теория и методы измерения/ А. А. Демченко – Курск: ГУИПП «Курск», 2010. – 87 с.

3. Должанський І.З. Конкурентоспроможність підприємства: [Навч. Посібник] / І.З. Должанський, Т.О.Загорна.– К.: Центр навчальної літератури, 2006.– 384с.
 4. Підруч. [для студ. вищ. навч. закл.]/О. Ф. Оснач, В. П. Пилипчук, Л. П. Коваленко та ін. – К.: Центр учбової літератури, 2009. –364 с.
 5. Портер М. Конкуренция: [Уч. Пос.] / М. Портер/ [Пер. с англ.]. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2000. – 495с.
 6. Фатхутдинов Р. А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление. / Р. А. Фатхутдинов – М.: ИНФРА-М, 2000. – 311 с.
-

Гавриш О.А.

проф., д.т.н НТУУ «КПІ»

Савицкая Н.Ю.

студентка ФММ НТУУ «КПІ»

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ

В статье рассмотрено понятие конкурентоспособности предприятия, факторы, которые на нее влияют. Также проанализированы ряд литературных источников с целью определения основных методов и методик оценки конкурентоспособности предприятий. Исследованы особенности методов, определены их преимущества и недостатки.

Ключевые слова: предприятие, конкурентоспособность, методы оценки, показатели, подходы, анализ.

Gavrish O. A.

d.t.s, professor FMM NTUU «KPI»

Savytska N. Y.

student FMM NTUU «KPI»

THEORETICAL ASPECTS OF THE COMPETITIVENESS OF ENTERPRISES

In the article, there is the concept of the competitiveness of enterprises, the factors that affect it. Also analyzed a number of literary sources to identify the main methods and techniques for assessing the competitiveness of enterprises. The features of the methods, their advantages and disadvantages are defined.

Key words: enterprise, competitiveness, evaluation methods, indicators, approaches, analysis.

Елецких С.Я.

к.э.н, доцент, заведующая кафедрой «Финансы» ДГМА

Голубцова Д.Ю.

студентка ФЭМ ДГМА

ПРОБЛЕМА ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОТЕЧЕСТВЕННОГО БИЗНЕСА

В данной статье рассматривается проблема конкурентоспособности отдельных фирм, отраслей, стран, как одна из наиболее актуальных и получивших развитие в мировой экономике. В статье рассмотрены проблемы конкурентоспособности отечественного бизнеса, а также проанализирован опыт США. Поскольку данный этап развития мировой экономики характеризуется глобализационными процессам, для выхода на мировой рынок необходимо, чтобы страна обладала высокими конкурентными преимуществами. В настоящее время экономика Украины не в достаточной степени интегрирована в мировое хозяйство, поэтому существует необходимость в проведении политики повышения конкурентоспособности страны при помощи различных мероприятий, которые охватывают все сферы экономики государства. Для Украины расширение внешнеторговых связей будет способствовать ускорению рыночной трансформации экономики, выходу на мировой товарный рынок и созданию собственных валютных резервов. В данной статье даны рекомендации по усовершенствованию путей развития промышленности в Украине, увеличению степени конкурентных преимуществ отечественного бизнеса.

Ключевые слова: бизнес, валютный курс, глобализация экономики, инвестиции, инновации, интеграция, конкурентоспособность, мировая экономика, научно-технический прогресс, НАФТА, предпринимательство, производительность труда, процентные ставки.

Введение. В процессе глобализации рыночной экономики и выхода производства Украины на международный уровень возникла необходимость в повышении уровня конкурентоспособности отечественной продукции. Изучением данной проблемы занимаются такие ученые, как А.С. Булатова, В.Б. Буглая, Н. Говорова, С. Долгов, Б.Г. Дякина, Ю.Ф. Кормнова, И.Г. Кочетова, Д.С. Львова, Н.Н. Ливенцева, В.С. Панькова, В.В. Полякова, М. Портер, В.Ю. Преснякова, Л.В. Сабельникова, В.К. Сенчагова, И.П. Фаминский, Р.И. Хасбулатова и др.

Постановка задачи. Цель статьи – рассмотреть теоретико-методологические основы проблемы повышения конкурентоспособности отечественного бизнеса. Для эффективного включения Украины в систему международных отношений необходимо провести ряд мероприятий по повышению конкурентоспособности отечественных предприятий, а также