

Keywords: financial performance, financial condition, method of estimating.

Мартиненко В.П.

доктор екон. наук, професор, ФММ, НТУУ «КПІ»

Шиманська Л.С.

студентка ФММ, НТУУ «КПІ»

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

В даній статті розглядаються методи оцінки конкурентоспроможності промислового підприємства. В процесі дослідження висвітлюються загальновідомі методи, які сьогодні пропонуються рядом відомих науковців, а також детально розглядаються найуживаніші методи оцінки конкурентоспроможності, які можуть мати широке використання на промислових підприємствах.

Ключові слова: конкурентоспроможність; управління підприємством; аналіз; показники діяльності підприємства; стратегічне управління.

Постановка завдання. Сьогодні перед суб'єктами господарювання, що розвиваються в ринкових умовах, відкриваються нові комерційні можливості, проте, це, водночас, призводить до загострення конкуренції між ними. Підприємства змушені знаходити нові підходи до управління конкурентоспроможністю і потребують серйозної методичної допомоги від науковців щодо оцінки конкурентоспроможності суб'єктів господарювання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Варто відмітити, що проблеми конкурентоспроможності підприємств досліджувались такими вченими як Горбенко Р.О., Фатхуддінов Р.А., Котлик А.В., Портер М., Костюк Л.А. та інші. Важливі аспекти формування та розвитку теоретичної, методичної і практичної бази для забезпечення конкурентоспроможності в умовах ринкових відносин не дістали належного висвітлення. Потребують подальших досліджень питання створення ефективного механізму забезпечення стійких конкурентних позицій підприємств, виявлення впливу маркетингової орієнтації на конкурентоспроможність і особливо оцінки конкурентоспроможності підприємств із врахуванням змін у динамічному макроекономічному середовищі.

Метою дослідження є визначення сучасних методів оцінки конкурентоспроможності підприємств, які можуть мати широке застосування на практиці.

Виклад основного матеріалу. Одним з найголовніших завдань підприємства в управлінні конкурентоспроможністю є проведення оцінки рівня конкурентоспроможності, що в свою чергу вимагає здійснення пошуку більш нових підходів до вищезазначеної оцінки, що мають враховувати умови розвитку сучасного конкурентного середовища. Варто відмітити, що конкурентоспроможність підприємства – здатність суб'єкта господарювання створювати, виробляти і продавати товари та послуги, цінові й нецінові якості яких привабливіші, ніж в аналогічній продукції конкурентів [3].

Існує цілий ряд методик оцінки конкурентоспроможності з урахуванням як цінкових, так і нецінових факторів. Оцінка конкурентоспроможності підприємства на конкурентному ринку, або його сегменті, побудовані на ретельному аналізі технологічних, виробничих, фінансових та збутових можливостей суб'єкта господарювання. Вона є останнім етапом маркетингового дослідження та покликана з'ясувати потенційні можливості підприємства і заходи, які воно повинне вжити для забезпечення конкурентоспроможності позицій на конкурентному ринку.

При побудові системи оцінки важливим є саме вибір підходу чи методу, на якому ця оцінка буде базуватися. Серед публікацій сучасних авторів зараз можна знайти різноманітні підходи до оцінки конкурентоспроможності підприємства. Наприклад, Горбенко Р.О. пропонує у своєму дослідженні проводити оцінювання із застосуванням саме цільового підходу, «...що дозволяє розглядати його як процес визначення оцінок, які відображають економічні результати роботи підприємства порівняно з відповідними цільовими показниками конкурентів» [2].

Відомий автор Котлик А.В. вважає, що «...цінність для споживача створюється підприємством не у функціях і не за рахунок простого володіння ресурсами, а в процесах. Тому конкурентоспроможність підприємства базується на конкурентоспроможності процесів» [4].

Сьогодні науковцями розроблена достатньо велика кількість методів оцінки конкурентоспроможності підприємства, а саме:

- метод профілів;
- метричний метод;
- метод на основі SWOT-аналізу;
- метод бенчмаркінгу;
- структурний та функціональний методи;
- бальний метод;
- методика оцінки конкурентоспроможності товарів на основі їх рейтингу;
- інтегральний метод;
- метод, заснований на теорії ефективної конкуренції;
- метод середньозваженої арифметичної оцінки;
- метод оцінки за часткою ринку.

Дослідження показало, що найбільш широке застосування в практичній діяльності можуть мати наступні методи оцінки конкурентоспроможності підприємства:

Метод SWOT-аналізу середовища. Застосовуваний для аналізу середовища метод SWOT (англ. SWOT) – сила (strength), слабкість (weakness), можливості (opportunities) і загрози (threats) – є широко визнаним підходом, що дозволяє провести спільне вивчення зовнішнього і внутрішнього середовища. Застосовуючи метод SWOT, вдається встановити лінії зв'язку між силою і слабкістю, що притаманні організації, і зовнішніми загрозами і можливостями [1].

Метод бенчмаркінгу. Цей метод дає підприємству можливість запозичити кращий досвід інших компаній. Культура діяльності підприємства буде направлена на здатність робітників до навчання, підвищення власного потенціалу, що в свою чергу, є поштовхом для розвитку підприємства. У підсумку воно зможе зміцнити свою конкурентну позицію, а також досягти підвищення рівня задоволеності покупців.

Метод оцінки конкурентоспроможності товарів на основі їх рейтингу. Переваги цього методу полягають у простоті розрахунку та наявності оперативної інформації про якість продукту, що дає змогу швидко реагувати на зміни у ринковому середовищі [3].

Усі наведені методи можуть застосовуватись в процесі аналізу як окремо, так і разом з іншими, це залежить від цілей аналізу, що проводиться, а також специфіки діяльності підприємств, що досліджуються.

Висновки. Таким чином, в системі управління фінансово-господарською діяльністю підприємства одним з найголовніших завдань є саме якісне проведення оцінки конкурентоспроможності підприємства. Сьогодні ряд науковців пропонує значну кількість методів здійснення оцінки конкурентоспроможності підприємств, що можуть бути застосовані як окремо, так і в комплексі, в залежності від завдань та мети оцінювання.

Проведене дослідження методів оцінки конкурентоспроможності підприємств показало, що найбільш широке застосування в практичній діяльності можуть мати наступні визначені методи: метод SWOT-аналізу середовища, метод бенчмаркінгу, метод оцінки конкурентоспроможності товарів на основі їх рейтингу. Саме вони є досить простими в розрахунках, допомагають визначити слабкі та сильні сторони підприємства, можуть вказати на напрямки, які підприємству варто розвивати, щоб конкурувати на ринку.

Список використаних джерел

1. Виханский О.С. Стратегічне управління / О.С. Виханский // видання друге, перероблене і доповнене. – Москва, 1998. – С. 147.
2. Горбенко Р.О. Удосконалення способів оцінювання конкурентоспроможності машинобудівного підприємства [Текст]: дис. ... канд. екон. наук: 08.00.04/

Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля:04.07.08/
Горбенко Руслан Олександрович. – Луганськ, 2008. – 228.

3. Клименко С.М. Управління конкурентоспроможністю підприємства / С. М.Клименко, О. С. Дуброва, Д. О.Барабась – К.:КНЕУ, 2006. – С. 527.

4. Котлик А. В. Концептуальні засади та принципи управління конкурентоспроможністю підприємства на основі системного та процесного підходів / А. В. Котлик // Вісник Донбаської державної машинобудівної академії. – 2007. – № 2 (10). – С. 24-27.

Мартыненко В.П.

доктор экон. наук, профессор, ФММ, НТУУ «КПИ»

Шиманская Л.С.

студентка ФММ, НТУУ «КПИ»

СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

В данной статье рассматриваются методы оценки конкурентоспособности промышленного предприятия. В процессе исследования освещаются общеизвестные методы, которые сегодня предлагаются рядом известных ученых, а также подробно рассматриваются наиболее часто методы оценки конкурентоспособности, которые могут иметь широкое использование на промышленных предприятиях.

Ключевые слова: конкурентоспособность; управление предприятием; анализ; показатели деятельности предприятия; стратегическое управление.

V.P. Martynenko, L.S. Shymanska

CURRENT APPROACHES TO ASSESSING THE COMPETITIVENESS OF ENTERPRISES

This paper deals with methods for assessing the competitiveness of industrial enterprises. The study highlights the known methods that are now offered by a number of prominent scholars and details the most common methods for assessing competitiveness, which can have wide use in industry.

Keywords: competitiveness; enterprise management; analysis; performance indicators; strategic management.

Марченко В.М.

проф., док. економ. наук, НТУУ «КПІ»

Кирикович К.В.

студентка ФММ НТУУ «КПІ»

СИНЕРГЕТИЧНИЙ ПІДХІД ДО ЗРОСТАННЯ ПРИБУТКОВОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ГУРТОВО-РОЗДРІБНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

В статті узагальнено місце прибутковості підприємств оптово-роздрібної торгівлі в розвитку економіки України. Досліджено існуючі підходи до розрахунку прибутку підприємства.

Проведена систематизація напрямів зростання прибутковості підприємств оптово-роздрібної торгівлі. На основі використання синергетичного підходу узагальнено напрями зростання прибутковості, які базуються на ефекті когнітивної взаємодії.

Стаття містить відомості про шляхи підвищення прибутковості гуртово-роздрібних підприємств України та їх значення на даному етапі розвитку країни.

Зазначено, що основним підходом при аналізі шляхів підвищення прибутковості є синергетичний.

Визначено основні шляхи підвищення прибутковості гуртово-роздрібних підприємств України.

Ключові слова: прибутковість, гуртово-роздрібна торгівля, Венгерська система, цільовий прибуток, нормальний прибуток, мінімальний прибуток, максимальний прибуток.

Постановка завдання. Актуальність обраної теми полягає у тому, що прибутковість підприємства є основною метою його діяльності. Від стану прибутковості підприємства залежить стан економічного розвитку країни та реалізація її соціально-економічної політики.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Прибутковість діяльності підприємств досліджувалася в працях багатьох вчених, а саме: Є.Ф.Брігхема, І.А.Бланка та інших, але кожному етапі розвитку економіки характерні свої напрями її зростання, які визначаються впливом факторів зовнішнього середовища та внутрішніми тенденціями розвитку самих підприємств.

Метою статті є розкриття шляхів підвищення прибутковості гуртово-роздрібних підприємств України.

За основу методології дослідження використано синергетичний підхід, який базується на процесах самоорганізації великих економічних систем.

Виклад основного матеріалу. На даному етапі економічного розвитку України, підприємства незалежно від форм власності постають перед рядом труднощів та проблем, однією з яких є збитковість чи низька