

гірничого університету. – Вип. 4 (8). – Дніпропетровськ, 2004. - с. 4-10.

11. Рудык Н. Б. Семенкова Е. В. Рынок корпоративного контролю: слияния, жесткие поглощения и выкупы долговым финансированием [Текст]/ Н. Б. Рудык, Е. В. Семенкова – М.: Финансы и статистика, 2005. – 403с.

12. Томарева В. В. Транскордонні злиття та поглинання у процесі корпоративної

**Аннотація.** Стаття посвящена оцінці вартості підприємства, в ній приведені основні ситуації, згідно з якими виникає необхідність розрахунку вартості підприємства. Систематизовані основні фактори впливу на вартість підприємства. Представлена схема зовнішніх і внутрішніх факторів оцінки вартості підприємства.

**Ключевые слова:** злиття і поглинання, вартість підприємства, надійна оцінка підприємства, оцінка вартості, основні фактори впливу на вартість підприємства.

**Summary.** Article is devoted to assessing the value of the enterprise, there are basic situation whereby there is a need to calculate the value of the enterprise. Systematized the main factors influence the cost of the enterprise. The proposed scheme of internal and external factors of valuation.

**Keywords:** mergers and acquisitions, cost the company, reliable rating company valuation, valuation, the main factors influence the value of the company.

*Експерт редакційної колегії к.е.н., доцент УкрДАЗТ Якименко Н.В.*

УДК 339.137:658

## АЛГОРИТМ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ

*Іваненко А.В., аспірант (УкрДАЗТ)*

У статті проводиться аналіз різних підходів до проблеми теоретичного та практичного дослідження конкурентоспроможності. Пропонується узагальнений алгоритм оцінки конкурентоспроможності підприємства через його продукцію.

**Ключові слова:** конкуренція, конкурентоспроможність підприємства, алгоритм оцінки конкурентоспроможності продукції.

**Постановка проблеми та її зв'язки з науковими та практичними завданнями.** В сучасних умовах розвитку економіки важливо прагнути до якості і конкурентоспроможності виробленої продукції. Конкуренція є рушійною силою розвитку суспільства, головним інструментом економії ресурсів, підвищення якості товарів і рівня життя населення. Змагання товаровиробників розвиває економіку, оскільки припиняють діяти ті підприємства та організації, які не відповідають вимогам ринку і залишаються функціонувати тільки конкурентоспроможні.

Тому правильно обраний алгоритм оцінки конкурентоспроможності дозволить оцінювати конкурентоспроможність товару через систему уточнених якісних і економічних показників в

порівнянні з аналогічними товарами, представленими на ринку.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій та виділення невирішених частин загальної проблеми.** Теоретико-методологічні й економіко-організаційні аспекти забезпечення конкурентоспроможності продукції та підприємств відображені в роботах провідних вітчизняних і зарубіжних вчених економістів: Г Азової[5], Т.В Юрьової [3], .В.Л. Діканя[1,2], І. М. Ліфіц [4], В. А. Машнова [6] та ін.

**Метою** статті є дослідження існуючих методів визначення конкурентоспроможності та розробка узагальненого алгоритму оцінки продукції.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Мало знайдеться економічних понять, щодо яких

розбіжності носили б настільки виражений характер, як по відношенню до поняття "конкурентоспроможність". Воно має різні тлумачення як серед вітчизняних, так і серед зарубіжних фахівців. Це свідчить, з одного боку, про надзвичайну важливість і складність проблеми, а з іншого боку - про незавершеність її методологічної опрацювання та необхідність подальших досліджень.

Різноманіття існуючих підходів до поняття конкурентоспроможності в даний час в економічній літературі найчастіше визначається особливостями [1,2,3,4]:

1. Постановки завдання і цілі дослідження, що призводить автора до необхідності акцентування своєї уваги на тому чи іншому аспекті конкурентоспроможності, але не приймається в розрахунок подальшими дослідниками;

2. Вибору предмета дослідження (товар, послуга); суб'єкта конкуренції (підприємства, галузі, регіони, національна економіка, держава); об'єкта конкуренції (попит, ринок, фактори виробництва: природно-сировинні ресурси, робоча сила, капітал, цінні папери, інформація, політична влада); масштабу діяльності (товарні, галузеві, регіональні, , світові ринки).

Поняття "конкурентоспроможність" характеристика, яка виражає відмінності даної фірми від розвитку конкурентних фірм по ступеню задоволення своїми товарами потреби людей і по ефективності виробничої діяльності [5].

Конкурентоспроможність продукції і конкурентоспроможність підприємства можуть розглядатися як частина і ціле. Конкурентоспроможність підприємства - це один з основних критеріїв оцінки ефективності його діяльності та розвитку. Її можна визначити як здатність до досягнення власних цілей в умовах протидії конкурентів.

Конкурентоспроможність підприємства, з точки зору виробника, формується з багатьох факторів, які включають в себе ефективність функціонування різних його підрозділів, а також конкурентоспроможність товару як кінцевого продукту діяльності.

Конкурентоспроможність продукції - це комплексна характеристика товару, що визначає його перевагу на ринку в порівнянні з продуктами-конкурентами як за ступенем відповідності конкретній суспільній потребі, так і за витратами на її задоволення. [5].

У дослідженні будемо дотримуватися точки зору, що носієм конкурентоспроможності підприємства є його товар, тому що продукція є точним індикатором економічної сили і проявом активності підприємства.

Єдиного підходу до оцінки конкурентоспроможності продукції у дослідників не існує, але можливо виділити узагальнений алгоритм оцінки, що включає 4 етапи:

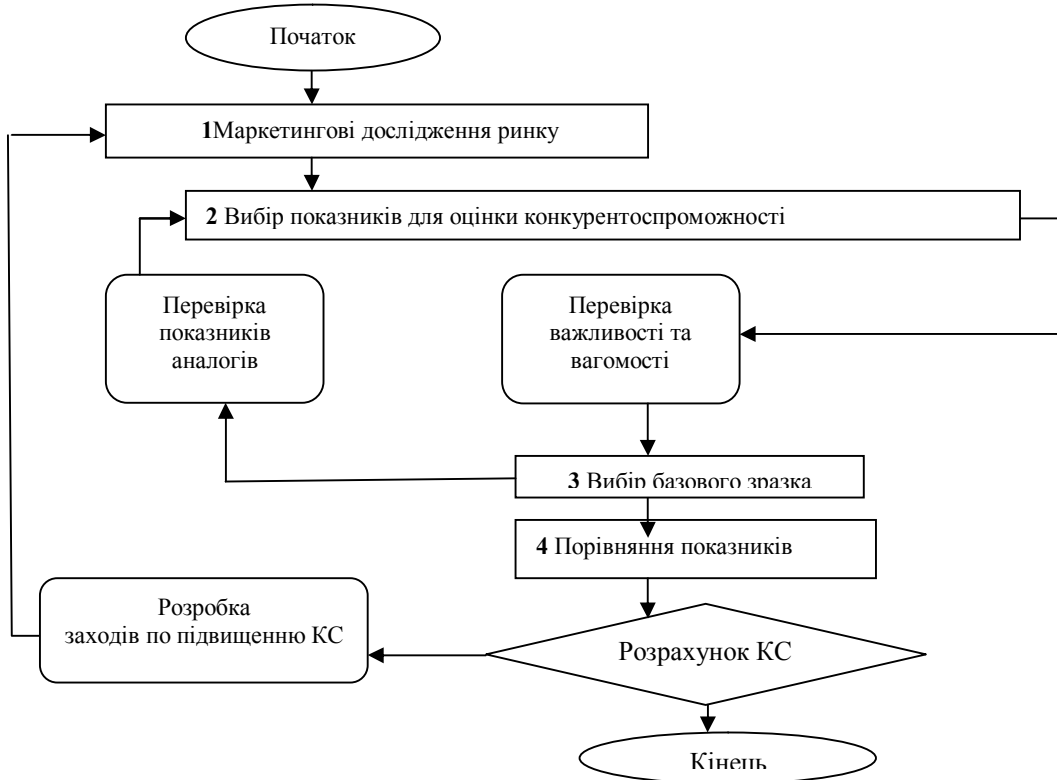


Рисунок 1 - Блок-схема етапів оцінки конкурентоспроможності товару

На першому етапі оцінки проводяться маркетингові дослідження ринку, які включають: дослідження місткості ринку, визначення виробів аналогів, аналіз стану конкуренції, визначення рівня цін, тенденцій розвитку, діяльності конкурентів і кола споживачів. На підставі інформації про потреби покупців формуються вимоги до товару.

На другому етапі здійснюється вибір показників, за якими буде проводитися оцінка. Основою для формування системи показників конкурентоспроможності конкретного товару є аналіз взаємодії потреби і товару, в ході якого здійснюється їх порівняння і виявляється ступінь відповідності один одному.

Конкурентоспроможність продукції вимірюється сукупністю показників, об'єднаних у чотири групи: якісні, економічні, організаційно-комерційні та соціально-організаційні показники.

Порівнянні показники конкурентоспроможності продукції мають велике значення для конкретного споживача. Вони включають, функціональні, естетичні, ергономічні, показники надійності та інші

Функціональні показники визначають, яку основну потребу і яким чином задовольняє товар.

Естетичні показники визначають естетичну цінність продукції і здатність задовольняти естетичні потреби людини.

Ергономічні показники забезпечують оцінку зручності і комфорту експлуатації продукції в системі "людина - виріб – середовище".

Показники надійності продукції визначають, як виконує предмет споживання свої функції протягом терміну експлуатації.

Регламентовані показники характеризують безпеку товару, його патентну чистоту, відповідність національним та міжнародним стандартам, вимоги до сертифікації товару. Зрозуміло, що невідповідність продукції необхідному рівню регламентованих показників не тільки згубно позначається на конкурентоспроможності товару, але і робить неможливим його реалізацію.

При виборі якісних показників для оцінки конкурентоспроможності товару слід враховувати застосовність даних груп показників [4].

Одним з основних методів оцінки конкурентоспроможності продукції є рейтингова оцінка, яка широко застосовується у світовій економічній практиці. Суть рейтингової оцінки полягає в тому, що в ході експертизи визначаються і ранжуються в порядку значимості найбільш важливі параметри продукції. Після проведення випробувань властивості товару оцінюються за п'ятибальною шкалою. Середньозважена оцінка складається з приватних випробувань за певними розділами. На основі аналізу середньозважених оцінок робиться висновок про конкурентоспроможність продукції.

Тут особливу увагу слід звернути на регламентовані показники, невідповідність яким робить безглуздою подальшу оцінку конкурентоспроможності продукції. При виборі конкретних показників конкурентоспроможності попередньо проводиться оцінка їх важливості і вагомості для конкретного товару. Для визначення важливості проводиться ранжування вибраних показників в залежності від їх значимості для споживача. Розрахунок коефіцієнта вагомості здійснюється експертним методом.

На третьому етапі формується група аналогів, встановлюються значення їх показників, вибирається базовий зразок. Вибір аналогів є достатньо складним моментом оцінки, так як від нього в визначальну мірою залежать її результати. В якості аналогів можуть розглядатися будь-які товари, що задовольняють ту ж саму потребу і представлені в даному сегменті ринку. При виборі товарів-аналогів треба брати до уваги, що існує сформований єдиний світовий ринок даного виду продукції, і в якості аналогів необхідно розглядати продукцію кращих світових виробників

На даному етапі важливі класифікаційні показники. Вони дозволяють обґрунтувати правомірність вибору аналогів. За деякими видами технічно складних товарів класифікаційні показники визначені у відповідних документах.

Четвертий етап є найбільш складним і відповідальним. На цьому етапі проводиться співставлення показників оцінюваного та базового зразків, яке виконується окремо за якісними та економічними показниками. На цьому етапі проводиться розрахунок комплексного показника конкурентоспроможності, на підставі якого робляться висновки. Якщо підприємство не влаштовує значення даного показника, то проводиться розробка заходів щодо підвищення конкурентоспроможності.

Зіставлення значень одиничних показників з їх базовими значеннями здійснюється за однією з наступних формул [4]:

$$q_i = \frac{P_i}{P_{i0}}, \quad (1)$$

$$q_i = \frac{P_{i0}}{P_i}, \quad (2)$$

де  $q_i$  - одиничний показник конкурентоспроможності по- $i$ -му параметру якості виробу;  $P_i$  - величина-го параметра якості оцінюваного виробу;  $P_{i0}$  - величина- $i$ -го параметра якості виробу конкурента або базового зразка, здатного задовольнити цю потребу на 100%.

Для отримання групового показника на базі одиничних оцінок, що характеризує відповідність

продукції її потреби, необхідно врахувати значущість кожного одиничного показника, для чого використовується груповий індекс за якісними показниками ( $I_{К.П.}$ ) [4]:

$$I_{К.П.} = \sum_{i=1}^n q_i a_i \quad (3)$$

де  $q_i$  - значення оцінки  $i$ -го показника;  $a_i$  - коефіцієнт вагомості  $i$ -го показника;  $n$  - число показників, прийнятих до уваги.

Для розрахунку конкурентоспроможності продукції врахуємо не тільки якісні показники, але й економічні. Розрахунок індексу конкурентоспроможності за економічними показниками проводиться за формулою групового індексу за кількісними показниками ( $I_{Э.П.}$ ) [4]:

$$I_{Э.П.} = \sum_{i=1}^n q_i a_i \quad (4)$$

де  $q_i$  - значення оцінки  $i$ -го економічного показника аналізованого товару;  $a_i$  - частка витрат по окремих одиничним показникам в ціні споживання.

Розрахунок комплексного показника конкурентоспроможності наводиться на основі групових показників з економічних і якісних показників. В силу того, що залежність між рівнем якості зразка і його ціною носить параболічний характер, даний показник може бути визначений за такою формулою:

$$K = \frac{I_{К.П.}^2}{I_{Э.П.}} \quad (5)$$

де  $K$  - комплексний показник конкурентоспроможності товару по відношенню до базового періоду.

На основі розрахованого показника формується висновок про конкурентоспроможність оцінюваного товару. Тут можливі три випадки:

$K < 1$  - аналізоване виробу поступається базовому;

$K = 1$  - конкурентоспроможність товарів рівна;

$K > 1$  - аналізований виріб перевершує по конкурентоспроможності базовий зразок.

При негативному результаті оцінки наведених вище показників розробляються заходи по підвищенню конкурентоспроможності продукції.

**Висновки даного дослідження і перспективи подальших робіт у цьому напрямку** У статті були проаналізовані різні підходи до оцінки конкурентоспроможності підприємства, обгрунтовано доцільність даного підходу. За результатами узагальнення й конкретизації робіт попередніх вчених, було запропоновано алгоритм оцінки конкурентоспроможності продукції, що дозволяє оцінювати конкурентоспроможність товару через систему уточнених якісних і економічних показників в порівнянні з аналогічними товарами, представленими на даному сегменті ринку.

## СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Забезпечення конкурентоспроможності підприємств: підручник/ В. Л. Дикань Ю. Т. Боровик, О. М. Полякова та ін.- Харків: УкрДАЗТ, 2012.
2. Дикань В. Л. Обеспечение конкурентоспособности предприятия: Монография.- Харьков: Основа, 1995.-160 с.
3. Юрьева Т. В. Социальная рыночная экономика. – М.: Русская Деловая Литература, 1999. – 416 с.
4. Лифиц И. М. Конкурентоспособность товаров и услуг: учеб. пособие. – М.: Высшее образование; Юрайт-Издат, 2009. – 406 с.
5. Азоев Г. Конкуренция: анализ, стратегия, практика [Текст]/ Г. Азоев. – М.: Центр экономики и маркетинга, 1996.- 208 с.
6. Машнов В. А. Комплексная оценка конкурентоспособности предприятия [Электронный ресурс]/ В. А. Машков. – Режим доступа: [http://cf.in.ru/management/strategy/testimate\\_competitivness.shtml](http://cf.in.ru/management/strategy/testimate_competitivness.shtml).

**Аннотация.** В статье проводится анализ разных подходов к проблеме теоретического и практического исследования конкурентоспособности. Предлагается обобщенный алгоритм оценки конкурентоспособности предприятия через его продукцию.

**Ключевые слова:** конкуренция, конкурентоспособность предприятия, алгоритм оценки конкурентоспособности продукции.

**Summary.** In the article the analysis of various approaches to a problem of theoretical and practical research of competitiveness is produced. The generalized algorithm of estimation of business competitiveness through its goods is offered.

**Keywords:** competition, enterprise competitiveness, production competitiveness, algorithm of estimation of production competitiveness.

*Рецензент к.е.н., доцент УкрДАЗТ Уткіна Ю.М.  
Експерт редакційної колегії к.е.н., доцент УкрДАЗТ Сухорукова Т.Г.*