

## ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ АНАЛІЗУ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Вінницький технічний національний університет

### Анотація

У роботі розглянуто сутність поняття конкурентоспроможність та узагальнені теоретично-методичні підходи до діагностики та оцінки конкурентоспроможності підприємств.

**Ключові слова:** конкурентоспроможність, ефективність, метод, підприємство, конкуренція.

### Abstract

The essence of the concept of competitiveness and the generalized theoretical and methodical approaches to diagnostics and an estimation of competitiveness of the enterprises are reconsidered in the work.

**Keywords:** competitiveness, efficiency, method, enterprise, competition.

### Вступ

У нинішніх умовах господарювання питання конкурентоспроможності підприємства є досить важливим для функціонування підприємств та соціально-економічного розвитку країни. Рівень конкурентоспроможності підприємства в будь-який момент часу визначається комплексним впливом багатьох факторів. Джерела, характер і ступінь впливу цих факторів різний. Тому ефективне управління конкурентоспроможністю підприємства можливе за наявних сучасних факторів в умовах ринкової динамічної економіки. Крім того, у цьому випадку важливу роль в організації підприємства та соціально-психологічних умов функціонування відіграє високий ступінь та рівень освіти керівника підприємства. Тому оцінка конкурентоспроможності підприємств є дуже важливою.

### Результати дослідження

Основним поняттям, що виражає економічну сутність ринково-орієнтованих відносин, є поняття конкуренції. Це найважливіша частина всієї системи ринкової економіки. Конкуренція є рушійною силою економічного розвитку. У сучасному економічному словнику воно визначається як конкуренція між товаровиробниками (продавцями). За звичайних умов конкуренція між будь-якою економікою та суб'єктами ринку; конкуренція за ринок збуту товарів з метою отримання вищих доходів, прибутків та іншої вигоди. Це визначення повністю виражає сутність конкуренції як суперництва. Загальновідомими характеристиками конкуренції є такі: на ринку існує велика кількість незалежних продавців і покупців конкретних видів продукції; на ринку є ідентичні або подібні товари та послуги; у покупців і продавців немає перешкод для входу (виходу) на ринок.

При визначенні сутності понять «конкуренція» та «конкурентоспроможність» виникає багато труднощів, оскільки ці категорії не чітко визначені в науковій літературі. Кожен учений по-своєму трактує ці поняття, виходячи зі своєї точки зору та класифікації важливості кожного компонента. Варто розуміти, що поняття «конкуренція» і «конкурентоспроможність» не є тотожними, їх необхідно розглядати окремо за складовими частинами, до яких вони належать. Важливість вивчення категорії «конкуренція» полягає в тому, що як економічне поняття та соціально-економічний феномен вона стає актуальною в контексті інтеграції глобальної економічної системи.

У науковій літературі немає загальновизнаного визначення конкуренції, тому рекомендується дослідити основні найпоширеніших визначень, розроблених відомими вченими. Відповідно до класифікації Ф. Шерера та Д. Росса, критерії конкуренції можна розділити на такі види: поведінкові, структурні та функціональні. Поведінкові — це розуміння конкуренції як змагання за споживачів шляхом задоволення їх потреб. Структурні — аналіз системи, щоб визначити ступінь свободи

покупців і продавців на ринку і варіанти виходу на нього. Згідно з функціональним поясненням, це змагання між старим і новим. А. Сміт пов'язує конкуренцію з суперництвом між не змовленими продавцями та покупцями за найсприятливіші умови для продажу товару. Водночас він вважає, що зміни цін є основним способом конкуренції [1].

Аналіз основних наукових досліджень дозволяє визначити категорію «конкурентоспроможність підприємства», які подані у таблиці 1.

Таблиця 1– Визначення поняття «конкурентоспроможність підприємства»

Автор	Визначення значення «конкурентоспроможність підприємства»
М. Портер	Це відносна перевага по відношенню до інших фірм, спроможність суб'єкта ринкових відносин знаходитись на ринку на одному рівні з існуючими там аналогічними конкурентами.
М. О. Єрмолов	Це відносна характеристика, яка відображає відмінність розвитку виробників-конкурентів, як за рівнем задоволення своїми товарами чи послугами суспільних потреб, так і за ефективною виробничою діяльністю.
А. Яновський	Багаторівнева категорія, оскільки передбачає оцінку всіх функціональних сфер їх діяльності (виробництва, кадрового потенціалу, фінансів, наукових розробок, маркетингу, тощо).
Л. М. Калашникова	Комплексна характеристика, що виражається системою і якістю управління, якістю продукції, широтою та глибиною асортименту, затребуваного суспільством або окремими його членами, стабільним фінансовим станом, здатністю до інновацій, ефективним використанням ресурсів, цілеспрямованою роботою з персоналом, рівнем системи товароруку і сервісом фірми.
М. І. Перцовський	Це можливість ведення ефективної господарської діяльності та її практичної прибуткової реалізації в умовах конкурентного ринку. Це узагальнювальний показник спроможності підприємства, його вміння ефективно використовувати свій фінансовий, виробничий, науково-технічний і трудовий потенціал.

Таблицю сформовано на основі джерел [2 та 3]

Отже підсумовуючи різні точки зору сформулюємо, під конкурентоспроможність підприємств ми будемо розуміти ефективно використовувати власних та позичати коштів для підвищення прибутковості підприємства та зміцнення позицій на ринку.

Серед авторів останніх років варто відзначити М. Портера - професора Гарвардської школи бізнесу, засновника сучасної теорії конкуренції та конкурентоспроможності. Він створив основу для більшої частини сучасного мислення про природу конкуренції, а отже, і конкурентоспроможності. Згідно із п'ятьма силами конкуренції розглянемо модель М. Портера. Частка ринку та рівень прибутку компанії залежать від того, наскільки ефективно компанія протистоїть п'яти конкурентним силам, а саме:

- конкуренція між продавцями в галузі;
- наявність привабливих альтернатив;
- можливість виходу у галузі-конкурентів;
- влада постачальника;
- споживачі мають можливість визначити власні умови.

М. Портер виділив такі основні чинники конкурентоспроможності для бізнес-організацій (див. рисунок 1) [4]:

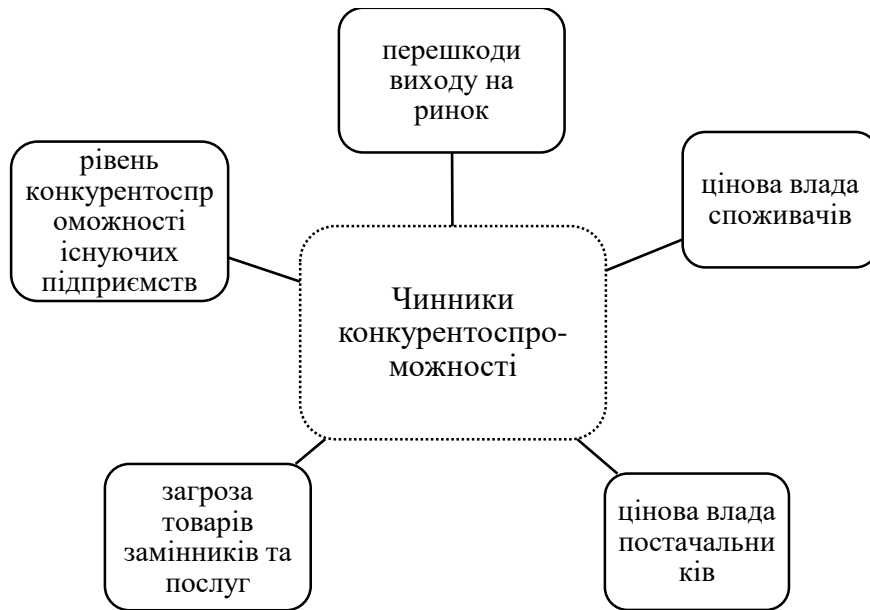


Рисунок 1 – Чинники конкурентоспроможності

Завдання галузевого аналізу конкуренції полягає в тому, щоб оцінити кожну силу, визначити її ступінь тиску, а потім проаналізувати конкурентну стратегію, на яку компанії повинні зосередитися на існуючих «правилах» конкуренції в галузі.

Отже, дана стратегія повинна виконувати такі дії, як: ізолювати компанію від п'яти сил конкуренції; вплинути на існуючу конкуренцію у вигідному для компанії напрямку; створити сильну позицію серед конкурентів.

Важливим аспектом конкурентоспроможності підприємства є конкурентоспроможна продукція. Розглянемо комплексний метод оцінки конкурентоспроможності продукції. Методологічно при оцінці рівня конкурентоспроможності рекомендується враховувати нормативні параметри, вводячи спеціальний показник, який приймає лише два значення - 1 або 0. Цей показник дорівнює 1, якщо товар відповідає обов'язковим нормам і стандартам, якщо ні - 0.

Загальний показник для нормативних параметрів, визначається, як добуток приватних показників кожного параметра, а саме:

$$I_{\text{НП}} = \prod_{i=1}^n q_i \quad (1)$$

де  $I_{\text{НП}}$  – загальний показник для нормативних параметрів;  $q_i$  – приватний показник по  $i$ -му нормативному параметру;  $n$  – кількість нормативних параметрів, які підлягають оцінці.

Отже, якщо хоча б один з приватних показників буде дорівнювати 0 (тобто продукт по якому-небудь параметру не відповідає обов'язковій нормі), то загальний показник теж буде рівний 0, що значить про не конкурентоспроможність продукту на ринку.

Після вище наведеного аналізу визначається одиничний параметричний показник:

$$q = \frac{p}{p_{100}} \quad (2)$$

де  $q$  – параметричний показник,  $p$  – величина параметра реального виробу;  $p_{100}$  – значення параметра гіпотетичного виробу, який задовольняє потребу на 100%.

Потреба не може задовольнятися більш ніж на 100 %, це означає, що показник  $q$  не може бути більше 1.

У підсумку, після того як будуть розраховані всі одиничні параметричні показники, визначається узагальнений (груповий) показник, який характеризує відповідність виробу потреби у ньому:

$$I_{\text{ТП}} = \sum_{i=1}^n q_i \times a_i \quad (3)$$

де  $I_{\text{ТП}}$  – груповий технічний показник (за технічними параметрами);  $q_i$  – одиничний параметричний показник по  $i$ -му параметру;  $a_i$  – вага  $i$ -го параметра;  $n$  – кількість параметрів, що досліджуються.

Показник конкурентоспроможності досліджуваного нашого продукту по відношенню до продукту іншого підприємства буде рівний:

$$K = \frac{I_{\text{ТП1}}}{I_{\text{ТП2}}} \quad (4)$$

де  $K$  – це показник конкурентоспроможності 1-го (нашого) виробу до 2-го (виробу конкурента).

При порівнянні економічних параметрів (ціни споживання) варто використовувати такий показник:

$$I_{\text{ЕП}} = \frac{C_{\text{ПА}}}{C_{\text{ПК}}} \leq 1 \quad (5)$$

де  $I_{\text{ЕП}}$  – загальний показник для економічних параметрів;  $C_{\text{ПА}}$  – ціна досліджуваного виробу;  $C_{\text{ПК}}$  – ціна виробу конкурента.

На основі загальних показників по нормативних, технічних і економічних параметрах розраховується інтегральний показник рівня конкурентоспроможності (ІК) створюваного виробу:

$$ІК = I_{\text{НП}} \times \frac{I_{\text{ТП}}}{I_{\text{ЕП}}} \geq 1 \quad (6)$$

Якщо, в результаті  $ІК > 1$ , то можна стверджувати, що досліджуваний виріб – конкурентоздатний. [5].

Отже, інтегральний показник конкурентоспроможності товару показує, наскільки він привабливий для покупців. Використовуючи цю методику, можна найкраще врахувати багато факторів, які впливають на визначення оцінки конкурентоспроможності продукції. Економічний зміст інтегрального показника конкурентоспроможності та показників питомих факторів свідчать про те, що конкурентоспроможність продукції варто вивчати безперервно, цілеспрямовано та комплексно, з орієнтацією на задоволення потреб споживачів.

### Висновки

У результаті аналізу найпоширеніших трактувань та точок зору було визначено власне розуміння поняття «конкурентоспроможність підприємства», яке можна трактувати як, те наскільки підприємство може забезпечити власні переваги перед конкурентами на ринку в певний період часу і в довгостроковій перспективі.

Детально розглянуто комплексний метод оцінки конкурентоспроможності продукції та модель п'яти сил конкуренції за М. Портером.

Таким чином, конкурентоспроможність підприємства є складним багатограним поняттям, що характеризується конкуренцією, прагненням до вищих результатів, отриманням конкурентної переваги за рахунок ефективного використання всіх наявних ресурсів, виробництвом і продажем конкурентоспроможної продукції, а також отримання вищих прибутків від ефективного ведення бізнесу.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Управління міжнародною конкурентоспроможністю : навчальний посібник у структурно-логічних схемах / укладачі: Т.В. Андросова, Л. О. Чернишова. –Х. : ХДУХТ, 2019. 202 с
2. Сутність та роль конкуренції в ринковій економіці [Електронний ресурс] // Економіка і суспільство. – 2016. – Режим доступу: [http://www.economyandsociety.in.ua/journal/6\\_ukr/2.pdf](http://www.economyandsociety.in.ua/journal/6_ukr/2.pdf).
3. Лупак Р. Л., Васильців Т. Г. Конкурентоспроможність підприємства : навч. посіб. Львів, 2016. 484 с.

4. Чеглік Л.Н., Конкуренстоспроможність і умови її забезпечення [Текст]. // Фінанси, облік, аудит. - 2012. - №8. - С.31-34.

5. Конкуренстоспроможність підприємства: навчальний посібник / І.А. Дмитрієв, І.М. Кирчата, О.М. Шершенюк– Х.: ФОП Бровін О.В., 2020. 340 с.

**Баштовий Дмитро Михайлович** – студент групи МВКД-18б, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: bashtovijdima@gmail.com

**Небава Микола Іванович** – заслужений економіст України, кандидат економічних наук, професор кафедри ЕПВМ, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: nebava@vntu.edu.ua

**Bashtovyi Dmytro Mikhailovich** – student of the MVKD-18b group, Faculty of Management and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: bashtovijdima@gmail.com

**Nebava Nikolay Ivanovich** – Candidate of Economic Sciences, Professor of the Department of the EPVM. Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: nebava@vntu.edu.ua