prakticheskoe posobie. – Moscow Izd.centr EAOI, 2008. – 228 p. 6. Lukasevich I.YA.Analiz finansovyʼh operaciy. Metodyʼ, modeli, tehnika vyʼchisleniy: ucheb. Posobie dlya vuzov. – Moscow: Finansyʼ, 1998. – 400 p. 7. Rastorguev D.N. Metodicheskie rekomendacii k prakticheskim zanyatiyam pokompʼyuternomu modelirovaniyu socialʼno-eʻkonomicheskih processov. – Ulʼyanovsk: UlGTU, 2006. – 32 p. 8. Mur Dj., Ueʻderford L. EʻkonomicheskoeModelirovanie v MicrosoftExcel: Per. s angl. – Moscow: Vilʼyams, 2004. – 1024 p.

Надійшла (received) 19.09.2014

УДК 338.35

В. І. БОРЗЕНКО, канд. техн. наук**,** доц., НТУ «ХПІ»,
Т. В. П'ЯТАК, канд. техн. наук**,** доц., НТУ «ХПІ»,
В.В МІЩЕНКО, здобувач, ХНЕУ, Харків.

УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

В роботі запропоновано методику кількісної оцінки конкурентоспроможності підприємства, що передбачає використання узагальнюючих показників діяльності, які враховують ефективність управління його економічною та маркетинговою діяльністю. Охарактеризовано теоретичні аспекти методик оцінки конкурентоспроможності вітчизняних підприємств. Зроблено висновки щодо сучасних методик оцінки та виявлені закономірності розвитку теоретичних питань.Запропонована методика може бути використана для дослідження поточних показників конкурентоспроможності підприємства, а також для прогнозування зміни показників конкурентоспроможності на протязі певного періоду під впливом сукупності визначених факторів.

Ключові слова: конкурентоспроможність. підприємство, управління, оцінка, галузь.

Вступ. Конкурентоспроможність є однією з найважливіших інтегральних характеристик, що використовується для аналізу економічних переваг підприємства на товарному ринку. Вона може бути застосована як критерій оцінювання ефективності економічної діяльності господарюючих суб'єктів. Існуючі підходи різних авторів, щодо кількісної оцінки конкурентоспроможності є досить суперечливими, при чому кожний із них характеризується визначенням конкретної кількості оціночних параметрів для розрахунку інтегрального показника.

Аналіз основних досягнень і літератури. Теоретичні дослідження, щодо сутності конкуренції і конкурентоспроможності в економічній літературі давно обговорюються, також як і проблема практичної оцінки конкурентоспроможності. На цей час можна визначити, що в питаннях оцінки конкурентоспроможності, розроблені цілком прийнятні методики кількісної оцінки. Результати вивчення та дослідження питань оцінки конкурентоспроможності підприємств представлені в роботах відомих вчених Горбашко Е.А., Філософова Т.Г., Фатхутдинова Р.А. [1], Портера М.Е., Тарасова І.А., Азоева Г.Л. [2], Долінської М.Г.[3], Соловійова І.А, Мазилкина Е.І., Гиссина В.И. та інших. Незважаючи на те, що проблема розглядалась багатьма науковцями, універсальної і загальновизнаної методики

© В. І. Борзенко, Т. В. П'ятак, В. В. Міщенко, 2014

комплексної оцінки конкурентоспроможності підприємства в даний час не запропоновано.

Мета досліджень. Метою роботи є розробка кількісної оцінки конкурентоспроможності підприємства, що передбачає використання узагальнюючих показників діяльності, які враховують ефективність управління його інноваційною, виробничою та маркетинговою діяльністю.

Матеріали досліджень. Конкурентоспроможність підприємства – це його комплексна порівняльна характеристика, яка відбиває ступінь переваг над підприємствами-конкурентами по сукупності оціночних показників діяльності на певних ринках за певний проміжок часу. Тобто, конкурентоспроможність можна оцінювати шляхом порівняння конкурентних позицій кількох підприємств на певному ринку.

Для кількісної оцінки конкурентоспроможності підприємства запропоновано комплексний показник конкурентоспроможності, який включає три узагальнюючих показника, що характеризують ринкову, операційну та економічну діяльність підприємства. Комплексний показник конкурентоспроможності змінюється в інтервалі від нуля до одиниці та визначається за формулою:

$$K_k = \frac{K_1K_2 + K_1K_3}{2}, \qquad (1)$$

де K_1– коефіцієнт оцінки ринкової діяльності підприємства;

K_2 – модифікований коефіцієнт чистої рентабельності підприємства;

K_3 – коефіцієнт оцінки ефективності операційної діяльності підприємства.

Наближення комплексного показника конкурентоспроможності до одиниці показує, підприємство успішно здійснює свою операційну діяльність, має можливість запропонувати споживачеві сучасні товари по відношенню до товарів-конкурентів та має значну частку ринку по відношенню до цих товарів. Зниження показника теоретично можливо до нуля, при цьому частка ринку у підприємства відсутня, не ефективно організована операційна діяльність та собівартість продукції значно вища по відношенню до конкурентів. Практично комплексний показник конкурентоспроможності не може бути нижче критичної величини $K_{крит}$, що визначається для кожного підприємства окремо. Чим більше наближена величина $K_{крит}$ до нуля, тим вищі потенціальні можливості по відношенню до конкурентів. При беззбитковій діяльності

підприємства, комплексний показник конкурентоспроможності повинен мати величину більше критичної: $К_к > К_{крит}$. Розрахунок величини $К_{крит}$ ґрунтується на основі аналізу показників господарсько – фінансової діяльності підприємства.

Узагальнюючий коефіцієнт оцінки ринкової діяльності підприємства K_1 визначається на основі сукупності показників, які характеризують ємність ринку, наявність конкурентів, їх ринкові частки, маркетингову стратегію, ціноутворення, рекламну діяльність, витрати на збут, асортимент та номенклатуру продукції. Для кожного виду товару підприємства визначається відповідний коефіцієнт K_{1i}, де і – вид товару, що продається на визначеному сегменті ринку. Узагальнюючий показник K_1 визначається на основі показників K_{1i}, з врахуванням питомої ваги валового прибутку одержаного від реалізації *i* -го виду товару по відношенню до валового прибутку підприємства.

Модифікований коефіцієнт чистої рентабельності підприємства K_2 визначається на основі розрахунку чистої рентабельності підприємства за формулою:

$$K_2 = \frac{R_{пр}}{1 + R_{пр}} \qquad (2)$$

де $R_{пр}$ – чиста рентабельність підприємства.

Коефіцієнт оцінки ефективності операційної діяльності підприємства K_3 визначається на основі на аналізу операційної діяльності підприємства. Для кожного виду товару підприємства визначається окремий коефіцієнт K_{3i} за формулою:

$$K_{3i} = \frac{(1 - K_{ai})K_{ці}}{1 + K_{ці}} \qquad (3)$$

де K_{ai} – питома вага амортизаційних витрат в собівартості створеної продукції за виробничій цикл для і -го виду продукції;

$K_{ці}$ – співвідношення собівартості створеної продукції до середніх операційних витрат за виробничій цикл;

i – вид продукції.

Показник $К_3$ визначається на основі окремих показників $К_{3i}$, з врахуванням питомої ваги валового прибутку одержаного від реалізації *i*-го виду товару по відношенню до валового прибутку підприємства.

Таким чином, запропоновано конкурентоспроможність підприємства оцінювати за сукупністю трьох узагальнених показників, які визначаються на

основі комплексного дослідження діяльності підприємства. При цьому передбачається проведення маркетингових досліджень, оцінки рентабельності підприємства та аналізу його операційної діяльності. За наведеною методикою підвищення конкурентоспроможності підприємства спричинює наближення розрахункової величини комплексного показника конкурентоспроможності до одиниці.

Висновки. Запропонована методика може бути використана для дослідження поточних показників конкурентоспроможності підприємства, а також для прогнозування зміни показників конкурентоспроможності на протязі певного періоду під впливом сукупності визначених факторів.

Список літератури: 1. *Фатхутдинов Р.А.* Управление конкурентоспособностью организации – Казань, Лана, 2005. **2.** *Азоев Г.Л.* Конкуренция: анализ, стратегия и практика – М.: Центр экономики и маркетинга, 2006. **3.** *Долинская М.Г., Соловьев И.А.* Маркетинг и конкурентоспособность промышленного предприятия – М.: Дело, 2002.

Bibliography (transliterated): 1. Fathutdinov R.A. Upravlenie konkurentosposobnost'yu organizacii – Kazan', Lana, 2005. 2. Azoev G.L. Konkurenciya: analiz, strategiya i praktika – Moscow: Centr e'konomiki i marketinga, 2006. 3. Dolinskaya M.G., Solov'ev I.A. Marketing i konkurentosposobnost' promy'shlennogo predpriyatiya – Moscow: Delo, 2002.

Надійшла (received) 04.09.2014

УДК 658.15:005.21

І. Л. ЛАТИШЕВА, канд. екон. наук, доц., ХНЕУ ім. С. Кузнеця;
В. В. ШАМАРИНА, студентка, ХНЕУ ім. С. Кузнеця, Харків

ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

В статті визначені основні проблеми щодо формування фінансової стратегії підприємства в умовах становлення та розвитку економіки знань. Визначено необхідність визначення сучасного засобу формування фінансової стратегії підприємства. Реалізація запропонованого засобу відбувається завдяки побудованій стратегічній карті, яка реалізує фінансову стратегію через чотири проекції. За допомогою карти можна регулювати обрану фінансово стратегію використовуючи збалансовану систему показників.

Ключові слова: стратегія, фінансова стратегія, система збалансованих показників, стратегічна карта.

Вступ. Стійке зростання підприємства, стабільність результатів його діяльності, досягнення цілей фінансово-господарської діяльності не можливе без розробки та реалізації фінансової стратегії підприємства. Досягнення бажаних критеріїв економічної ефективності функціонування підприємств, стабільність результатів його діяльності, досягнення цілей фінансово-господарської діяльності не можливе без розробки та реалізації фінансової стратегії підприємства.

© І. Л. Латишева, В. В. Шамарина, 2014