



DOI 10.37491/UNZ.74.4  
УДК 338.45:005.332.4:33.012.23-021.388



Оксана ГАМОВА<sup>1</sup>

## ПРИНЦИПИ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТА НАПРЯМКИ УСПІШНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ МІНЛИВОСТІ РИНКОВОГО СЕРЕДОВИЩА

*Розглянуто питання підвищення конкурентоспроможності, за рівнем якої можна говорити про ефективність обраної стратегії розвитку, правильність прийнятих управлінських рішень, наявність конкурентних переваг на підприємствах машинобудування порівняно з конкурентами. Встановлено, що основним завданням промислових підприємств є підвищення рівня прибутковості, покращення фінансового стану, зростання показників діяльності, платоспроможності, що можливо шляхом виробництва та випуску конкурентоздатної продукції, врахування потреб споживачів, підвищення рівня конкурентної боротьби, зміцнення позицій, як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках. Обґрунтовано, що важливе значення має оцінка рівня конкурентоспроможності шляхом використання відповідних методів та доцільним є дотримання низки принципів. З'ясовано, що реалізація визначених принципів дозволить здійснити послідовну оцінку конкурентного становища, забезпечить правильність, достовірність такої оцінки, врахувати вплив ринкового середовища. За таких умов підприємства матимуть змогу розробити заходи щодо покращення показників діяльності,*

<sup>1</sup> кандидат економічних наук, доцент,  
доцент кафедри обліку, аналізу, оподаткування та аудиту,  
Запорізький національний університет,  
[Gromplus7@gmail.com](mailto:Gromplus7@gmail.com).



*сформувати стратегічні перспективи розвитку. Також дотримання відповідних принципів гарантуватиме формування ефективних рішень та вплине на якість управління конкурентоспроможністю на промислових підприємствах, дозволить систематизувати процес оцінки, отримати достовірні дані, а також забезпечити практичне використання системи показників щодо оцінки конкурентного потенціалу. Визначено, що підприємства машинобудування працюють за складних умов, відтак було сформульовано напрямки успішного функціонування в умовах мінливості ринкового середовища шляхом врахування особливостей господарської діяльності, реалізація яких дозволить покращити їхню роботу, підвищити рівень прибутковості, зміцнити позиції на міжнародному ринку, визначити напрямки розвитку, нейтралізувати та знівелювати негативний вплив внутрішніх та зовнішніх факторів.*

**Ключові слова:** конкуренція, конкурентоспроможність, принципи оцінки, показники оцінки, управління, ринкове середовище, напрямки діяльності.

**К**онкурентоспроможність є для підприємств машинобудування одним із важливих показників, який відображає ефективність господарської діяльності, рівень конкурентної боротьби, наявність конкурентних переваг. Зростання конкурентоспроможності підприємства підтверджує правильність обраної стратегії розвитку, наявність переваг і можливостей, зміцнення конкурентних позицій. Передумовою підвищення конкурентоспроможності є здійснення управління підприємством та його функціональними підрозділами, що сприятиме аналізу та оцінці факторів внутрішнього і зовнішнього середовища, розробці перспективних напрямів розвитку, корегуванню стратегії розвитку та позначиться на результатах діяльності підприємств, тобто платоспроможності, фінансової стійкості, рентабельності, ділової активності, дозволить успішно функціонувати в умовах кризи. Для визначення рівня конкурентоспроможності існує потреба у здійсненні оцінки шляхом дотримання відповідних принципів, що дозволить систематизувати, визначити послідовність такої оцінки, підвищити точність та достовірність таких розрахунків.

Питання здійснення аналізу конкурентоспроможності підприємств та дотримання відповідних принципів досліджено в роботах низки дослідників: Л. Бондаренко, В. Васильєва, Л. Гладка, І. Ємельянова, О. Костьєв, С. Котенко, А. Левицька, Т. Мішустіна, І. Нога, Т. Процюк, Т. Рибаківа, О. Селезньова, Р. Скриньковський, О. Шапурова, Г. Швіндіна, К. Шинкаренко, О. Шпак [1–10].

Більшість дослідників аналізували методи та показники оцінки конкурентоспроможності підприємств, але поза увагою залишилося питання щодо визначення принципів, яких слід дотримуватися під час здійснення оцінки конкурентоспроможності. Дотримання даних принципів дозволить підвищити точність, достовірність проведення аналізу конкурентоспроможності підприємств.



*Мета статті* полягає в дослідженні принципів оцінки конкурентоспроможності промислових підприємств та формуванні напрямків успішного функціонування в умовах мінливості ринкового середовища.

Розглядаючи сутність та значення конкурентоспроможності для підприємств машинобудування, її можна визначити як здатність до досягнення власної мети в умовах протидії конкурентів протягом певного часу. Конкурентоспроможність підприємства є економічною категорією, що відображає його здатність випускати конкурентоспроможну продукцію, формувати конкурентні переваги порівняно з іншими підприємствами як всередині країни, так і за її межами. В умовах сьогодення виникає потреба до оцінки конкурентоспроможності підприємства, яка може бути здійснена в рамках групи підприємств, що належать до однієї галузі. Для здійснення оцінки ступеня конкурентоспроможності підприємства здійснюється вибір базових показників та їх подальше порівняння. Під час оцінки конкурентоспроможності підприємств слід враховувати таке: характеристика продукції, що випускається; аналіз ідентичності потреб споживачів, рівня їх задоволення; позиції на внутрішньому та зовнішньому ринках; фази життєвого циклу, в якому функціонує підприємство.

Саме конкурентоспроможне підприємство має змогу виробляти й реалізовувати якісну продукцію, що впливає на прибутковість діяльності. При цьому слід враховувати рівень цін на аналогічну продукцію на ринку та постійно підвищувати якість продукції. Тому конкурентоспроможність підприємства складається з трьох основних чинників: ресурсного (фізичні затрати ресурсів на одиницю готової продукції); фактор середовища (економічна політика держави і ступінь її впливу на ринкового контрагента); цінового (рівень і динаміка цін на всі використовувані ресурси виробництва і готову продукцію).

На мікрорівні саме підприємство здатне контролювати ресурсний фактор зростання конкурентоспроможності, тому підвищення продуктивності праці, загальної ефективності виробництва дуже важливе і залежить від політики самої компанії з організації НДДКР, накопичення основного капіталу, маркетингу, системи виробничої кооперації, професійної підготовки і перепідготовки кадрів. Тобто наявність висококваліфікованих працівників значною мірою впливає на ефективність використання обладнання, інструментів, устаткування, засобів праці, організацію виробництва продукції та її якість, рівень продуктивності праці, що позначається на кінцевих результатах діяльності, тобто фінансовому стані, позиції на внутрішньому та зовнішньому ринках і забезпечує успішність функціонування.

Організація управління, технологічний і фінансовий потенціал підприємства можуть забезпечити зростання ресурсної компоненти конкурентоспроможності. Саме фінансовий потенціал та фінансові можливості підприємства визначають його змогу до купівлі нового обладнання, підвищення кваліфікації працівників, розширення виробничих потужностей, закупівлі якісної сировини і матеріалів.

Проте в умовах конкурентної боротьби доволі важко контролювати ринкові ціни на сировину і напівфабрикати, а також на власну готову



продукцію, так як рівень цін залежить від стану світової і національної економіки.

У «фактор середовища» входять такі складники, як: надійність банківської системи, рівень інфляції, відсотки за кредитами, валютний курс, страхування, які безпосередньо впливають на конкурентоспроможність підприємства. Тому підприємства повинні приділяти увагу аналізу факторів зовнішнього та внутрішнього середовища, їх контролювати.

Існують два джерела конкурентоспроможності підприємства — операційна ефективність і стратегічне позиціонування. Операційна ефективність визначається комплексною оцінкою виконання підприємством тих чи інших видів діяльності, що дозволяють більш раціонально використовувати наявні у нього фактори виробництва. Рівень операційної ефективності підприємства залежить від чинників внутрішнього середовища, серед яких — наявність інноваційних технологій, асортимент продукції, виробничі потужності, специфіка діяльності, фінансові можливості, цінова політика, система управління, інформаційне забезпечення, кваліфікація персоналу. Усе це створює умови для підвищення рентабельності виробничої діяльності підприємства, покращення фінансових показників діяльності.

Стратегічне позиціонування на підприємствах полягає у створенні унікальної і вигідної позиції, визначеної поєднанням видів діяльності, відмінних від видів діяльності конкурентів. Стратегічне позиціонування складається з двох складників: перший — це здатність пристосовуватися до зовнішнього середовища, вона відображає результативність процесу оновлення підприємства, характеризує гнучкість і адаптивність господарюючого суб'єкта до умов зовнішнього середовища; другий — інноваційність, що спрямовано на впровадження нововведень в усі сфери діяльності підприємства. Саме інноваційна діяльність є запорукою успішної роботи підприємств в умовах загострення конкурентної боротьби, формування конкурентних переваг та дозволяє підвищити рівень конкурентоспроможності.

Слід відзначити, що перевагу на ринку мають ті підприємства, які здатні нарощувати виробничі потужності, швидко аналізувати потреби споживачів, підвищувати якість продукції, впроваджувати виробництво різноманітних товарів, які вже є у суперників-конкурентів, а також пропонувати своїм покупцям нові товари і послуги, адаптуватися до мінливих вимог зовнішнього ринку.

Слід відзначити, що для підприємств машинобудування характерним є переважання спрацьованої частки обладнання, погіршення фінансових показників діяльності, сповільнення темпів виробництва і збуту продукції та відповідно важливе значення має саме інноваційна діяльність, що охоплює всі сторони діяльності та впливає на роботу структурних підрозділів.

Саме активізація інноваційної діяльності на підприємствах машинобудування дозволить виробляти продукцію відповідно до вимог ринку, сприятиме своєчасному впровадженню інновацій, слідкуванню за ринком. Крім того, адаптивність виступає як форма вираження відносин підпри-



емств із зовнішнім середовищем, характеризуючи результативність процесів оновлення. Інноваційна діяльність та адаптивність підприємства визначають ефективність його розвитку, стратегію діяльності та перспективні напрямки.

Основними групами чинників, що впливають на рівень конкурентоспроможності підприємства, є такі: соціально-психологічна група чинників (охоплює персонал підприємства, його організаційну культуру, цінності, потреби і інтереси працівників, морально-психологічний клімат в колективі, нормальні умови праці та відпочинку для розвитку потреб у самовираженні і самоактуалізації) та дані чинники впливають на рівень задоволення потреб працівників і відповідно продуктивність праці; організаційно-управлінська група (містить чинники, що призводять у дію техніко-технологічну підсистему завдяки організації виробництва і праці, підбору персоналу, впровадження прогресивної системи оплати праці), які впливають на організацію діяльності, формування та реалізацію завдань; техніко-технологічна група (чинники, які характеризують виробниче обладнання, предмети праці, склад і технологію виконуваних робіт, виробничі потужності), яка впливає на обсяги виробництва та якість виготовленої продукції через рівень механізації і автоматизації виробництва, досконалість застосовуваних технологій, зношеність основних засобів і також впливають на операційну ефективність діяльності підприємства; фінансово-економічні чинники (охоплює фактори функціонування підприємства з позицій ефективного розпорядження ресурсами, прибутковості і фінансової стійкості), які впливають на оновлення зношеного обладнання, можливість виробництва нового виду продукції; екологічна група чинників (складається з цілого комплексу складних технічних і організаційних завдань, зумовлених необхідністю підвищення якості води, повітря, землі, без успішного вирішення яких неможливо розраховувати на високий статус конкурентоспроможності), які слід враховувати при виробництві продукції; природно-географічна група чинників (охоплює ресурсний потенціал підприємства або масштаби діяльності) та вони змушують підприємство продумувати раціональну логістичну структуру, постійно вдосконалювати технологію виробництва, скорочувати транспортні витрати, знижувати енергоємність виробництва; ринкова група чинників (включають відкритість доступу до ринку ресурсів, нових технологій, унікальність властивостей товарів, що випускаються, налагодженість каналів розподілу продукції, ефективність системи стимулювання її збуту, різноманітність сервісних схем післяпродажного обслуговування); галузева група чинників (відображає зовнішні умови функціонування підприємства, які визначають потребу у виробництві нового товару, використанні якісної сировини, укладанні контрактів з постачальниками, якісному інформаційному забезпеченні, системі управління в галузі, здійсненні підготовки і підвищення кваліфікації кадрів, впровадженні нововведень), які служать базовою платформою діяльності господарюючих суб'єктів, визначають напрямки вдосконалення техніки, організації та управління виробництвом на кожному підприємстві.



Вищезначена група чинників має значний вплив на рівень конкурентоспроможності підприємств, формування конкурентних переваг та їх виявлення, врахування дозволить покращити розвиток, визначити напрями діяльності, що позначаться на рівні прибутковості, успішності функціонування та забезпечить нейтралізацію негативного впливу факторів ринкового середовища.

Також аналіз таких чинників дає можливість розробити систему відповідних показників. Основу такої розробки повинна скласти низка принципових методичних положень щодо підвищення конкурентоспроможності, а саме дотримання таких принципів: принцип комплексної оцінки факторів полягає в тому, що вся система складається із взаємопов'язаних між собою показників та всі фактори повинні оцінюватися комплексно, що обумовлюють зростання конкурентоспроможності підприємства. Це означає, що розробці зазначених показників має передувати дослідження всього комплексу факторів, що визначають розвиток досліджуваного процесу; принцип системності, який базується на понятті системи, коли поведінка кожного її елемента впливає на поведінку цілого. Таким цілим є система факторів конкурентоспроможності підприємства, яка виявляється в результаті взаємодії комплексу зовнішніх і внутрішніх умов конкурентної боротьби. У низці випадків той чи інший фактор може мати вирішальне значення, однак це відбувається тільки за певного поєднання всіх інших факторів і параметрів. Тому для оцінки такого складного явища, як процес підвищення конкурентоспроможності підприємства, показники, що характеризують різні сторони цього процесу, повинні бути зведені в систему; принцип функціональності полягає в тому, що метою створення системи є управління процесом підвищення конкурентоспроможності підприємства та в такій системі повинні бути присутніми показники, пов'язані з різними управлінськими функціями (планування, облік, організація, контроль, стимулювання, мотивація, регулювання, координація); принцип урахування специфіки виробництва, тобто за умови підвищення конкурентоспроможності слід аналізувати показники, які відображають специфічні галузеві особливості виробництва, враховують їх вплив на конкурентоспроможність, особливості організації виробничої діяльності; принцип інформаційної забезпеченості, тобто під час розрахунку конкурентоспроможності важливу роль відіграє доступність та повнота інформації, яка розміщена в діючих формах обліку та статистичної звітності, що забезпечить повноту, достовірність, точність і своєчасність управлінських рішень; принцип ієрархічності показників, тобто показники конкурентоспроможності повинні бути ранжовані за їх важливістю, що забезпечить найбільш повну та інтегральну характеристику основних напрямків підвищення конкурентоспроможності підприємства (під час виокремлення таких показників слід враховувати специфічні особливості діяльності підприємств); принцип безперервності, тобто доцільність постійного аналізу навколишнього конкурентного середовища; принцип забезпечення порівнянності, тобто під час оцінки конкурентоспроможності вся інформація повинна порівнюватися, а також слід порівнювати отримані дані із запланованими.



Оскільки більшість підприємств машинобудування функціонують у досить складних умовах, то слід виділити напрямки успішного функціонування в умовах мінливості ринкового середовища, а саме: формування конкурентних переваг, мінімізація витрат, раціональне використання фінансових ресурсів, раціоналізація використання основних засобів, механізація та автоматизація виробництва, підвищення кваліфікації працівників, використання інформаційного забезпечення, коригування стратегії розвитку, впровадження системи управління, здійснення управління конкурентоспроможністю, взаємодія функціональних підрозділів підприємства; підвищення якості продукції, дослідження потреб споживачів, коригування цін, забезпечення післяпродажного обслуговування.

Дотримання зазначених принципів оцінки конкурентоспроможності дозволить систематизувати процес оцінки, отримати достовірні дані, а також забезпечити практичне використання системи показників щодо оцінки конкурентного потенціалу.

Під час здійснення оцінки конкурентоспроможності слід дотримуватися низки принципів, що дозволить здійснити послідовну оцінку конкурентного становища, підвищити її правильність, достовірність та дієвість відповідних методів оцінки, проаналізувати внутрішні та зовнішні фактори впливу, розробити заходи щодо покращення показників діяльності, стратегічні перспективи розвитку, аргументовано вибрати більш ефективні напрями діяльності. Відповідно для підвищення рівня конкурентоспроможності слід здійснювати його оцінку шляхом дотримання відповідних принципів, що гарантуватиме швидке прийняття рішень та забезпечить подальше якісне управління конкурентоспроможністю.

#### Список використаних джерел

1. Бондаренко Л. А. Аналіз та оцінка конкурентоспроможності машинобудівного підприємства з виробництва автомобільної техніки. *Вісник національного університету «Львівська політехніка»: Менеджмент та підприємство в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку*. 2011. № 720. С. 109–114.
2. Гладка Л. І., Васильєва В. Р., Шинкаренко К. Е. Конкурентоспроможність української продукції на прикладі машинобудівного комплексу та шляхи її підвищення. *Молодий вчений*. 2016. № 7. С. 26–30. URL : <https://bit.ly/34V3AJD>.
3. Смельянова І. Ф. Методи та принципи оцінки конкурентоспроможності підприємств. *Вісник Донецького університету економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського*. 2015. № 1 (62). С. 7–12.
4. Котенко С. І., Швїндіна Г. О. Проблеми оцінки конкурентоспроможності підприємств як індикатора стратегічного розвитку. *Проблеми економіки*. 2018. № 3. С. 104–112. URL : <https://bit.ly/3mu7Y3e>.
5. Левцицька А. О. Методи оцінки конкурентоспроможності підприємства: вітчизняні та закордонні підходи до класифікації. *Mechanism of Economic Regulation*. 2013. № 4. С. 155–163. URL : <https://bit.ly/37M0qo5>.
6. Мішустіна Т. С. Методика оцінки конкурентоспроможності торговельної марки машинобудівного підприємства. *Європейський вектор економічного розвитку. Економічні науки*. 2014. № 1. С. 110–119. URL : <https://bit.ly/3ox8ZsS>.



7. Рубакова Т., Костьев О. Аналіз і оцінка конкурентоспроможності промислового підприємства. *Економічний аналіз*. 2012. Т. 11 (3). С. 28–31. URL : <https://bit.ly/3oFWFXF>.
8. Селезньова О. В. Аналіз чинників, які впливають на конкурентоспроможність підприємств сільськогосподарського машинобудування в сучасних умовах господарювання. *Агросвіт*. 2009. № 4. С. 55–60. URL : <https://bit.ly/3mwNd71>.
9. Скриньковський Р., Шпак О., Процюк Т., Нога І. Формування інструментарію для графічної оцінки конкурентоспроможності підприємства. *Traektoriâ Nauki = Path of Science*. 2018. Vol. 4, No 1. P. 1014–1021.
10. Шанурова О. О. Методи оцінки конкурентоспроможності промислових підприємств. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія Економічні науки*. 2018. Вип. 31. С. 152–155.

Надійшла до редакції 11.01.2020

**Oksana GAMOVA**

*Zaporizhzhia National University*

### **Principles of Assessing the Competitiveness of Industrial Enterprises and Areas of Successful Operation in a Volatile Market Environment**

*The article considers the issue of increasing competitiveness, the level of which we can talk about the effectiveness of the chosen development strategy, the correctness of management decisions, the presence of competitive advantages in mechanical engineering enterprises compared to competitors. It is established that the main task of industrial enterprises is to increase profitability, improve financial condition, increase performance, solvency, which is possible through the production of competitive products, taking into account consumer needs, increasing competition, strengthening positions both on domestic and foreign markets. It is substantiated that it is important to assess the level of competitiveness through the use of appropriate methods and it is advisable to follow a number of principles. It was found out that the implementation of certain principles will allow a consistent assessment of the competitive situation, ensure the correctness, reliability of such assessment, and take into account the impact of the market environment. Under such conditions, companies will be able to develop measures to improve performance, to form strategic prospects for development. Also, compliance with the relevant principles will ensure the formation of effective solutions and affect the quality of competitiveness management in industrial enterprises, will systematize the evaluation process, obtain reliable data, and ensure the practical use of a system of indicators to assess competitive potential. It is determined that machine-building enterprises work under difficult conditions and the directions of successful functioning in the conditions of changing market environment were formed by taking into account the peculiarities of economic activity, the implementation of which will improve their work, increase profitability, strengthen positions in the international market, level negative influence of internal and external factors.*

**Keywords:** *competition, competitiveness, evaluation principles, evaluation indicators, management, market environment, areas of activity.*