

Проблеми розвитку підприємництва в Україні

**Петровська І.П.**  
асистент ФММ НТУУ «КПІ»  
**Войтов О.І.**  
студент ФММ НТУУ «КПІ»

## КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ СВІТОВОЇ ЕКОНОМІКИ

*Дана стаття присвячена висвітленню питання конкурентоспроможності продукції з огляду на все більшу глобалізацію світової економіки. Розглянуто факторіальну оцінку конкурентоспроможності підприємства та запропоновано метод її підрахунку. Визначено методику розрахунку конкурентоспроможності продукції та окреслено головні етапи найбільш дієвого з них – методу відносних показників.*

**Ключові слова:** конкурентоспроможність продукції, метод відносних показників, глобалізація економіки.

**Вступ.** Інтеграції України до світового економічного простору, є одним із пріоритетних векторів розвитку господарства, і неминує веде до перебудови власної економіки, пошуків нових важелів впливу, а головне до запровадження ефективних механізмів діяльності. Першим кроком до досягнення поставленої цілі стає модернізація підприємств з техніко-технологічної та управлінської точки зору. Не останню роль в цьому грає гармонізація українського законодавства і нормативної бази з тими нормами, що прийняті в міжнародній практиці. Іншими словами, це означає зняття існуючих бар'єрів на шляху просування іноземних товарів і послуг до України і створення сприятливих умов для роботи в Україні зарубіжних компаній. Україна стикається з фундаментальною проблемою реальної конкурентоспроможності кожного українського підприємства організації і, як результат, всієї промисловості і економіки.

**Постановка задачі.** Основною метою статті є виявлення та вирішення проблеми низької конкурентоспроможності продукції вітчизняних підприємств за допомогою сучасної методології її оцінки.

**Результати дослідження.** Фундаментальною одиницею стає конкурентоспроможність підприємства в основі якої лежить товар, що воно пропонує. Конкуренція змушує підприємства всебічно покращувати всі параметри продукції (якість, ціна і т.д.), яке воно пропонує, а в останні роки не лише товару, а й послуг. Якщо розглянути питання конкурентоспроможності в рамках країни в цілому, навіть регіоні-лідери по Україні за оцінками ефективності ринку товарів входять до останньої десятки першої сотні світового рейтингу. У зв'язку із цим простежуються дві проблеми. По-перше, це – відсутність ефективного конкурентного середовища, яке оцінюється показниками інтенсивності конкуренції на

місцевому ринку і ефективності антимонопольної політики. По-друге, це – регулювання зовнішньоекономічної діяльності, тобто вплив регулювання на прямі іноземні інвестиції та обтяжливість митних процедур. Водночас оцінки лідерів в Україні за показниками ступеня монополізації ринку та орієнтованості на клієнта є відносно конкурентними перевагами у глобальному рейтингу. За даними [5] показано результати конкурентоспроможності регіонів в Україні за 12 складовими у 2012 році (рис. 1).

Результати регіонів України за 12 складовими конкурентоспроможності у 2012 році																											
	Київ	Харківська	Дніпропетровська	Донецька	Київська	Одеська	Закарпатська	Севастополь	Львівська	Волинська	Рівненська	Сумська	Миколаївська	Вінницька	Чернівецька	Закарпатська	Черкаська	АР Крим	Луганська	Івано-Франківська	Хмельницька	Тернопільська	Чернігівська	Житомирська	Кіровоградська	Херсонська	
Індекс конкурентоспроможності регіонів України	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27
<b>БАЗОВІ ВИМОГИ</b>	1	5	14	7	2	4	8	3	12	23	10	13	18	15	16	6	9	20	11	19	22	21	24	17	27	26	25
Складова 1: Інституції	27	25	19	13	12	26	15	22	9	24	1	4	5	18	8	2	3	17	23	20	16	7	10	11	14	6	21
Складова 2: Інфраструктура	1	3	9	5	7	2	8	4	12	17	21	20	16	10	15	18	22	14	6	13	23	26	27	11	24	25	19
Складова 3: Макроекономічне середовище	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Складова 4: Охорона здоров'я та початкова освіта	12	13	23	20	2	10	17	7	14	4	8	11	25	26	16	1	3	15	19	18	6	9	5	22	24	27	21
<b>ПІДСИЛЮВАЧІ ЕФЕКТИВНОСТІ</b>	1	3	2	4	6	5	7	19	9	8	10	11	12	15	13	24	18	14	22	20	16	17	23	25	21	26	27
Складова 5: Вища освіта та професійна підготовка	2	1	6	12	17	5	4	3	11	7	20	8	9	16	22	15	26	14	25	13	18	19	10	24	21	27	23
Складова 6: Ефективність ринку товарів	9	14	6	11	1	12	8	21	16	19	2	7	17	15	4	5	3	25	24	13	18	10	23	26	22	20	27
Складова 7: Ефективність ринку праці	10	16	5	17	12	24	11	25	18	23	9	2	20	19	6	4	22	8	26	21	15	3	13	1	7	14	27
Складова 8: Рівень розвитку фінансового ринку	20	9	6	2	7	23	3	10	5	11	1	4	15	24	16	8	18	17	25	19	14	13	12	21	22	26	27
Складова 9: Технологічна готовність	1	2	4	5	7	3	15	6	14	9	13	23	11	8	12	20	16	10	18	24	21	22	26	27	17	25	19
Складова 10: Розмір ринку	1	4	2	3	5	6	8	27	9	7	17	22	16	13	14	26	12	15	10	18	11	19	25	21	20	23	24
<b>ФАКТОРИ РОЗВИТКУ ТА ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ</b>	7	2	3	1	14	18	6	4	12	19	16	10	5	9	11	17	25	21	20	8	15	23	22	27	26	13	24
Складова 11: Рівень розвитку бізнесу	11	3	2	1	14	16	4	12	10	23	15	7	5	20	13	21	26	17	8	6	19	18	22	27	24	9	25
Складова 12: Інновації	6	1	4	3	17	20	9	2	14	15	18	10	7	5	11	13	22	23	25	8	12	24	19	27	26	16	21

Рис. 1. Результати регіонів в Україні за 12 складовими конкурентоспроможності у 2012 році [5, с. 56]

Згідно даних (рис. 1) слід відмітити, що статусу конкурентоспроможного підприємства в регіонах України відповідає таке, де створюється ефективна служба маркетингу, удосконалюється система управління на основі широкого використання раціонального менеджменту, комп'ютерної техніки і засобів зв'язку, здійснюється розробка й реалізація тактичних і стратегічних бізнес-планів підвищення економічної і фінансової стійкості в жорстких умовах ринку. Не останню роль відіграє екологічна безпека виробництва, що дозволяє стати підприємству найбільш інвестиційно-привабливим і активним експортером своєї продукції. Для оцінки конкурентоспроможності сучасного підприємства можна скористатись методом факторіального аналізу, який був розроблений в період вступу України до СОТ. Як орієнтири доцільно використати такі оцінки:

1. Конкурентоспроможність продукції підприємства;
2. Маркетингова діяльність;

3. Ринкова структура управління підприємством;
4. Постійне підвищення кваліфікації персоналу;
5. Застосування комп'ютерної техніки (сучасних програм) і сучасних засобів зв'язку в управлінні підприємством;
6. Зовнішньоекономічна діяльність;
7. Інвестиційна привабливість;
8. Екологічна чистота.

Кількісні характеристики оцінки по кожному показнику вивчаються експертами на основі вивчення статистичної, бухгалтерської та іншої інформації, виводячи окремий коефіцієнт по кожному із пунктів, які зводяться до комплексної оцінки:

$$K_{\text{ком.}} = (k^1 + k^2 + k^3 + k^4 + k^5 + k^6 + k^7 + k^8) / n(1),$$

Як результат проведених розрахунків отримані коефіцієнти, можна охарактеризувати таким чином:

- від 1 до 0,7 – підприємство можна вважати сучасним і конкурентоспроможним;
- від 0,6 до 0,4 – підприємства, що перебувають на «перехідному етапі», з невисокою конкурентоспроможністю;
- від 0,3 і нижче – підприємства не ефективні, потенційні «банкрути» [2, с. 36-37].

Отже, конкурентоспроможність підприємства означає його здатність до ефективної господарської діяльності та забезпечення прибутковості за умов конкурентного ринку. Під конкурентоспроможністю продукції прийнято розуміти сукупність її властивостей, що відбивають ступінь задоволення конкретної потреби проти репрезентованої на ринку аналогічної продукції. Конкурентоспроможність визначає здатність витримувати конкуренцію на ринку, тобто мати деякі вагомі переваги над виробами інших товаровиробників [3]. Для визначення рівня конкурентоспроможності продукції у вітчизняній та світовій практиці існують різні методи та моделі [1, с. 19, 23; 4, с. 124], основні з них наведені в таблиці 1.

Таблиця 1

**Моделі та методи оцінки конкурентоспроможності продукції**

Особливості розрахунку	Переваги	Недоліки
1.	Метод багатокритеріальної оптимізації	
$F_i(a_{ij}) = \sum_{j=1}^n \Delta_j * \bar{a}_{ij}$ $F_s(a_{ij})_{ij}$ – адитивний критерій конкурентоспроможності $\bar{a}_{ij}$ – нормалізовані критерії конкурентоспроможності	- врахування значної кількості показників; - можливість вибору оптимального шляху покращення конкурентоспроможності	- тривалий час опрацювання даних; - можливість неточності у при наданні ступеня важливості певному критерію
2.	Модель Фішбейна	
$O_a = \sum_{i=1}^n C_i \cdot E_i$ де, Q – відношення до товару;	- враховує думку споживача відносно товару;	- можливість невдалої вибірки споживчої групи.

## Продовження таблиці 1

Особливості розрахунку	Переваги	Недоліки
<p><math>Q</math> – сила думки, що товар має показник <math>I</math>;</p> <p><math>E</math> – значущість показника;</p> <p><math>n</math> – кількість значущих показників.</p>	<p>- можливі індивідуальні відбори показників для визначення конкурентоспроможності.</p>	
3. <b>Метод комплексних відносних показників</b>		
$K = \frac{\sum_{m=1}^n (B_{mj} + B_{cj})}{n}$ <p>де, <math>K</math> – коефіцієнт вагомості цього критерію оцінки конкурентоспроможності організації і її групи показників;</p> <p><math>m</math> – номер параметра об'єкта;</p> <p><math>j</math> – номер експерта;</p> <p><math>n</math> – кількість експертів в групі;</p> <p><math>B_{mj}</math> – бал привласнений <math>m</math>-му параметру <math>j</math>-м експертом;</p> <p><math>B_{cj}</math> – сума балів привласнених <math>j</math>-м експертом всім параметрам об'єкта.</p>	<p>- враховує максимальну кількість критеріальних показників;</p> <p>- визначає найбільш конкурентоспроможний зразок товару серед великої кількості аналогів;</p> <p>- дає розуміння технічного рівня показника;</p> <p>- визначає параметри, що потребують покращення;</p> <p>- дає найбільш точні розраховані показники.</p>	<p>- трудомісткий та потребує значного часу для обчислення;</p> <p>- можлива необ'єктивна оцінка експертами (ймовірність невисока).</p>
4. <b>Ранговий метод</b>		
$K_{\text{шм}} = \sqrt[4]{d_i} * R_i * \kappa_i * E_i$ <p>де: <math>d_i</math> – доля ринку продукції на цільовому ринку;</p> <p><math>R_i</math> – рентабельність продажів продукції;</p> <p><math>\kappa_i</math> – коефіцієнт співвідношення виробленої та реалізованої продукції;</p> <p><math>E_i</math> – ємність витрат на маркетинг за рік для продукції в загальній структурі витрат.</p>	<p>- використання інформації легкодоступної та швидкої в отриманні;</p> <p>- швидкий в обчисленні.</p>	<p>- результат обчислення є неточним;</p> <p>- неможливо виявити який саме показник потрібно покращити для підвищення конкурентоспроможності;</p> <p>- потребує наступних обчислень для отримання більш точної інформації.</p>

Згідно даного аналізу (табл. 1), на наш погляд, найбільш дієвим для використання оцінки рівня конкурентоспроможності продукції є метод комплексних відносних показників, який включає в себе наступні етапи:

- вибір виробу для аналізу;
- визначення параметрів, за якими буде здійснюватись оцінка його конкурентоспроможності (кількість параметрів – від 7 до 12 позицій);
- вибір аналогів в якості бази порівняння;
- попарне порівняння виробів аналогів і визначення найкращого (базового) зразка;
- розрахунок коефіцієнта вагомості кожного аналогічного виробу;

- порівняння оцінюваного та базового зразків.
- розрахунок показника технічного рівня на шогоро виробу;
- формування висновку щодо рівня конкурентоспроможності продукції.

У зв'язку з тим, що кожен із показників має різний ступінь важливості для розрахунку коефіцієнта конкурентоспроможності продукції, необхідно експертним шляхом визначити коефіцієнти вагомості кожного з вибраних показників. Кожен експерт використовує бальну шкалу. Тоді важливість кожного параметру конкурентоспроможності об'єкта в балах визначається за формулою:

$$K = \frac{\sum_{m=1}^n (B_{mj} + B_{cj})}{n} \quad (2),$$

де,  $K$  – коефіцієнт вагомості того критерію оцінки конкурентоспроможності організації і-ї групи показників;

$m$  – номер параметра об'єкта;

$j$  – номер експерта;

$n$  – кількість експертів в групі;

$B_{mj}$  – бал привласнений  $m$ -му параметру  $j$ -м експертом;

$B_{cj}$  – сума балів привласнених  $j$ -м експертом всім параметрам об'єкта.

Далі необхідно порівняти досліджуваний та базовий зразок і розрахувати технічний рівень продукції за формулою:

$$Q = \sum q_i * a_i \quad (3),$$

де,  $a_i$  – коефіцієнт вагомості;

$q_i$  – відносний показник, який розраховується за формулами:

для бажаних параметрів  $q_i = K_i / K_{\text{баз}}$

для небажаних параметрів  $q_i = K_{\text{баз}} / K_i$

Якщо  $Q < 1$  – продукція неконкурентоспроможна; якщо  $Q > 1$  – продукція конкурентоспроможна [4, с. 124-126].

Оскільки і для виробника, і для споживача конкурентоспроможність є не якимсь абстрактним показником, а абсолютно певною величиною, що виражає конкретну доцільність здійснюваного заходу, за допомогою цифр можна охарактеризувати конкурентоспроможність товару по відношенню до інших товарів. У результаті порівняння одному з товарів дається такий висновок: продукція конкурентоспроможна, продукція має низьку конкурентоспроможність; продукція повністю неконкурентоспроможна в порівнюваному класі товарів на даному ринку. Заключний етап доповнюється висновками про переваги і недоліки оцінюваної продукції в порівнянні з аналогами, а також пропозиціями про заходи, які мають бути прийняті для поліпшення положення її на ринку.

Таким чином, даний метод більш довгий та трудомісткий, однак є більш результативний при оцінці кожного виду продукції в порівнянні з конкурентами.

**Висновок.** Недостатня готовність національних виробників до конкурентної боротьби в умовах відкритого економічного середовища зумовлюється деформацією структури внутрішнього споживчого ринку,

низькою якістю та технічною недосконалістю багатьох видів вітчизняної готової продукції, у першу чергу технічно складної.

Отже, за умов глобалізації світової економіки українські підприємства все частіше змушені функціонувати у жорстких умовах конкуренції із міжнародними компаніями. Для того, щоб було можливо відповісти сучасним економічним вимогам, підприємства мають провести політику оцінювання стану та відслідковувати відхилення щодо підвищення конкурентоспроможності сучасного підприємства скориставшись методом факторіального аналізу за умов оцінювання конкурентоспроможності продукції використання методу комплексних відносних показників.

#### Список використаних джерел

1. Фатхутдінов Р.А. Конкурентоспроможність організації в умовах кризи: маркетинг, менеджмент: Навчальний посібник / Р.А.Фатхутдінов. – Київ: «Маркетинг», 2009. – 492 с.
2. Невелєв О.М. Переваги та ризики(загрози) в соціально-економічному розвитку України у зв'язку із вступом до СОТ / О.М.Невелєв, М.В. Засульський, В.В. Іваненко. – Київ: Академія муніципального управління. Київська торгово-промислова палата, 2008. – 68с.
3. Близнюк Н.В. Конкурентоспроможності продукції українських підприємств/ Н.В. Близнюк // Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. – 2012. – вип. 1., [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://archive.nbu.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/Vchtei/2012\\_1/1-2012-6.pdf](http://archive.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vchtei/2012_1/1-2012-6.pdf)
4. Сиваченко І.Ю. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства: Навчальний посібник / І.Ю. Сиваченко. – Київ: ЦУЛ. – 2007. – 186 с.
5. Звіт про конкурентоспроможність регіонів України 2012/ Т. Бойко, І. Гончаренко, Н. Дмитрюк, В. Коваленко, Т. Подвисоцька, Г. Чухай, Лейла Род-Томсен. – Фонд «Ефективне управління», 2012. – 208с.

---

**Петровская И.П.**

*ассистент ФММ НТУУ «КПИ»*

**Войтов А.И.**

*студент ФММ НТУУ «КПИ»*

## **КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ УКРАИНСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ**

*Данная статья освещает вопросы конкурентоспособности продукции с учетом все большей глобализации мировой экономики. Рассмотрена факториальная оценка конкурентоспособности предприятия и предложен метод ее подсчета. Определена методика расчета конкурентоспособности продукции и намечены основные этапы наиболее действенного из них – метода относительных показателей.*

**Ключевые слова:** конкурентоспособность метод относительных показателей, глобализация экономики.

**Petrovska I.P.**

*assistance lecturer FMM NTUU «KPI»*

**Voitov A.I.**

*student FMM NTUU «KPI»*

## **COMPETITIVENESS OF PRODUCTS UKRAINIAN ENTERPRISES IN A GLOBALIZING WORLD ECONOMY**

*This article is about competitiveness, it takes into account the increase in the globalization of the world economy. Here we examined the factorial assessment of the competitiveness of enterprises and offered the method of calculation of competitiveness. We determined the methodology for calculating the competitiveness of products and specify the main stages of the most effective of them – the method of the relative performance.*

**Keywords:** competitiveness, the method of ratios, the globalization of the economy.

---

**Підлісна О. А.**

*доцент, к. т. н. НТУУ «КПІ»*

**Ткач І.С.**

*студентка ФММ НТУУ «КПІ»*

## **ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ УПРАВЛІННЯ МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНИМ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯМ**

*Матеріально-технічне забезпечення як посередник між виробництвом та виробничим споживанням продукції виробничо-технічного призначення забезпечує міжгалузеві зв'язки з постачання продукції. Оптимальна структура матеріально-технічного забезпечення підприємства сприяє скороченню тривалості виробничого процесу, його ефективності та підвищенню якості продукції. Матеріально-технічне забезпечення сучасного підприємства забезпечує організаційні зв'язки як зовнішнього, так і внутрішнього середовища підприємства. Формує засади ефективності виробництва, використання виробничих ресурсів, динаміки виробничого процесу та продуктивності праці.*

*У статті розглядаються основні проблеми матеріально-технічного забезпечення виробництва, що стосуються практично всіх виробничих підприємств України; визначається місце проблеми класифікації методів, форм та систем управління матеріально-технічним забезпеченням.*

**Ключові слова:** виробнича ефективність, матеріально-технічне забезпечення, виробництво, сировина, матеріали, підприємство, виробничий процес, технічні засоби виробництва, запаси, готова продукція, послуги.