

# РЕГІОНАЛЬНА БІЗНЕС-ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ

науковий, виробничо-практичний журнал

Свідоцтво про державну реєстрацію:  
серія КВ № 9838 від 17.05.2005р.

Журнал внесений до Переліку наукових фахових видань України

(Додаток 5 до наказу Міністерства освіти і науки України  
від 15.04.2014 р. № 455)

---

**Редакційна колегія:** Афонін А.С., Білоконний П.Г., Боднар Т.П.,  
Бурейко Л.М., Кабаненко В.Ф., Кругляк Б.С., Мартинюк П.С.  
(головний редактор) Молчанов П.А., Мороз О.В., Мазур А.Г.,  
Погрібний І.Я., Прутська О.О., Тимрієнко І.Ю., Ткаченко І.С.,  
Якимчук К.Д., Сташко І.В. (заступник головного редактора),  
Коробка Ю.П. (редактор)

---

**Засновник і видавець:** Вінницький фінансово-економічний університет

**Адреса редакції:** вул. Пирогова 71а, кім. 301  
м. Вінниця, 21037, Україна

**Телефон/факс:** 8 (0432) 53-47-27, 50-55-51

---

Рекомендовано до друку Вченою радою  
Вінницького фінансово-економічного університету  
Протокол № 6 від 12 лютого 2018 року

---

Відповідальність за підбір та викладення фактів у підписаних статтях несуть самі автори. Висловлені у цих статтях думки можуть не співпадати з точкою зору редакційної колегії і не накладають на неї ніяких зобов'язань.

---

Формат 70x100x 1/16 Папір офсетний. Друк різнографічний.  
Ум. друк. арк. 9,9. Наклад 34 прим.  
Замовлення № 634

Віддруковано в друкарні ФОП Корзун Д.Ю.  
м. Вінниця, вул. 600-річчя, 21а.  
Тел.: (0432) 69-67-69, 52-82-78  
e-mail: [tvory2009@gmail.com](mailto:tvory2009@gmail.com)

Видавець ТОВ «Нілан-ЛТД»  
Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до  
Державного реєстру видавців, виготовлювачів і розповсюджувачів  
видавничої продукції серія ДК № 4299 від 11.04.2012 р.

© Вінницький фінансово-економічний університет

# Вінницький фінансово-економічний університет

Регіональна бізнес-економіка та управління

Науковий виробничо-  
практичний журнал

Зміст

№ 1(57),

Березень, 2018 рік

ВСТУП ..... 2

## Теорія та механізм регулювання регіональної економіки

Акулов М.Г., Ковтун О.В., Трачук І.М. Моделі просторово-траєкторного підходу у проектуванні мезологістичних інформаційних систем.....	3
Афонін А.С., Поліщук Н.В., Лісніцька Д.В. Проблеми та перспективи розвитку малого підприємництва в Україні.....	10
Боковець В.В. Стан та тенденції розвитку вітчизняних лікувально-оздоровчих послуг та їх місце на міжнародному ринку.....	19
Нікітіна А.В. Розвиток теоретичних основ процесу інвестування в умовах глобальної невизначеності та ризику.....	33
Череп О.Г., Лабенська Ю.Д. Інтелектуальна власність, як інструмент управління персоналом підприємств.....	40

## Форми організації бізнесу, менеджменту і виробництва

Вільчинська О.М., Бондар Ю.І. Інвестиційний потенціал регіону як основа піднесення економіки та добробуту (на прикладі Вінниччини).....	48
Ліман В.В. Перспективи використання технології блокчейн у фінансовій сфері.....	59
Сахно А.А., Заболотна Ю.О. Сутність та оцінка фінансового стану підприємств.....	69
Сахно А.А., Салькова І.Ю., Слободянюк А.О. Особливості оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємств.....	77

## Бізнес-економіка, фінанси, облік і аудит

Поліщук Н.В., Мотишен В.А. Оцінювання ролі кредитних операцій комерційних банків у забезпеченні потреб підприємств.....	87
Сахно А.А., Гуменюк О.В. Особливості діяльності органів регулювання природних монополій на ринку житлово-комунальних послуг.....	94
Тимрієнко І.Ю., Довбик Д.В. Соціальна відповідальність бізнесу: проблеми відображення в обліку та звітності.....	102
Тимрієнко І.Ю., Изоткова І.О. Виробниче устаткування, прийняте для монтажу: особливості здійснення аудиторської перевірки у будівельних організаціях.....	109
Тимрієнко І.Ю., Ладанюк Т.В. Особливості обліку розрахунків з використанням електронних грошей.....	116

## Управління бізнесом і соціальним прогресом у регіоні

Акулов М.Г., Бабич В.О. Парадигма моделювання соціально-економічних систем в умовах глобалізації.....	124
Гевчук А.В., Малярчук А.К., Кузь М.Ю. Ефективність контролю – запорука управління банківським капіталом щодо зменшення ризиків.....	134
Поліщук Н.В., Ціхановська В.М., Шевченко О.М. Маркетингова стратегія управління інноваційною діяльністю підприємств АПК.....	141
Реферати наукових статей журналу.....	153
До відома авторів.....	165



УДК 338.432:339.137.2:665.3

**Сахно А.А.,**

кандидат економічних наук, доцент  
Вінницький фінансово-економічний університет

**Салькова І.Ю.,**

кандидат економічних наук, доцент  
Вінницький Національний аграрний університет

**Слободянюк А.О.,**

студентка  
Вінницький фінансово-економічний університет

### **ОСОБЛИВОСТІ ОЦІНЮВАННЯ РІВНЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ**

*У статті досліджено особливості оцінювання рівня конкурентоспроможності промислових підприємств. Виявлено різноманітні підходи щодо оцінювання конкурентоспроможності та проведено аналіз найбільш розповсюджених методик. Розглянуті сильні та слабкі сторони при використанні методик оцінювання конкурентоспроможності підприємств.*

**Ключові слова:** конкуренція, конкурентоспроможність, методи оцінювання, показники оцінки, ефективність підприємства.

*In the article the features of evaluation of the level of competitiveness of industrial enterprises are investigated. Various approaches to the evaluation of competitiveness are revealed and the analysis of the most widely used methods is carried out. The strengths and weaknesses in using the methods of assessing the competitiveness of enterprises are considered.*

**Key words:** competition, competitiveness, evaluation methods, evaluation indicators, enterprise efficiency.

**Постановка проблеми у загальному вигляді.** Конкурентне становище підприємства на ринку визначається не лише його внутрішніми особливостями й умовами діяльності, але і середовищем конкуренції, фактори якого не завжди піддаються керуванню. Оцінка рівня конкурентоспроможності підприємства дасть змогу виявити його сильні та слабкі сторони, а також фактори, що впливають на ставлення покупців до підприємства і, як результат – на зміну його частки продажу на конкретному товарному ринку.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Питанням оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємств приділяли увагу наступні

## Форми організації бізнесу, менеджменту і виробництва

вітчизняні та закордонні дослідники, праці яких було використано при написанні статті: Ю.Г. Анискин, А.Е. Катаев, Дж.Б. Кларк, М.И. Круглов, И.В. Максимова, Р.Е. Мансуров, Н.К. Моисеева, В.Ф. Оберемчук, Р.И. Фатхудинов, С. Хамініч.

**Формулювання мети статті.** Мета роботи – здійснити аналіз особливостей оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємств та визначити слабкі та сильні сторони методології оцінювання.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** У світовій практиці застосовуються кілька підходів до оцінки конкурентоспроможності підприємства. На основі дослідження їх особливостей пропонується таке групування методів оцінки конкурентоспроможності:

1) ті, що базуються на теорії рівноваги підприємства та галузі А. Маршалла і теорії факторів виробництва;

2) засновані на теорії ефективної конкуренції, запропоновані Дж.М. Кларком;

3) ґрунтуються на взаємозв'язку рівня конкурентоспроможності підприємства із показниками якості продукції, що випускається;

4) структурні – рішення щодо дотримання тієї чи іншої позиції на ринку підприємство приймає, виходячи із рівня монополізації галузі;

5) функціональні, суть яких полягає у визначенні співвідношення витрат, цін, завантаження виробничих потужностей, обсягів випуску продукції, норм прибутку тощо;

6) оцінка конкурентоспроможності підприємства за характеристиками якості продукції («метод профілів»);

7) матричні методи оцінки конкурентоспроможності підприємств [4, с. 89-100; 5, с. 102-115; 2, с. 225-235; 7, с. 118; 3, с. 53-58; 6, с. 15-21].

Узагальнення концептуальних положень щодо оцінки конкурентоспроможності підприємств відображено в табл. 1.

Таблиця 1

### Наукові підходи до оцінки конкурентоспроможності підприємств

Підхід	Сутність	Ключові слова
Заснований на теорії рівноваги та теорії факторів виробництва	Підхід прийнятний лише в умовах досконалої конкуренції, критерієм конкурентоспроможності є наявність у підприємця таких факторів, які можуть бути використані з кращою, ніж у конкурентів, збутовою діяльністю	досконала конкуренція, стан рівноваги, фактори виробництва

## Форми організації бізнесу, менеджменту і виробництва

*Продовження табл. 1*

Заснований на теорії ефективної конкуренції	Розробка критерію для наявного рівня конкурентоспроможності підприємства, достатнього для підтримки ефективної господарської діяльності	ефективна конкуренція, рівень конкурентоспроможності
Заснований на порівнянні якості товару	Припускає порівняння товару, досліджуваного виробника з аналогічним товаром конкурентів	порівняння товару, конкурентоспроможність товару, якість продукції
Структурний	Рішення щодо дотримання тієї чи іншої позиції на ринку підприємство приймає, виходячи з рівня монополізації галузі	монополізації галузі, позиція на ринку
Функціональний	Полягає у порівнянні витрат, цін, завантаження виробничих потужностей, обсягів випуску продукції, норм прибутку тощо	ефективність виробничо-збутової діяльності, основний і оборотний капітал
«Метод профілів»	Полягає у визначенні критеріїв задоволення потреб споживачів відносно будь-якого продукту, а також у вимірності якісних характеристик продукту у порівнянні з характеристиками конкурентів	потреби споживачів, ідеальний продукт
Матричний	Теоретичною базою є концепція життєвого циклу товарів і технології	життєвий цикл товарів, технології
Середньозваженої величини показників конкурентоспроможності	Конкурентоспроможність визначається як середньозважена величина показників конкурентоспроможності товарів на конкретних ринках	ефективність діяльності, ефективність продажу та виробництва товару

*Джерело: власні дослідження.*

Проведені дослідження показали, що неокласична теорія А. Маршалла акцентує увагу на тому, що рівноважним розуміється такий стан, коли у підприємства не існує стимулу для переходу до іншого стану, тобто для зміни обсягів виробництва чи обсягів продажів. В умовах рівноваги кожен із

## **Форми організації бізнесу, менеджменту і виробництва**

---

факторів виробництва використовується з однаковою й одночасно найбільшою продуктивністю [4, с. 89-100; 5, с. 102-115].

Водночас, методи оцінки конкурентоспроможності підприємств, засновані на теорії рівності факторів виробництва, мають істотні обмеження. Зокрема, застосування її в сучасних умовах є неможливим з огляду на те, що теорія рівноваги виробника була розроблена для дослідження процесів розвитку галузі в умовах досконалої конкуренції, а також цей метод припускає, що підприємство в результаті свого розвитку повинно досягти стану рівноваги.

Окрему групу складають методи визначення конкурентоспроможності підприємства, засновані на теорії ефективної конкуренції Дж.М. Кларка. Дана теорія акцентує увагу лише на розробці критерію для наявного рівня конкурентоспроможності підприємства, достатнього для підтримки ефективної господарської діяльності. Прихильники такого підходу вважають, що при аналізі конкуренції на рівні галузі необхідно звертати увагу, насамперед, на суперництво підприємств, оскільки саме результат їх діяльності формує стан галузі [2, с. 225-235; 7, с. 118]. Проте, слід відмітити істотні недоліки такого підходу з огляду на необхідність прив'язки конкурентоспроможності підприємства до визначених тимчасових проміжків.

Об'єктивним є підхід до оцінки якості припускає порівняння товару, досліджуваного виробника з аналогічним товаром конкурента. За своєю суттю така методика оцінки близька до поняття «конкурентоспроможність товару», тому що припускає порівняння двох товарів за ступенем задоволення ними потреб покупця. Основною умовою підвищення конкурентоспроможності в межах такого підходу є ефективна діяльність в сфері технології продажу, якості товару і маркетингу.

Вбачається за доцільне розглянути структурний підхід, в основі якого є прийняття рішення щодо дотримання тієї чи іншої позиції на ринку. Таке рішення підприємство приймає, виходячи із рівня монополізації галузі, тобто концентрації виробництва і капіталу, бар'єрів для нових підприємств, що вступають до галузевого ринку. До основних перешкод на шляху нових конкурентів зазвичай належать: економічність великомасштабного виробництва, ступінь диференціації продукції, абсолютна перевага у витратах в існуючих підприємств, розмір капіталу, необхідний для організації ефективного виробництва [7, с. 55-59, 10, с. 398-405].

Більш повно оцінити конкурентоспроможність підприємств дає змогу функціональний підхід, який полягає у визначенні співвідношення витрат,

ціни, завантаження виробничих потужностей, обсягів випуску продукції, норм прибутку тощо. Відповідно до цього підходу конкурентоспроможними є ті підприємства, де краще організовано виробництво й збут товару, ефективне керування фінансами. Перевагою функціонального підходу є використання тих груп показників, які дають змогу оцінити фінансово-господарську діяльність підприємства. Даний підхід також має і недоліки, зокрема, при оцінці конкурентоспроможності підприємства він не враховує імідж підприємства та його потенціал.

Підхід до оцінювання конкурентоспроможності підприємства за допомогою «методу профілів» включає три етапи. На першому етапі досліджується, який ринок (чи ринки) існують для даного продукту і які вимоги ринків. На другому етапі для кожного ринку необхідно встановити, наскільки задовольняються його вимоги конкуруючими на ньому товарами в порівнянні з ідеальним продуктом, що хотів би мати споживач. На останньому етапі аналізується робота збутового підрозділу підприємства, порівнюючи його з аналогічними підрозділами конкурентів. Визначається тривалість (час) збуту і вивчаються можливості її зниження [7, с. 134].

Однак, цей підхід не є універсальним, оскільки споживачів цікавить не лише якість, але й ціна продукції. Даний метод володіє наочністю оцінки, що дає змогу вивчати сегменти ринку, оцінити можливість зміни рентабельності виробництва й збуту з урахуванням вимог ринку, проводити аналіз збутової мережі. При його використанні уможливується виявлення критеріїв, що визначають потреби споживачів. Оцінка можливостей підприємств за цими факторами дозволяє побудувати багатокутник конкурентоспроможності, який полегшує аналіз рівня конкурентоспроможності декількох олійно-жирових підприємств за певними групами факторів. Підприємства, використовуючи цей метод, можуть виявити слабкі та сильні сторони одного підприємства відносно іншого і провести порівняльний аналіз конкурентів. На основі такого аналізу можливе впровадження заходів щодо зміцнення стійких конкурентних переваг та ліквідації слабких місць.

Особливий інтерес становлять матричні методи оцінки конкурентоспроможності підприємства, засновані на розгляді процесів конкуренції в динаміці, що дозволяють провести при наявності достовірної інформації якісний аналіз конкурентних позицій, будучи при цьому наочними й простими в розрахунках. Ці методи дозволяють успішно визначати положення товару на ринку й перспективи його розвитку відповідно до його життєвого циклу. На відміну від інших, показують положення декількох конкурентів і надають інформацію про їх можливості. Дослідженнями



## Форми організації бізнесу, менеджменту і виробництва

встановлено, що їх застосування є ефективним у поєднанні з іншими, більш точними розрахунками, ілюстрацією до яких вони є. Матричні форми уявлення та аналізу інформації не є специфічним інструментом системного аналізу, проте широко застосовуються на різних його етапах як допоміжний засіб. Матриця – не тільки наочна форма представлення інформації, але і форма, що розкриває внутрішні зв'язки між елементами, допомагає з'ясувати і проаналізувати непроаналізовані частини. При цьому, матриця – простий спосіб представлення альтернатив, що показує відношення між кожним параметром і кожним рівнем розвитку системи [3, с. 53-58; 6, с. 15-21].

Для олійно-жирових підприємств зазначені методи дозволяють успішно визначати положення товару на ринку й перспективи його розвитку відповідно до його життєвого циклу. Водночас, на відміну від інших, ці методи показують положення декількох конкурентів і дають змогу визначити їх можливості.

У працях Н.К. Моїсєєвої пропонується визначити рівень конкурентоспроможності виробника за допомогою показника ефективності діяльності, до якого входять показники рентабельності (продажів, активів, основного капіталу, власного капіталу), обсягу продажів (продуктивність, оборотність за видами капіталу, активів, матеріальних запасів) [6, с. 15-28]. Недоліком методики вбачається відсутність визначення індексу конкурентоспроможності товарної маси та індексу відносної ефективності. Згідно з методикою рівень конкурентоспроможності виробника пропонується визначати за формулою:

$$Kn = Jm \cdot Jэ \quad (1)$$

де  $Kn$  – загальний показник конкурентоспроможності виробника;

$Jm$  – індекс конкурентоспроможності товарної маси;

$Jэ$  – індекс відносної ефективності.

М. І. Круглов пропонує методику розрахунку індексу конкурентоспроможності товарної маси та індексу відносної ефективності:

$$Jm = \sum_{i=1}^p \beta_j \cdot \frac{n_{i1} \cdot k_{i1} \cdot a_{i1}}{n_{i1T} \cdot k_{i1T} \cdot a_{i1}} \quad (2)$$

де  $p$  – кількість видів виробленого товару ( $i = 1, 2, \dots, p$ );

$n_j, n_{jT}$  – кількість товару  $j$ -го виду, пропонованого на ринку відповідно конкуруючим виробником та досліджуваним підприємством;

$\beta_j$  – коефіцієнт значимості  $j$ -го товару в конкуренції на ринку.

$$\sum_{i=1}^p \beta = 1,0$$

## Форми організації бізнесу, менеджменту і виробництва

$k_J, k_{JT}$  – комплексні показники якості конкуруючих товарів даного і базового року, з якими ведеться порівняння;

$a_J, a_{JT}$  – витрати на придбання і використання цих товарів за життєвий цикл.

Індекс відносної ефективності організації виробника розраховується за аналогічною формулою:

$$J_{\beta} = \sum_{J_i}^k J_i \cdot \frac{E_J}{E_{JT}} \quad (3)$$

де  $k$  – кількість показників ефективності виробництва;

$J_i$  – коефіцієнт значимості показника ефективності, визначеної так, як і  $\beta$ ;

$E_J, E_{JT}$  – показники ефективності даної організації і організації-конкурента (наприклад, продуктивність праці, коефіцієнти віддачі основного й оборотного капіталів, рентабельність продукції, коефіцієнт фінансової стійкості) [3, с. 53-55].

Слід відзначити ґрунтовні дослідження щодо оцінювання конкурентоспроможності підприємств Р.А. Фатхутдінова, який пропонує метод, в основі якого лежить оцінка ефективності діяльності всіх підрозділів підприємства, зокрема оцінка ефективності менеджменту підприємства, ефективності маркетингової, фінансової діяльності та конкурентоспроможності товару. Кожен критерій оцінки має свою питому вагу, структура критеріїв та відповідних їм показників формується для кожного окремого підприємства з урахуванням даних про загальний стан рику, потреб споживачів, інформації про конкурентів тощо. Запропонований показник конкурентоспроможності має такий вигляд:

$$K_{\text{підприємства}} = 0,15 \text{ ЧЕО} + 0,29 \text{ ЧФО} + 0,23 \text{ ЧЕЗ} + 0,33 \text{ ЧКТ} \quad (4)$$

де  $ЕО$  – узагальнюючий показник ефективності виробничої діяльності;

$ФО$  – узагальнюючий показник, що характеризує фінансове становище організації;

$ЕЗ$  – узагальнюючий показник, що відображає ефективність організації збуту та просування товару;

$КТ$  – узагальнюючий показник, що демонструє конкурентоспроможність товару [8, с. 134-142].

Зазначена методика базується на врахуванні вагомості певних груп показників та може бути застосована для оцінки конкурентоспроможності промислових підприємств. Однак, отримання показників вагомості потребує

## Форми організації бізнесу, менеджменту і виробництва

певного уточнення, в протилежному випадку – кінцеві результати оцінки можуть бути недостовірними.

У інших працях Фатхутдінов Р.А. пропонує визначати конкурентоспроможність як середньозважену величину показників конкурентоспроможності товарів на конкретному ринку, аналізувати ефективність діяльності організації, виходячи з конкурентоспроможності й ефективності кожного товару на конкретному ринку, окремо визначати показник стійкості функціонування організації, прогнозувати перераховані показники мінімум на п'ять років. Конкурентоспроможність підприємства ( $K_{np}$ ) автор пропонує визначати в статичній і динамічній. У статичній конкурентоспроможність визначається з урахуванням вагомості товарів і ринків, на яких вони реалізуються, за формулою:

$$K_{np} = \sum_{i=1}^n a_i * b_i * K_{ij} \rightarrow 1 \quad (5)$$

де  $a_i$  – питома вага  $i$ -го товару в обсязі продажів за аналізований

період, частки одиниці,  $i = 1, 2, \dots, n$ ,  $\sum_{i=1}^n a_i = 1$ ;

$b_j$  – показник значимості  $j$ -го ринку, на якому представлений товар підприємства. Для промислово розвинутих країн (США, Японія, країни Євросоюзу, Канада та ін.) значимість ринку рекомендується приймати рівною 1,0, для інших країн – 0,7, для внутрішнього ринку – 0,5;

$k_{ij}$  – конкурентоспроможність  $i$ -го товару на  $j$ -му ринку [9, с. 125-130].

Питома вага  $i$ -го товару підприємства в обсязі продажів визначається за формулою:

$$a_i = \frac{V_i}{V} \quad (6)$$

де  $V_i$  – обсяг продажів  $i$ -го товару за аналізований період, млн. у. о.;

$V$  – загальний обсяг продажів підприємства за той же період, млн. у. о.

Вважаємо, що методики оцінки конкурентоспроможності підприємств, запропоновані Р.А. Фатхутдіновим, є досить актуальними, однак недоліком є складність отримання достовірної інформації за кожним показником групи.

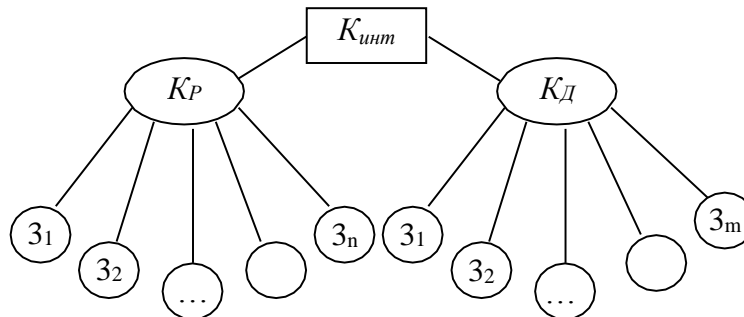
Оцінка конкурентоспроможності за допомогою інтегрованого показника, пропонована О.Є. Катаєвим, поєднує оцінку динамічності й стабільності внутрішнього середовища підприємства, а також потенціал його конкурентних переваг на галузевому ринку. Інтегрований показник відслідковує в комплексі ефективність і динамічність розвитку підприємства та наявність конкурентних переваг на ринку і визначається за формулою:

$$K_{\text{инт}} = K_P \times K_D \quad (7)$$

де  $K_P$  – комплексна оцінка конкурентних переваг підприємства на галузевому ринку;

$K_D$  – комплексна оцінка динамічності й стабільності розвитку підприємства [1, с. 14].

Даний підхід відображає різні аспекти діяльності підприємства, стратегічного управління організацією та параметри впливу на інтегрований показник. Модель інтегрованої оцінки конкурентоспроможності підприємства зображено на рис. 1.



**Рис. 1. Модель інтегрованої оцінки конкурентоспроможності підприємства**

Джерело: [1, с. 14].

$K_{\text{инт}}$  – інтегрований рівень оцінки конкурентоспроможності підприємства

$K_P$  – комплексна оцінка конкурентних переваг підприємства на галузевому ринку

$K_D$  – комплексна оцінка динамічності внутрішнього розвитку підприємства

$z$  – частки складових оцінок

$p$  – число оцінок конкурентних переваг у підприємства на галузевому ринку

$m$  – число оцінок динамічності внутрішнього розвитку підприємства

**Висновки.** Ми вважаємо найбільш раціональним підхід до проблеми оцінювання конкурентоспроможності С. Хамініч [11, с. 59-61]. Він базується на тому, що показнику конкурентоспроможності притаманні такі властивості, як порівнянність (показник виявляється за умов порівняння одного об'єкта з іншим) та динамічність (показник не може розглядатись як довгострокова характеристика, незалежно від ефективності діяльності підприємства). Автором запропоновано визначення інтегрального показника

конкурентоспроможності за такими критеріями: показники ефективності виробничої діяльності, фінансове становище організації, ефективність збуту та просування товару, конкурентоспроможність товару. Найбільше у даній методиці приділено уваги групі показників, що характеризують конкурентоспроможність товару. Запропонована методика є актуальною, водночас не враховує імідж підприємства на ринку і більше підходить для оцінки підприємств промисловості, що працюють на ринку в однаковий період і в однакових умовах.

### Список використаних джерел та літератури:

1. Катаев А.Е. Совершенствование оценки и управления конкурентоспособностью предприятия: автореф. дис. На здобуття ступеня канд. екон. наук: 08.00.05 / А.Е. Катаев; СПГУТД. – С-Пб., 2006. – 19 с.
2. Кларк Дж.Б. Распределение богатства / пер. с англ.: Д. Страшунского, А. Бесчинского; под ред. Л.П. Куракова. – М.: Гелиос АРВ, 2000. – 368 с.
3. Круглов М.И. Стратегическое управление компанией: уч. для вузов / М.И. Круглов. – М.: Русская деловая литература, 1998. – 312 с.
4. Максимова И.В. Оценка конкурентоспособности промышленного предприятия / И.В. Максимова // Маркетинг. – 1996. – № 3. – С. 33-39.
5. Мансуров Р.Е. Об экономической сущности понятий «конкурентоспособность предприятия» и «управление конкурентоспособностью предприятия» / Р.Е. Мансуров // Маркетинг в России и за рубежом. – 2006. – № 2. – С. 91-94.
6. Моисеева Н.К. Современное предприятие: маркетинг, конкурентоспособность, обновление / Н.К. Моисеева, Ю.Г. Анискин. – М.: Впешторгиздат, 1993. – 222 с.
7. Оберемчук В.Ф. Стратегія підприємства: короткий курс лекцій / В.Ф. Оберемчук. – К.: МАУП, 2000. – 128 с.
8. Фатхудинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление / Р.А. Фатхудинов. – М.: ИНФРА. – 2000. – 312 с.
9. Фатхудинов Р.А. Менеджмент конкурентоспособности товаров / Р.А. Фатхудинов. – Москва: АО «Бизнес-школа», «Интел-синтез», 1995. – 760 с.
10. Фатхудинов Р.А. Стратегический маркетинг / Р.А. Фатхудинов. – 2-е изд. – СПб: изд-во «Питер», 2002. – 448 с.
11. Хамініч С. Методика інтегральної оцінки рівня конкурентоспроможності промислового підприємства / С. Хамініч // Економіст. – 2006. – № 10. – С. 59-61.

### ОСОБЛИВОСТІ ОЦІНЮВАННЯ РІВНЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Метою статті є проведення оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємств.

Методи: у процесі дослідження використано методи наукового опису та порівнянь щодо проведення процесу оцінювання рівня конкуренто-спроможності підприємств.

Результати: погоджено з підходом щодо використання інтегрального показника конкурентоспроможності за такими критеріями: показники ефективності виробничої діяльності, фінансове становище організації, ефективність збуту та просування товару, конкурентоспроможність товару. Найбільше у даній методиці приділено уваги групі показників, що характеризують конкурентоспроможність товару. Запропонована методика є актуальною, водночас не враховує імідж підприємства на ринку і більше підходить для оцінки підприємств промисловості, що працюють на ринку в однаковий період і в однакових умовах.

Практичне значення одержаних результатів: Конкурентне становище підприємства на ринку визначається не лише його внутрішніми особливостями й умовами діяльності, але і середовищем конкуренції, фактори якого не завжди піддаються керуванню. Оцінка рівня конкурентоспроможності підприємства дасть змогу виявити його сильні та слабкі сторони, а також фактори, що впливають на ставлення покупців до підприємства і, як результат – на зміну його частки продажу на конкретному товарному ринку.

**Ключові слова:** конкуренція, конкурентоспроможність, методи оцінювання, показники оцінки, ефективність підприємства.

### FEATURES OF EVALUATION OF COMPETITIVENESS LEVEL OF ENTERPRISES

The purpose of the article is to assess the level of competitiveness of enterprises.

Methods: in the course of the research, methods of scientific description and comparisons concerning the process of assessing the level of competitiveness of enterprises have been used.

Results: agreed with the approach to use the integral indicator of competitiveness by the following criteria: indicators of the efficiency of production activities, the financial position of the organization, the effectiveness of sales and promotion of goods, the competitiveness of the product. In this method, the most attention is paid to the group of indicators characterizing the competitiveness of the product. The proposed methodology is relevant, at the same time, does not take into account the image of the enterprise in the market and is more suitable for the estimation of the industrial enterprises operating in the market in the same period and under the same conditions.

The practical significance of the results: The competitive position of the enterprise in the market is determined not only by its internal features and conditions of activity, but also by a competitive environment whose factors are not always manageable. Assessing the level of competitiveness of an enterprise will reveal its strengths and weaknesses, as well as factors affecting the attitude of buyers to the company, and as a result - to change its share of sales on a specific commodity market.

**Key words:** competition, competitiveness, evaluation methods, evaluation indicators, enterprise efficiency.