

Студент 6 курсу  
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

## АНАЛІЗ СУЧАСНИХ МЕТОДИК ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ

*Анотація. Розглянуто і проаналізовано існуючі методики оцінки конкурентоспроможності продукції. Проведено оцінку рівня конкурентоспроможності продукції ТОВ "ХЗ ПТО" за допомогою методики на основі розрахунку інтегрального показника.*

*Аннотация. Рассмотрены и проанализированы существующие методики оценки конкурентоспособности продукции. Проведена оценка уровня конкурентоспособности продукции ООО "ХЗ ПТО" с помощью методики, основанной на расчете интегрального показателя.*

*Annotation. The article reviewed and analyzed the existing methodology for assessing the competitiveness of enterprises. An assessment of the competitiveness of products of "PTO HZ" using a procedure based on the calculation of integral index has been made.*

*Ключові слова: конкурентоспроможність продукції, оцінка, методика, інтегральний показник.*

Однією із важливих характеристик підприємства в умовах інтеграції нашої країни до СОТ визнається показник рівня конкурентоспроможності підприємств машинобудування як найбільш перспективної галузі економіки України. Підвищення конкурентоспроможності машинобудівної продукції та створення нових конкурентоспроможних виробів зумовлюється формуванням множини економічних, організаційних і технічних рішень упродовж усього складного виробничого процесу. На сьогоднішній день проблема якості та конкурентоспроможності стає ключовою для підприємства, що, в свою чергу, сприяє очевидному зростанню інтересу до стратегічних питань бізнесу і проблем якості, а також до підходів і методів їх вирішення, виявляючись у різних формах.

Вивчення спеціальної економічної літератури як зарубіжних, так і вітчизняних авторів, показує, що досліджуваному питанню приділяється значна увага. Процес здійснення оцінки КСП є досить проблематичним, адже існує ціла низка різноманітних методик. Цій проблемі присвячені праці вітчизняних та зарубіжних науковців, таких, як: М. Портер, Маконнел К. Р., І. Ансофф, Фатхутдинов Р. А., Клименко С. М., Ю. Иванов, Шершньова З. Є., Ліфіць І. М., А. Шпаганко та ін. Проте актуальність та складність цієї проблеми викликає науковий інтерес та сприяє здійсненню нових досліджень у даному напрямі.

Метою дослідження є здійснення аналізу сучасних методик щодо оцінки рівня конкурентоспроможності продукції, а також наведення прикладу застосування методики на українському підприємстві машинобудівної галузі.

Особливості прояву конкуренції в машинобудівній галузі досліджуються недостатньою мірою, відсутня загальноприйнята методика оцінки конкурентоспроможності як промислового виробництва в цілому, так і різних його об'єктів. Вивчення конкурентоспроможності продукції і товарів інтегрується в конкурентоспроможність підприємства-виробника, тобто його здатність зберігати і розширювати ринки збуту за рахунок цілеспрямованої діяльності як відносно якісних характеристик продукції, так і відносно виробників-конкурентів.

Аналіз економічної літератури показав, що існує безліч варіантів визначення поняття "конкурентоспроможність продукції". Клименко С. М. конкурентоспроможність продукції визначає як властивість (сукупність властивостей) товару та його сервісу, яка характеризується ступенем реального або потенційного задоволення ним конкретної потреби, порівняно з аналогічними товарами, представленими на цьому ринку [1]. Шершньова З. Є. за конкурентоспроможність продукції приймає ступінь її відповідності на певний момент вимогам цільових груп споживачів або обраного ринку за найважливішими характеристиками: технічними, економічними, екологічними тощо [2]. Бурда А. Г. вважає, що конкурентоспроможність продукції – це комплекс споживчих і вартісних (цінових) характеристик товару, як і його успіх на ринку, тобто перевагу саме цього товару над іншими в умовах широкої пропозиції конкуруючих товарів-аналогів [3].

Проаналізувавши визначення даного поняття необхідно зазначити, що більшість авторів схиляються до думки, що конкурентоспроможність продукції – це певні властивості, якими повинна бути наділена продукція для того, щоб займати необхідну частку ринку та виступати на рівні з присутніми там товарами-конкурентами. На думку автора, під конкурентоспроможністю слід розуміти комплексну характеристику продукції, якою повинна бути наділена продукція для задоволення потреби певної ринкової ніші, а також відповідати вимогам якості усіх наявних груп споживачів.

Для проведення оцінювання конкурентоспроможності продукції як досить складного та трудомісткого процесу, необхідно провести аналіз існуючих методик з даного питання. Проаналізувавши результати наукових досліджень, зроблених у цьому напрямі, для систематизації матеріалів щодо оцінювання конкурентоспроможності продукції, автором було сформовано таблицю, в якій узагальнені існуючі методики оцінки конкурентоспроможності продукції (табл. 1).

Таблиця 1

Методики	Інструментарій	Система показників
Методика оцінки конкурентоспроможності товарів на основі їх рейтингу [4]	Рейтинговий метод	1. Рейтинг і-го товару. 2. Відносний показник якості товару
Методика оцінки конкурентоспроможності товарів за обсягом продажу [5]	Розрахунково-аналітичний метод	1. Питома вага і-го товару в обсязі продажу, за період, який аналізують (цей показник розраховують за формулою). 2. Показник значущості ринку, на якому представлено товар підприємства
Методика оцінки конкурентоспроможності продукції за системою 11111-55555 [6]	Експертні, статистичні, розрахункові методи	1. Якість товару. 2. Ціна товару. 3. Якість сервісу товару на конкретному ринку. 4. Експлуатаційні витрати на використання товару
Методика оцінки КС продукції на основі розрахунку інтегрального показника [7]	Розрахунково-аналітичний метод	1. Індекс технічних параметрів (індекс якості). 2. I <sub>еп</sub> – індекс економічних параметрів (індекс цін)
Методика кількісної оцінки конкурентоспроможності однопараметричних об'єктів [6]	Експертний, експериментальний, параметричний	1. Ефективність об'єкта. 2. Корисний ефект об'єкта. 3. Сукупні витрати
Методика оцінки на основі відповідності продукції встановленим нормам [1]	Диференціальний, нормативний	Одиничний параметричний показник конкурентоспроможності
Методика аналізу конкурентоспроможності продукції на основі її корисності [5]	Інтегральний, диференціальний	Сукупність технологічних параметрів

Підбиваючи підсумок аналізу відомих з літературних джерел методик оцінки конкурентоспроможності продукції, слід відзначити, що всі вони мають ті або інші недоліки та переваги. Використання кожної з них є цілком доречним у певних умовах на відповідних етапах життєвого циклу товару. Питання про переваги тієї або іншої групи, на думку автора, є дискусійним. Уявляється, що відповідь на нього повинна здійснюватися на основі співставлення недоліків та переваг конкретної методики відповідно до цілей дослідження.

Для проведення аналізу конкурентоспроможності продукції ТОВ "ХЗ ПТО" використано методику оцінки КС продукції на основі розрахунку інтегрального показника. Дана методика проектування та оцінювання конкурентоспроможності продукції заснована на використанні експертних, розрахункових, статистичних методів і її кінцевою метою є побудова інтегрального показника конкурентоспроможності продукції.

Продукція, обрана для оцінки, – кран мостовий двобалочний, загального призначення.

Для того щоб оцінити конкурентоспроможність даної продукції необхідно порівняти величину крана з аналогічним виробом підприємства-конкурента, який буде прийнято за еталон. Для цього доцільніше сконструювати умовний базовий зразок, який включає в себе кращі величини показників якості. За базовий приймається зразок, який за своїми споживчими властивостям відповідає кращим зразкам вітчизняного виробництва.

Першим етапом методики є розрахунок технічного параметра, тобто індексу якості продукції, для розрахунку якого необхідно провести обґрунтований вибір одиничних показників даного параметра. Також важливо встановити вагомість кожного показника в сукупності показників, прийнятих для оцінки рівня конкурентоспроможності, тобто визначити коефіцієнт вагомості. Сума коефіцієнтів вагомості властивостей одного рівня має бути величиною постійною. В цій методиці оцінки рівня якості сума коефіцієнтів вагомості приймається рівною одиниці. Вибір одиничних показників та присвоєння ними рівня вагомості є відповідальним етапом, оскільки завищення їх значень відносно фактичних, веде до зниження конкурентоспроможності, і навпаки.

Проаналізувавши результати наукових досліджень, зроблених у цьому напрямі, автором були запропоновані такі одиничні показники та їх вагові коефіцієнти (табл. 2).

Таблиця 2

**Одиничні показники технологічного параметра та їх вагові коефіцієнти**

Умове позначення	Назва параметра	Ваговий коефіцієнт
q1	Призначення продукції	0,15
q2	Надійність продукції	0,18
q3	Екологічність та безпека продукції	0,15
q4	Транспортувальність продукції	0,1
q5	Ергономічність продукції	0,03
q6	Технологічність продукції	0,2
q7	Стандартизація продукції	0,1
q8	Патентно-правова характеристика	0,09

Далі було проведено експертне опитування серед спеціалістів у даній галузі. Результати анкетування учасників експерименту подані в табл. 3.

Таблиця 3

**Результати експертної оцінки показників технологічного параметра**

Експерти	q1	q2	q3	q4	q5	q6	q7	q8
№ 1	4	4	3	3	4	4	5	3
№ 2	3	5	4	3	4	4	4	4
№ 3	2	4	3	3	3	3	4	3
Сума балів	9	13	10	6	11	11	13	10
Макс. сума балів	15	15	15	15	15	15	15	15

Розрахунок індексу технічних параметрів:

$$I_{\text{пт}}=0,6 \times 0,15 + 0,87 \times 0,18 + 0,67 \times 0,15 + 0,4 \times 0,1 + 0,73 \times 0,03 + 0,73 \times 0,2 + 0,87 \times 0,1 + 0,67 \times 0,09 = 0,71.$$

Наступним етапом є розрахунок індексу економічного параметра. Інформація для розрахунку наведена в табл. 4.

$$I_{\text{еп}} = 10000/13000 = 0,77.$$

Таблиця 4

**Інформація для розрахунку економічного параметра**

Показник	Оцінювана продукція	Базова продукція
Ціна продажу	8500	10000
Сумарні витрати споживання	1500	3000
Ціна споживання	10000	13000

Розрахунок інтегрального показника конкурентоспроможності продукції крана мостового двобалочного загального призначення здійснюється таким способом:

$$K_{\text{нт}} = 0,71/0,77 = 0,92.$$

У результаті проведеного розрахунку методики на основі використання інтегрального показника необхідно зазначити, що рівень конкурентоспроможності оцінюваної продукції є нижчим, ніж у базового зразка продукції. Це обумовлено тим, що за базовий варіант було обрано еталон, тобто ідеальний зразок продукції.

Розглянуті комплексні методи оцінки конкурентоспроможності товарів хоч і різняться між собою певним чином, проте всі вони передбачають порівняння параметрів товару, що аналізується, і товару-конкурента, з рівнем, заданим потребами споживачів, також порівняння отриманих показників з метою їх оцінювання, і в разі необхідності, підвищення рівня конкурентоспроможності продукції до еталонного. Однак для визначення конкурентоспроможності товару недостатньо просто порівняти його якості з якість товарів-конкурентів, необхідно додатково вивчити поведінку споживачів та їх реакцію на товар.

*Наук. керівн. Полтавська Є. О.*

**Література:** 1. Управління конкурентоспроможністю підприємства : навч. посібн. / С. М. Клименко, Д. О. Дуброва, Т. В. Барабась та ін. – К. : КНЕУ, 2006. – 527 с. 2. Шершньова З. Є. Підручник / З. Є. Шершньова. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К. : КНЕУ, 2004. – 699 с. 3. Бурда А. Г. Рейтинговая оценка конкурентоспособности предприятий / А. Г. Бурда, В. В. Кочетов. – М., 2003. 4. Новосадов С. Повышение конкурентоспособности предприятий текстильной промышленности / С. Новосадов // Маркетинг. – 2007. – № 4. – С. 102–110. 5. Шпаганко А. Про сутність поняття "стратегічна конкурентоспроможність" / А. Шпаганко // Економіка України. – 2007. – № 6. – С. 45–49. 6. Фатхутдинов Р. А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление. Серия "Высшее образование" / Р. А. Фатхутдинов. – М. : ИНФРА-М, 2000. – 312 с. 7. Лифиц И. М. Теория и практика оценки конкурентоспособности товаров и услуг / И. М. Лифиц. – М. : Юрайт-М, 2001. – 224 с. 8. Кобиляцький Л. С. Управління конкурентоспроможністю : навч. посібн. / Л. С. Кобиляцький. – К. : Зовнішня торгівля, 2003. – 304 с.