

2015. - №4. – С. 52-55

1. Beztelesna L.I., Yurchik GM Reigning regulyuvannya zaynyatosti: Pidruchnik. - Rivne: NUVGP, 2006. - 201 p.

2. Zhevakina NV Vznachennya sutnosti ponyattya bezrobittya in sotsialnomu zabezpechenni / NV Zhevakina // News of Lugansk natsionalnogo universitetu imeni Taras Shevchenko. - 2012. - № 16. - S. 5-12.

3. About zaynyatist population: the Law of Ukraine od 05.07.2012 p. № 5067-VI. // Vidomosti Verkhovna Rada. - 2013. - № 24. - article 243.

4. randomness bulletin "Rinok pratsi Ukraine in 2015 rotsi". [Electron resource]. - Access mode: [http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat\\_u/2016/dop/04/Dop\\_rp15w.zip](http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2016/dop/04/Dop_rp15w.zip)

5. LG Yarov Analiz rivnya bezrobittya in Ukraine is the yogo napryamki podolannya // Globalni that natsionalni problemi Economy. - 2015. - №4. - S. 52-55.

*Рецензент: Колодинський С.Б. д.е.н., доцент кафедри економіки та планування бізнесу Одеського національного економічного університету*  
28.10.2016

УДК 331.56(477)

*Кузнєцова Інна, Артемова Олександра*

## **ОЦІНЮВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА**

У статті розглянуто проблеми конкурентоспроможності промислових підприємств. Наведено існуючі кількісні методи оцінки конкурентоспроможності та зроблено висновок щодо відсутності якісної оцінки. Знайдено рішення щодо подолання проблеми шляхом застосування методу оцінювання конкурентоспроможності промислового підприємства на підставі здобутків теорії нечіткої логіки на прикладі цементної галузі. Доведено, що такий метод оцінки

має свої позитивні сторони та зручний у використанні. Визначено складові конкурентоспроможності підприємства цементної галузі. Встановлено взаємозв'язок між ними. Побудовано граф логічного виводу оцінки конкурентоспроможності цементного підприємства. Запропоновано модель з використанням теорії нечіткої логіки. Обґрунтовано правильність вибору показників, які використані для аналізу конкурентоспроможності продукції та підприємства окремо та в цілому. Проаналізовано корисність методу оцінки конкурентоспроможності на промислових підприємствах та шляхи підвищення ефективності діяльності підприємств.

**Ключові слова:** управління конкурентоспроможністю, теорія нечіткої логіки, методи оцінки конкурентоспроможності, дерево логічного виводу.

*Кузнецова Інна, Артемова Александра*

## **ОЦЕНИВАНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ**

В статье рассмотрены проблемы конкурентоспособности промышленных предприятий. Приведены существующие количественные методы оценки конкурентоспособности и сделан вывод об отсутствии качественной оценки. Найдено решение по преодолению проблемы путем применения метода оценки конкурентоспособности промышленного предприятия на основании достижений теории нечеткой логики на примере цементной отрасли. Доказано, что такой метод оценки имеет свои положительные стороны и удобен в использовании. Определены составляющие конкурентоспособности предприятия цементной отрасли. Установлена взаимосвязь между ними. Построено граф логического вывода оценки конкурентоспособности цементного предприятия. Предложена модель с использованием теории нечеткой логики. Обоснованно правильность выбора показателей, которые использованы при анализе конкурентоспособности продукции и предприятия в отдельности и в целом. Проанализированы полезность метода оценки конкурентоспособности на промышленных предприятиях и пути повышения эффективности деятельности предприятий.

**Ключевые слова:** управление конкурентоспособностью, теория нечеткой логики, методы оценки конкурентоспособности, дерево логического вывода.

*Kuznetsova Innf, Artemova A.*

## EVALUATION INDUSTRIAL COMPETITIVENESS

The article deals with the problem of competitiveness of industrial enterprises. Presents the existing quantitative methods for assessing competitiveness and concluded that no qualitative evaluation. Found a solution to overcome the problem by applying the method for assessing the competitiveness of industrial enterprise based on the achievements of the theory of fuzzy logic on the example of the cement industry. Proved that such an evaluation method has its advantages and easy to use. Identified components enterprise competitiveness of the cement industry. Established the interrelation between them. Built graph inference assessing the competitiveness of the cement plant. Used a model of fuzzy logic theory. Reasonably correct selection of indicators, which used in the analysis of the competitiveness of products and enterprises individually and as a whole. Analyzed the usefulness of the method of evaluating the competitiveness of industrial enterprises and ways to improve the efficiency of enterprises.

**Keywords:** competitiveness management, theory of fuzzy logic, methods for assessing competitiveness, the inference tree.

**Постановка проблеми у загальному вигляді.** Важливою умовою існування сучасного підприємства на ринку є його конкурентоспроможність. Вона не є іманентною, тобто внутрішньо існуючою властивістю підприємства, а визначається результатом використання певних конкурентних переваг. Тому виникає необхідність оцінювання її рівня. Оскільки конкурентоспроможність є відносною характеристикою організації, тобто визначає здатність витримувати конкуренцію й бути успішною на ринку у порівнянні з аналогічними суб'єктами господарювання, то дістало розповсюдження оцінювання її за допомогою порівняння найбільш суттєвих показників діяльності підприємств-конкурентів.

**Аналіз досліджень і публікацій.** Існує значна кількість опублікованих робіт, присвячених вивченню окремих сторін процесу формування та забезпечення конкурентоспроможності підприємств, адже проблема конкурентоспроможності привернула увагу дослідників дуже давно.

Вивченням і висвітленням різних аспектів конкурентоспроможності займалися такі вчені, як Базилевич А., Дідківська Л., Ігнатюк А., Єрмолов М., Портер М. Організаційно-економічні аспекти забезпечення конкурентоспроможності підприємств знайшли своє відображення в роботах: Азоев Г.Л., Котлера Ф., Лібернікеля В., Скобелева І.П., Фаминского І.П., Юданова А.Ю. та ін. Питання оцінки конкурентоспроможності та потенціалу підприємств розглянуті в роботах Винокурова В.А., Козлова В.К., Млотов Е., Степанова А.Я., Фатхутдінова Р.А., Шеремета М.В. і ін. У цих роботах досить докладно розглядається методологія формування конкурентоспроможності компанії. Свій внесок у вирішення проблеми оцінки конкурентоспроможності зробили і такі вчені, як Ахматова М.В., Багійев Г.Л., Глухів А.В., Голубков Є.П., Зав'ялов П.С., Захаров А.Н., Кулібанов В.В., Федорович В.А., Черняк В.З., Чубинський А.Н. і ін., які розробляли теоретичні та методичні аспекти оцінки конкурентоспроможності підприємства.

Як зрозуміло з вищенаведеного, управління конкурентоспроможністю вивчається багатьма науковцями, але й досі ці питання залишаються дискусійними. За результатами аналізу оцінювання конкурентоспроможності, можна стверджувати, що існує неузгодженість вчених щодо виділення показників при оцінці чи групування критеріїв. Так, якщо одні фахівці намагаються застосовувати методики з обмеженою кількістю показників, намагаючись мінімізувати таким чином витрати часу з пошуку і обробки аналітичної інформації, то інші вчені, навпаки, тяжіють до розробки комплексних методик оцінки, побудованих на громіздких аналітичних розрахунках і з застосуванням значної кількості оціночних показників.

Отже, різні автори висловлюють неузгоджені думки щодо формування системи показників для оцінки конкурентоспроможності підприємства і пропонують, відповідно, і різні підходи до їх узагальнення.

**Невирішена частина загальної проблеми.** З аналізу наукових досліджень видно, що конкурентоспроможність зазвичай оцінюють за допомогою порівняння найбільш суттєвих кількісних показників діяльності підприємства. Питання оцінки конкурентоспроможності вимагають більш детального вивчення, оскільки невирішеними залишаються проблеми вибору універсального методу і набору показників конкурентоспроможності підприємства, а також подолання суб'єктивізму під час її оцінки. Кожний з показників має різну ступінь важливості для оцінки конкурентоспроможності.

Отже, необхідно розробити підходи до оцінки конкурентоспроможності сучасних підприємств та винайти метод оцінки, більш детальний та зрозумілий, який буде оцінювати не тільки кількісні показники, але й якісні.

**Цілі статті.** Проаналізувати існуючі методи оцінювання конкурентоспроможності промислового підприємства та обґрунтувати метод, який би надавав можливість враховувати кількісні та якісні показники, а також галузеві особливості підприємства.

**Основний матеріал.** Найбільші дискусії в сучасних вчених викликають не самі показники, на яких стоїть засновувати оцінку конкурентоспроможності підприємства, а критерії, за якими їх слід групувати. Так, Белов А. В., Кириченко Л. М. в своєму дослідженні пропонують здійснювати оцінку конкурентоспроможності за двома напрямками: оцінка конкурентоспроможності продукції і оцінку власне конкурентоспроможності підприємства [1, с. 18 – 25].

При цьому, для останньої вчені

пропонують використовувати показники фінансового стану, показники ефективності збутової діяльності, показники ефективності управління персоналом, показники ефективності використання основних і оборотних фондів, показники використання нематеріального капіталу підприємства.

Погребняк Д. В. пропонує оцінювати конкурентоспроможність підприємства за наступними напрямками: оцінка ефективності діяльності та фінансового стану, оцінка забезпечення ресурсами і оцінка продукції [2, с.45-51].

В. І. Дибленко, А. Шевченко і А. М. Дишлюк виділяють два напрямки оцінки конкурентоспроможності підприємства – оцінку виробничої діяльності і оцінку збутової діяльності. При цьому, при оцінці конкурентоспроможності виробничої діяльності автори пропонують використовувати показники фінансового стану та ефективності виробництва, а при оцінці конкурентоспроможності збутової діяльності - показники ефективності збуту і просування товарів, показники оцінки іміджу [3, с.276-278].

Ряд авторів, зокрема, В.Ю. Самуляк [4, с.114-124], Т.В. Лебідь [5, с.214-220], Р.В. Фещур [6, с.27-32] в оцінці конкуренто-спроможності підприємства виділяють два напрямки – оцінку конкурентоспроможності продукції та оцінку використання ресурсів. При цьому, при оцінці використання ресурсів пропонується використовувати наступні групи показників: показники використання фінансових, матеріальних, енергетичних, нематеріальних, інформаційних ресурсів, ресурсів праці та інших.

Рзаєв Г.І. [7, с.38-41] в оцінці конкурентоспроможності підприємства пропонує виділяти такі напрями оцінки, як дослідження рівня балансової напруги і визначення та оцінка характерних пропорцій успішності. При першому напрямку оцінки пропонується використовувати показники фінансового стану, показники ділової активності, показники використання капіталу та ін. При оцінці конкурентоспроможності підприємства за другим напрямком пропонується застосовувати показники прибутковості, рентабельності діяльності, показники використання ресурсів та ін.

Багато вчених розробляли методи, що передбачають оцінку конкурентоспроможності підприємства за показниками конкурентоспроможності випускаємої продукції, які розраховують з використанням інтегральних коефіцієнтів.

Б.В. Буркинський пропонує включати до інтегральної оцінки показники, що характеризують ступінь привабливості продукції з позицій покупця та інтерес її виробляти з позиції товаровиробника, а саме: споживчі властивості товару, виражені через показник інтегральної корисності; ціна реалізації; обсяги реалізації товару на ринках збуту; рівень рентабельності товару; показник беззбиткового зниження ціни реалізації [8, с.335-342].

М.А. Яновський обґрунтовує врахування чинників, що визначають діапазон застосування методів цінової і нецінової конкуренції, а саме фінансові резерви зниження витрат і підвищення якості, а також рівень толерантності відношення споживачів до ціни товару. Конкурентоспроможність продукції науковець передбачає

визначати шляхом розрахунку інтегральної оцінки споживчих властивостей продукції [9, с.19-20].

Є й інші пропозиції щодо складу показників, які становлять зміст інтегральної оцінки конкурентоспроможності продукції: В.Л. Белоусов запроваджує „коефіцієнти маркетингового тестування конкурентоспроможності“, які формує за чотирма напрямками: продукт (оцінка ринкової частки продукту, передпродажної підготовки, зміни в обсягах продажу) рівень ціни, доведення продукту до споживача та просування продукту (оцінка рекламної діяльності, використання персональних продаж, використання зв'язків з громадськістю) [10, с.63-66]; А.А. Воронов акцентує увагу на трьох складових: ціна продукції; її якість (визначено за параметрами: призначення, надійність, екологічність, ергономічність, технологічність, естетичність, відповідність стандартам, безпечність використання) та споживчі переваги [11, с.44-48]; в [12, с.192-193; 13, с.88-90] як складові інтегрального коефіцієнта використано корисний ефект від споживання продукції за показниками її найбільшої привабливості для споживачів; в [14, с.11-12] корисний ефект від споживання продукції визначено через показники якості й ринкової привабливості продукції: рівень якості та її стабільності, рівень новизни, імідж, інформативність. Корисний ефект від споживання доповнено ціною споживання, яка складається з ціни продажу та витрат споживача при експлуатації.

Хоча розглянуті вище методи приваблюють методологічною простотою, вони мають певні вади оскільки побудовані на припущенні, що конкурентоспроможність підприємства залежить тільки від конкурентоспроможності продукції, яку воно випускає.

Цю обмеженість усувають методи розрахунку інтегрованої конкурентоспроможності підприємства. Огляд наукових джерел дозволяє за способом розрахунку виділити інтегровані показники: адитивні, мультиплікативні та побудовані на підставі матриць.

Інтегровану конкурентоспроможність підприємства з використанням адитивної формули науковці пропонують отримувати:

– в роботі В.М. Горбатова [15, с.12] за питомою вагою обсягу продажів й кількістю інтегрованих структур бізнесу з урахуванням їхнього типу (горизонтально інтегрована структура бізнесу, вертикально інтегрована структура бізнесу, диверсифікована

інтегрована структура бізнесу);

– в [16, с.207] за трьома показниками, вагомість яких визначено автором з використанням кореляційно-регресійного аналізу: рівень витрат обігу, рівень рентабельності послуг, оборотність обігових коштів;

– в [17, с.138-141; 18, с.288] з урахуванням вагомості, яку винайдено з використанням експертних оцінок, за чотирма групами показників: конкурентоздатністю товару, ефективністю виробничої діяльності підприємства; фінансовим станом підприємства; ефективністю організації збуту і просування товару;

– в [19, с.9-10] з використанням восьми показників: ринкова частка; ціновий сегмент, в якому працює підприємство; частка собівартості продукції у виручці від реалізації; рентабельність реалізації продукції; продуктивність праці; фондівдача; конкурентоздатність керівника; ефективність використання земельних ресурсів. Показники оцінюють за балами з урахуванням специфіки діяльності підприємств аграрної сфери;

– в роботі Х.А. Фасхієва й Є.В. Попова [20, с.54-67] запропоновано сімдесят сім показників, які згруповано у шість груп: фінансово-господарської діяльності, виробничої діяльності, якості продукції, розвитку підприємства, рівня персоналу та соціальної сфери, рівня досконалості управління.

Низка вчених обґрунтовують використання мультиплікативної формули інтегрованої конкурентоспроможності підприємства замість адитивної й пропонують проводити розрахунки:

– В.Л. Белоусов за складовими: маркетинговою, фінансовою та можливими втратами від ризику [21, с.111];

– в роботі [22, с.162] – за рейтинговою оцінкою фінансового стану, конкурентоспроможністю продукції та величиною ринкової частки підприємства;

– в [23, с.10] – за ефективністю: виробничої, фінансової, інноваційної й маркетингової діяльності та управління персоналом;

– І.У. Зулькарнаева й Л.Р. Ільясова математично доводять доцільність використання [24, с.23-24]: залишкової вартості основних засобів, ефективності фінансового менеджменту, яку відбито у рентабельності власного капіталу та ефективності кадрового й



виробничого менеджменту, що вимірюється показником продуктивності праці.

Розглянуті методи визначення інтегральної конкурентоспроможності є варіаціями розрахунку середньої зваженої арифметичного показника. Різні автори, виходячи з своїх наукових поглядів, з одного боку мають різні принципи включення набору показників до розрахункової формули, з іншого – неоднаково визначають вагу окремих факторів.

З метою оцінити конкурентоспроможність на підставі багатовимірною підходу, щоб найповніше врахувати всі можливі чинники цього складного об'єкта дослідження низкою науковців запропоновано розрахунки з використанням теорії матриць.

Разом з тим всі автори погоджуються в тому, що після оцінки конкурентоспроможності підприємства її порівнюють з еталонним значенням, яким може виступати конкурентоспроможність лідерів в галузі чи середні значення по галузі, або з показниками конкурентоспроможності підприємств-конкурентів. На підставі такого порівняння у подальшому науковці роблять висновки щодо напрямків підвищення конкурентоспроможності.

Треба зауважити, що описаний алгоритм дій обмежує оцінку конкурентоспроможності лише досягнутим рівнем у минулому. Таку обмеженість в певній мірі знімає підхід, заснований на взаємозв'язку конкурентоспроможності з потенціалом підприємства.

Перша спроба зв'язати конкурентний статус фірми з її потенціалом була зроблена І.Ансоффом, який обґрунтував розрахунок конкурентного статусу як добуток рівня стратегічних капіталовкладень, їхнього стратегічного нормативу і нормативу сукупних можливостей організації [25, с.93-102].

Сучасну концепцію формування і розвитку конкурентоспроможного потенціалу підприємства було обґрунтовано А.Е. Воронковою, яка визначила його зміст, структуру й розробила методичні положення з діагностики конкурентоспроможного потенціалу підприємства як специфічного етапу стратегічного управління. Запропоновані методологічні підходи щодо діагностики потенціалу дають змогу оцінити сильні і слабкі сторони підприємства, кількісно оцінити елементи конкурентоспроможного потенціалу з використанням інтегрованого показника, зіставити отримані

результати з аналогічними оцінками підприємств-конкурентів і на цій підставі визначити напрями підтримки та розвитку потенціалу.

Згаданий концептуальний підхід якісно відрізняється від розглянутих вище:

по-перше, наданням можливості оцінити потенціальну конкурентоспроможність підприємства, якої воно може досягти у разі реалізації „сукупних можливостей“;

по-друге, повнотою охоплення чинників конкурентоспроможності підприємства через визначені елементи потенціалу: виробничого, фінансового, інноваційного, управлінського, маркетингового, комунікаційного, мотиваційного, трудового.

Не припинюючи здобутки сучасних науковців, слід зауважити, що всі розглянуті вище методичні підходи щодо оцінки конкурентоспроможності та концепція конкурентоспроможного потенціалу, мають низку недоліків:

по-перше, інтегрований коефіцієнт конкурентоспроможності, що використовується дослідниками, у результаті може давати неточну оцінку у зв'язку з нівелюванням значень одних показників за рахунок інших;

по-друге, порівняння підприємств-конкурентів відбувається за єдиним складом показників, що не дозволяє визначити унікальні конкурентні переваги;

по-третє, акцентується увага на оцінці досягнутих результатів у той час, як на практиці більш важливим є завдання формування і підтримки бажаного рівня конкурентних переваг;

по-четверте, алгоритм, що використовується направляє дослідників на виявлення відставання від конкурентів та спрямовує на прийняття рішень стосовно їх подолання, тобто на копіювання конкурентних переваг.

Так як одним з основних складових елементів системи оцінки конкурентоспроможності підприємства є оцінка конкуренто-спроможності продукції. Тому для повноти здійснення такої оцінки доцільно використовувати як кількісні, так і якісні показники.

За вибором окремих показників, які будуть застосовуватися в кожному конкретному випадку оцінки конкурентоспроможності, то він повинен здійснюватися з урахуванням особливостей діяльності досліджуваного підприємства, його галузевої приналежності і ін.

Тобто, такий підхід дозволить підвищити ефективність управлінських рішень в питаннях управління конкурентоспроможністю підприємства як по окремим її складовими, так і в цілому.

Для формування методу оцінювання конкурентоспроможності нами була вибрана цементна галузь, як одна з провідних у промисловості будівельних матеріалів. Підприємства галузі виробляють різні види цементу: портландцемент, шлакопортландцемент, пуцолановий портландцемент; спеціальні цементы (декоративні, тампонажний, глиноземистий, сульфатостійкий, цемент для гідротехнічних споруд, швидкотверднучий цемент і ін.). Будучи основним в'язким матеріалом, цемент знаходить широке застосування в народному господарстві, головним чином у виробництві бетону, залізобетону, будівельних розчинів, а також в азбестоцементної, нафтовидобувної та ін. галузях промисловості.

Визначивши п'ять суттєвих лідерів на ринку цементної промисловості («CementRoadstoneHoldings» (ВАТ «Подільський Цемент», ВАТ «Миколаївцемент» та ТОВ «Цемент», ПАТ "Івано-Франківськцемент", "Дікергофф" (Dyckerhoff) (ПАТ «Волинь-Цемент» та ПАТ «Югцемент»), «HeidelbergCement»(Криворізький, Дніпродзержинський та Амвросіївський цементні заводи), промисловий холдинг «Євроцемент») було розглянуто їх позиції (доля ринку) на ринку цементної галузі України (рис.1), аби були підстави зробити аналіз того, чим підприємство, яке займає лідируючу позицію відрізняється від підприємств-конкурентів з нижчою долею ринку.

Зрозумівши головні відмінності підприємств-конкурентів, було сформовано фактори конкурентних переваг, які характерні для цементної галузі згідно з її особливостями. До них ми віднесли: виробничий потенціал, стан технічного обладнання, рівень якості, ступінь обізнаності підприємств, хімічні властивості, фізичні властивості, механічні властивості та вартість продукції.

А також на підставі розробок теорії нечіткої логіки, яка дозволяє визначити проміжні значення між стандартними оцінками, які дозволяють одночасну присутність частково істинного та частково хибного і водночас надає можливість нечітким якісним описам та оцінкам надавати точне математичне представлення без жорстких нормативних обмежень на їх характер та можливість оперувати зі статистично неоднорідними змінними процесу, що досліджується [26,

с.121-134], запропонували новий метод оцінки конкуренто-спроможності цементної промисловості.

Наступним кроком було формування складових за виокремленими раніше факторами. Кожен фактор описується набором якісних характеристик, які можуть змінюватися під дією середовища непрямого впливу. Результат аналізу важливості факторів може бути представлений оцінками:  $S_1$  – слабкий вплив;  $S_2$  – середній вплив;  $S_3$  – сильний вплив. Отже, перелічені оцінки підлягають розпізнаванню.

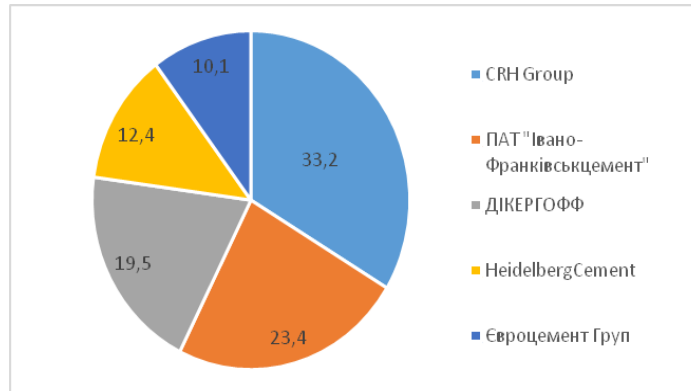


Рис.1. Структура ринку цементу за 2016 рік, %

Для того, щоб сформувати нечітку базу знань перш за все необхідно побудувати модель взаємозв'язку якісних показників характеристик факторів. З цієї метою побудовано граф нечітких відносин (рис.2.), який демонструє, що для кожного з факторів ставиться у відповідність одна оцінка з трьох перерахованих, то її опис доречно виконати у вигляді дерева логічного виводу.

Граф складається з двох частин, оскільки відбиває оцінювання конкурентоспроможності продукції та підприємства окремо та в цілому, де позначення відповідають такому розшифруванню:

$a_{1.1}$ . – виробнича потужність підприємства;  $a_{1.2}$ . – номенклатура;  $a_{1.3}$ . – можливість розширення, що разом складають фактор «виробничий потенціал» –  $f_A$ .

$b_{1.1}$ . – знос обладнання;  $b_{1.2}$ . – ступінь автоматизації;  $b_{1.3}$ . – рівень прогресивності, що входять до фактору «стан технічного обладнання» –  $f_B$ .

$c_{1.1}$ . – відповідність світовим стандартам;  $c_{1.2}$ . – контроль якості, що характеризують фактор «рівень якості» –  $f_C$ .

$d_{1.1}$ . – репутація підприємства;  $d_{1.2}$ . – методи збуту;  $d_{1.3}$ . – сервісні послуги;  $d_{1.4}$ . – надійність постачань;  $d_{1.5}$ . – кваліфікація персоналу;  $d_{1.6}$ . – місцезнаходження підприємства входять до фактору «ступінь обізнаності підприємства» –  $f_D$ .

$e_{1.1}$ . – тонкість помелу;  $e_{1.2}$ . – густина цементного тіста, що характеризують фактор «хімічні властивості продукції» –  $f_E$ .

$g_{1.1}$ . – термін схоплювання;  $g_{1.2}$ . – термін зберігання, що відносяться до фактору «фізичні властивості продукції» –  $f_G$ .

$h_{1.1}$ . – міцність стискання;  $h_{1.2}$ . – спосіб виробництва, що характеризують фактор «механічні властивості продукції» –  $f_H$ .

Фактор «Вартість продукції» –  $f_J$ .

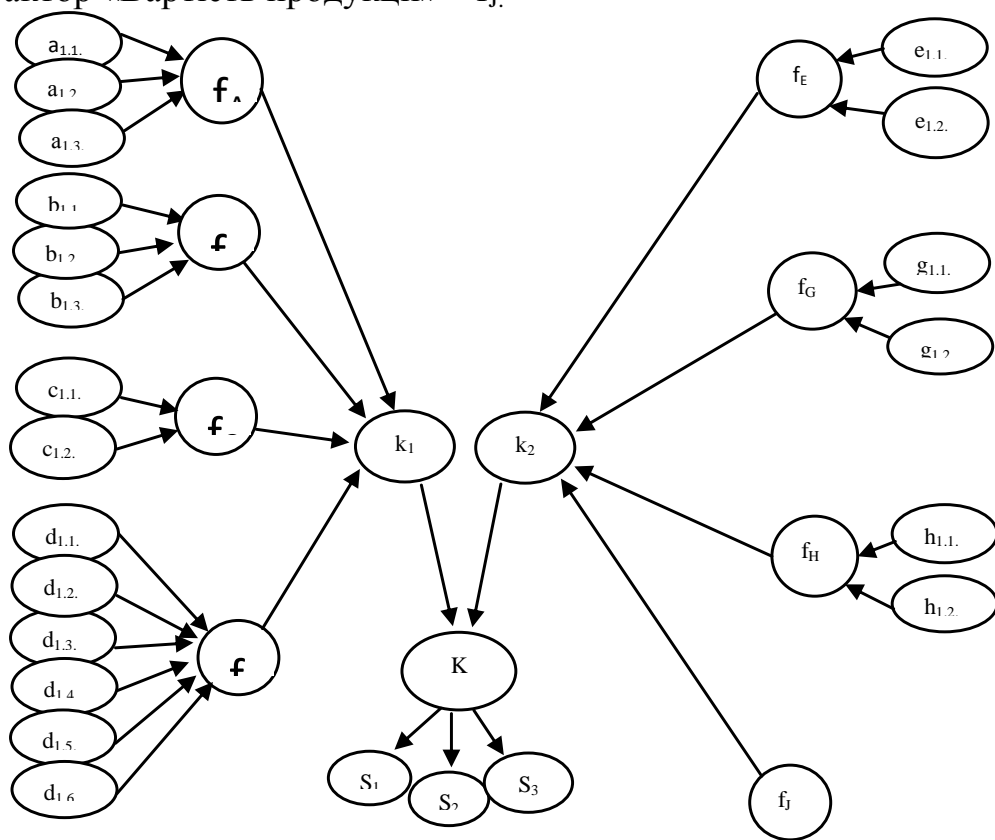


Рис.2. Дерево логічного виводу оцінки конкурентоспроможності цементної промисловості

Фактори  $f_{A-D}$  характеризують конкурентоспроможність підприємства, а фактори  $f_{E-J}$  входять до конкурентоспроможності продукції з чого отримуємо конкурентоспроможність взагалі та розподіляємо на терми (який з факторів більш впливовий).

Після розробки шкали оцінок та присвоєння експертами бальної оцінки якісним змінним можна переходити до рекомендацій та висновків які фактори в цій галузі знаходяться на високому рівні, а які варто удосконалити.

Отже, запропонований метод оцінки конкурентоспроможності на засадах нечіткої логіки дозволяє якісні описання характеристик факторів перевести в оціночні показники, та у кінцевому разі кожному сполученню характеристик поставити у відповідність певну оцінку. Нами був проведений аналіз конкурентоспроможності підприємства та продукції окремо та разом. Саме це і є кращим здобутком, що відрізняє наш метод оцінки конкурентоспроможності від вже раніше існуючих.

Виходячи з вищесказаного можна зробити наступні **висновки**:

1. Аналіз існуючих методів оцінювання конкурентоспроможності підприємств допоміг розробити метод оцінювання конкурентоздатності промислових підприємств, виділивши та оцінивши не тільки кількісні показники, а й якісні, що стало нововведенням.

2. Обґрунтування методу оцінки конкурентоспроможності на здобутках теорії нечіткої логіки надала змогу зв'язати конкурентоспроможність підприємства та конкурентоспроможність продукції в єдину бальну оцінку, яка виводилась за допомогою комплексу факторів, які характерні для цементної промисловості та відображають її галузеві особливості.

3. Розглядаючи ряд вимог та запитів від споживачів, були враховані галузеві особливості цементних підприємств, на підставах яких і були обрані фактори для оцінки цементної галузі.

### *Література*

1. Белов О.В. Методичні підходи до оцінки рівня конкурентоспроможності торговельного підприємства / О.В. Белов, Л.М. Кириченко // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія Економіка. – 2011. – Спецвипуск 33, Ч. 1. – С. 18 – 25.

2. Погребняк Д.В. Методи діагностики конкуренто-спроможності підприємства / Д. В. Погребняк // Проблеми підвищення ефективності інфраструктури. Збірник наукових праць. – 2011. – Вип. 32. – С. 45 – 51.
3. Дибленко В.І. Конкурентні переваги і конкуренто-спроможність підприємств швейної промисловості / В.І. Дибленко, О.О. Шевченко, О.М. Дишлюк // Вісник КНУТД. – 2011. – № 6. – С. 276 – 278.
4. Самуляк В.Ю. Формування системи цілей розвитку машинобудівного підприємства / В.Ю. Самуляк // Вісник Національного університету «Львівська Політехніка». – № 635: Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. – Л., 2008. – С. 114 – 124.
5. Лебідь Т. В. Стратегічний аналіз маркетингового потенціалу підприємства / Т. В. Лебідь, Л. А. Мороз // Вісник НУ "ЛП" – Л. : Вид. нац. ун-ту "Львів. Політехніка". – 2009. – № 649 : Логістика. – С. 214 – 220.
6. Фещур Р.В. Методи оцінювання конкурентоспроможності підприємств / Р.В. Фещур, Т.В. Лебідь, В.Ю. Самуляк // Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки. – 2010. – № 4. – С. 27 – 32.
7. Рзаєв Г.І. Обґрунтування та побудова системи критеріїв оцінки конкурентоспроможності машинобудівних підприємств / Г.І.Рзаєв // Вісник Хмельницького національного університету. – 2011. – № 1. – С. 38 – 41.
8. Буркинський Б.В. Трансформація моделей розвитку підприємства: монографія / Б.В. Буркинський – Одеса: ІПРЕЕД НАН України, 2001. – 356 с.
9. Яновський М.А. Управління конкурентоспроможністю підприємства на світових ринках: автореф. дис. докт. екон. наук: 08.06.01 / М.А. Яновський; НАН України, Інститут економіки промисловості. – Донецьк, 2005. – 29 с.
10. Белоусов В.Л. Анализ конкурентоспособности фирмы / В.Л.Белоусов // Маркетинг в России и за рубежом. – 2001. – №5. – С.63-71
11. Воронов А.А. Моделирование конкурентоспособности продукции предприятия /А.А. Воронов // Маркетинг в России и за

рубежом. –2003. – №4. –С. 44-52.

12. Гросицкая Е.Е. Методические подходы к определению конкурентоспособности продукции и выбору конкурентных стратегий развития предприятия / Е.Е. Гросицкая // Труды Одеського політехнічного університету: зб. наук. праць. – Одеса, 2004. – Спецвипуск у 3-х т. – Т.3 – С. 192-194

13. Свирейко Н.Е. Оценка конкурентоспособности масложировых продуктов / Н.Е. Свирейко // Маркетинг в России и за рубежом. – 2004. – № 3. – С.88-92

14. Лифиц И.М. Теория и практика оценки конкурентоспособности товаров и услуг / И.М. Лифиц – М.: Юрайт-М, 2001. – 224 с.

15. Горбатов В.М. Теоретичні основи конкурентоспроможності та розвитку інтегрованих структур бізнесу: автореф. дис. докт. ек. наук: 08.06.01 / В.М. Горбатов; Харківський національний економічний університет. – Харків, 2006. – 30 с.

16. Козырева Н.Н. Методологические аспекты конкурентоспособности заготовительно-перерабатывающего предприятия потребкооперации / Н.Н.Козырева, П.А.Шульга // Регіональні перспективи. –2000. – № 2-3. – С.204-208.

17. Лазарева Є.В. Методичні підходи до оцінки конкурентоспроможності підприємств / Є.В. Лазарева // Вісник соціально-економічних досліджень. – Одеса. – 2002. – №12.–С.137-141

18. Стельмах М. Основні методи оцінки конкурентоспроможності підприємства / М. Стельмах, Ж. Крисько // Збірник наукових праць Тернопільського національного економічного університету. – Вип. 1 (17). – Тернопіль. – 2007. – С. 287-292.

19. Нужна О.А. Економічні механізми забезпечення конкурентоспроможності аграрних підприємств: автореф. дис. канд. ек. наук: 08.07.02 / О.А. Нужна; Національний науковий центр „Інститут аграрної економіки“. – Київ, 2005. – 18 с.

20. Фасхиев Х.А. Как измерить конкурентоспособность предприятия? / Х.А. Фасхиев, Е.В. Попова // Маркетинг в России и за рубежом. – 2003. – №4. – С. 53-68.

21. Белоусов В.Л. Оценка конкурентоспособности фирмы ( на примере ООО „Каскад“) / В.Л.Белоусов // Маркетинг в России и за



рубежом.– 2005.– № 6.– С.109-120.

22. Зулькарнаев И.У. Метод расчета интегральной конкурентоспособности промышленных, торговых и финансовых предприятий / И.У.Зулькарнаев, Л.Р.Ильясова //Маркетинг в России и за рубежом. – 2001. – № 4. – С.17-27

23. Іващенко Г.А. Оцінка організаційно-економічних факторів формування конкурентоспроможності підприємства: автореф. дис. канд. екон. наук: 08.06.01 / Г.А. Іващенко; Харківський національний економічний університет – Харків, 2005. – 20 с.

24. Теоретичні основи конкурентної стратегії підприємства: монографія / за заг. ред. Ю.Б. Іванова, О.М. Тищенко. – Х.: „ІНЖЕК“, 2006. – 384 с.

25. Ансофф И. Стратегическое управление / И. Ансофф. – Пер. с англ. Е.Л. Леонтьева, Е.Н. Строганов, Е.В. Вышинская, М.В.Никольский, В.Н. Смирнов – М.: Экономика, 1989. – 519 с.

26. Кузнецова І.О., Кравченко В.О., Малютенко О.Ю. Науково-методичні аспекти процесу управління стратегічними ризиками: монографія / І.О. Кузнецова, В.О. Кравченко, О.Ю. Малютенко // Одеса: Атлант, 2015. – 188 с.

1. Byelov O.V. Metodichni pidkhody do otsinky rivnya konkurentospromozhnosti torhivel'noho pidpryyemstva / O.V. Byelov, L.M. Kyrychenko // Naukovyy visnyk Uzhhorods'koho universytetu. Seriya Ekonomika. – 2011. – Spetsvypusk 33, Ch. 1. – S. 18 – 25.

2. Pohrebnyak D.V. Metody diahnostryky konkurento-spromozhnosti pidpryyemstva / D. V. Pohrebnyak // Problemy pidvyshchennya efektyvnosti infrastruktury. Zbirnyk naukovykh prats'. – 2011. – Vypusk 32. – S. 45 – 51.

3. Dyblenko V.I. Konkurentni perevahy i konkurento-spromozhnist' pidpryyemstv shveynoyi promyslovosti / V.I. Dyblenko, O.O. Shevchenko, O.M. Dyshlyuk // Visnyk KNUTD. – 2011. – # 6. – S. 276 – 278.

4. Samulyak V.Yu. Formuvannya systemy tsiley rozvytku mashynobudivnoho pidpryyemstva / V.Yu. Samulyak // Visnyk Natsional'noho universytetu «L'vivs'ka Politekhnik». – # 635: Menedzhment ta pidpryyemnytstvo v Ukrayini: etapy stanovlennya i problemy rozvytku. – L., 2008. – S. 114 – 124.

5. Lebid' T. V. Stratehichnyy analiz marketynhovooho potentsialu pidpryyemstva / T. V. Lebid', L. A. Moroz // Visnyk NU "LP" – L. : Vyd. nats. un-tu "L'viv. Politehnika". – 2009. – # 649 : Lohistyka. – S. 214 – 220.
6. Feshchur R.V. Metody otsynyuvannya konkurentospromozhnosti pidpryyemstv / R.V. Feshchur, T.V. Lebid', V.Yu. Samulyak // Naukovyy visnyk Volyns'koho natsional'noho universytetu imeni Lesi Ukrayinky. – 2010. – # 4. – S. 27 – 32.
7. Rzayev H.I. Obgruntuvannya ta pobudova systemy kryteriyiv otsinky konkurentospromozhnosti mashynobudivnykh pidpryyemstv / H.I.Rzayev // Visnyk Khmel'nyts'koho natsional'noho universytetu. – 2011. – # 1. – S. 38 – 41.
8. Burkyns'kyy B.V. Transformatsiya modeley rozvytku pidpryyemstva: monohrafiya / B.V. Burkyns'kyy – Odesa: IPREED NAN Ukrayiny, 2001. – 356 s.
9. Yanovs'kyy M.A. Upravlinnya konkurentospromozhnisty pidpryyemstva na svitovykh rynkakh: avtoref. dys. dokt. ekon. nauk: 08.06.01 / M.A. Yanovs'kyy; NAN Ukrayiny, Instytut ekonomiky promyslovosti. – Donets'k, 2005. – 29 s.
10. Belousov V.L. Analiz konkurentosposobnosti firmy / V.L.Belousov // Marketynh v Rossyy y za rubezhom. □ 2001. □ #5. □ S.63-71
11. Voronov A.A. Modelyrovanye konkurentosposobnosti produktsyy predpryyatyya /A.A. Voronov // Marketynh v Rossyy y za rubezhom. □2003. □ #4. □S. 44-52.
12. Hrosytskaya E.E. Metodicheskiye podkhody k opredelenyyu konkurentosposobnosti produktsyy y vyboru konkurentnykh stratehyu razvytyya predpryyatyya / E.E. Hrosytskaya // Trudy Odes'koho politekhnichnoho universytetu: zb. nauk. prats'. □ Odesa, 2004. – Spetsvypusk u 3-kh t. – T.3 – S. 192-194
13. Svyreyko N.E. Otsenka konkurentosposobnosti maslozhyrovykh produktov / N.E. Svyreyko // Marketynh v Rossyy y za rubezhom. □ 2004. □ # 3. □ S.88-92
14. Lyfyts Y.M. Teoryya y praktyka otsenky konkurentosposobnosti tovarov y usluh / Y.M. Lyfyts – M.: Yurayt-M, 2001. – 224 s.
15. Horbatov V.M. Teoretychni osnovy konkurentospromozhnosti ta rozvytku intehrovanykh struktur biznesu: avtoref. dys. dokt. ek. nauk:

08.06.01 / V.M. Horbatov; Kharkivs'kyi natsional'nyi ekonomichnyi universytet.  
□ Kharkiv, 2006. □ 30 s.

16. Козырева N.N. Metodolohycheskye aspekty konkurentosposobnosti zahotovitel'no-pererabatyvayushcheho predpryyatyya potrebkooperatsyy / N.N.Kozyreva, P.A.Shul'ha // Regional'ni perspektyvy. □2000. □ # 2-3. □ S.204-208.

17. Lazaryeva Ye.V. Metodychni pidkhody do otsinky konkurentospromozhnosti pidpryyemstv / Ye.V. Lazaryeva // Visnyk sotsial'no-ekonomichnykh doslidzhen'. – Odesa. – 2002. □ #12.–S.137-141

18. Stel'makh M. Osnovni metody otsinky konkurentospromozhnosti pidpryyemstva / M. Stel'makh, Zh. Krysko // Zbirnyk naukovykh prats' Ternopil's'koho natsional'noho ekonomichnoho universytetu. □ Vyp. 1 (17). – Ternopil'. – 2007. – S. 287-292.

19. Nuzhna O.A. Ekonomichni mekhanizmy zabezpechennya konkurentospromozhnosti ahrarykh pidpryyemstv: avtoref. dys. kand. ek. nauk: 08.07.02 / O.A. Nuzhna; Natsional'nyi naukovy tsentr „Instytut ahraryi ekonomiky“. □ Kyiv, 2005. □ 18 s.

20. Faskhyev Kh.A. Kak yzmeryt' konkurentosposobnost' predpryyatyya? / Kh.A. Faskhyev, E.V. Popova // Marketynh v Rossyy y za rubezhom. □ 2003. □ #4. □ S. 53-68.

21. Belousov V.L. Otsenka konkurentosposobnosti fyrmы ( na prymerе ООО „Kaskad“) / V.L.Belousov // Marketynh v Rossyy y za rubezhom. □ 2005. □ # 6. □ C.109-120.

22. Zul'karnaev Y.U. Metod rascheta yntehral'noy konkurentosposobnosti promyshlennyykh, torhovyykh y fynansovyykh predpryyatyy / Y.U.Zul'karnaev, L.R.Yl'yasova //Marketynh v Rossyy y za rubezhom. □ 2001. □ # 4. □ S.17-27

23. Ivashchenko H.A. Otsinka orhanizatsiyno-ekonomichnykh faktoriv formuvannya konkurentospromozhnosti pidpryyemstva: avtoref. dys. kand. ekon. nauk: 08.06.01 / H.A. Ivashchenko; Kharkivs'kyi natsional'nyi ekonomichnyi universytet – Kharkiv, 2005. – 20 s.

24. Teoretychni osnovy konkurentnoyi stratehiyi pidpryyemstva: monohrafiya / za zah. red. Yu.B. Ivanova, O.M. Tyshchenka. – Kh.: „INZhEK“, 2006. □ 384 s.

25. Ansoff Y. Stratehycheskoe upravlenye / Y. Ansoff. – Per. s anhl. E.L. Leont'eva, E.N. Strohanov, E.V. Vyshynskaya, M.V.Nykol'skiy, V.N. Smyrnov – M.: Ekonomika, 1989. – 519 s.

26. Kuznetsova I.O., Kravchenko V.O., Malyutenko O.Yu. Naukovo-metodychni aspekty protsesu upravlinnya stratehichnymy ryzykamy: monohrafiya / I.O. Kuznetsova, V.O. Kravchenko, O.Yu. Malyutenko // Odesa: Atlant, 2015. – 188 s.

*Рецензент: Балджи М.Д. д.е.н., проф., зав. кафедри економіки та планування бізнесу Одеського національного економічного університету*

*28.10.2016*

УДК 336.64

*Ланіна Ірина, Янчев Андрій*

### **СУТНІСТЬ, ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ФІНАНСОВОГО ПЛАНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ В СУЧАСНИХ УМОВАХ**

У науковій статті розглянуті актуальні питання теоретико-методологічних положень та практичного застосування фінансового планування на підприємстві. Ця стаття присвячена дослідженню необхідності фінансового планування, яке в ринковому середовищі сприяє правильному та ефективному забезпеченню фінансовими ресурсами підприємства. У статті визначено сутність, методи, проблеми впровадження та роль фінансового планування для забезпечення розвитку підприємства в сучасних економічних умовах. Обґрунтовано необхідність використання фінансового планування на вітчизняних підприємствах. Наукова новизна даного дослідження полягає у тому, що в ньому на основі вивчення методичних підходів фінансового планування підприємства було узагальнено погляди відносно їх практичного застосування та ролі у прийнятті ефективних управлінських рішень. Стаття призначена для викладачів, студентів та спеціалістів-практиків в галузі економіки підприємств.

**Ключові слова:** підприємство, фінансове планування, прогнозування, бюджетування, методи фінансового планування, проблеми фінансового планування.