

DOI 10.36074/09.10.2020.v1.22

## ПОКАЗНИКИ ТА КРИТЕРІЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

**Петрушка Тетяна Олексіївна**

канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри економіки підприємства та інвестицій  
*Національний університет «Львівська політехніка»*

**Юхман Ярина Василівна**

старший викладач кафедри економіки підприємства та інвестицій  
*Національний університет «Львівська політехніка»*

**Петрушка Катерина Ігорівна**

канд. техн. наук, асистент кафедри хімічної інженерії  
*Національний університет «Львівська політехніка»*

УКРАЇНА

Успішність діяльності підприємств значною мірою визначається рівнем їх конкурентоспроможності. У процесі управління цим рівнем важливим є попереднє оцінювання поточної конкурентоспроможності суб'єктів господарювання та врахування усіх основних чинників, які обумовлюють величину конкурентного потенціалу підприємств [1]. Зокрема, до таких чинників слід віднести: наявність та ефективність використання виробничих ресурсів підприємств [2], величину їх збутового [3] та інноваційного [4] потенціалу, ступінь технологічного розвитку підприємств [5] тощо.

Стосовно показників оцінювання конкурентоспроможності підприємств, то такі показники можуть бути поділеними на дві групи, а саме:

1) відносні показники, в якості яких доцільно розглядати, насамперед, показники прибутковості підприємства та його продукції. Зокрема, одним з найбільш інформативних показників прибутковості є співвідношення між величиною прибутку від здійснення інвестицій у розроблення та виготовлення певної продукції до обсягу цих інвестицій. Цей показник поєднує у собі вплив інших показників ефективності діяльності підприємства (зокрема, прибутковості його операційної діяльності) та дає змогу провести нормування, тобто встановлення нижньої межі показника, перевищення якої свідчить про достатній рівень ефективності інвестицій, вкладених у розроблення та виготовлення певної продукції. При цьому важливо зазначити, що нормальна прибутковість інвестицій (якщо абстрагуватися від диференціації інвестицій за ступенем їх ризику) повинна являти собою орієнтир доцільності реалізації інвестиційних проектів з виробництва усіх видів продукції, що виготовляються у певній галузі. За таких умов можливо виокремити три випадки, що відповідають необхідним умовам конкурентоспроможності певної продукції за показником прибутковості інвестицій у її виготовлення:

– перевищення показника прибутковості виробництва певної продукції деяким підприємством над середнім значенням цього показника за даним товарним ринком. Виконання цієї умови свідчить про наявність порівняльної конкурентоспроможності у продукції досліджуваного підприємства у зіставленні із аналогічною продукцією інших її виробників за показником прибутковості інвестицій у її виготовлення;

– перевищення показника прибутковості виробництва певної продукції деяким підприємством над нормальним значенням цього показника. Виконання цієї умови свідчить про абсолютну конкурентоспроможність продукції досліджуваного підприємства на даному товарному ринку за показником прибутковості інвестицій у її виготовлення;

– перевищення показника прибутковості виробництва певної продукції певним підприємством як над середнім значенням цього показником за даним товарним ринком, так і над його нормальним значенням. Виконання цієї умови свідчить про повну конкурентоспроможність продукції досліджуваного підприємства на даному товарному ринку за показником прибутковості інвестицій у її виготовлення;

2) абсолютні показники. В якості одного з найбільш прийнятних абсолютних показників, за допомогою яких можна оцінити величину конкурентних переваг підприємства на певному товарному ринку, є обсяг виручки від реалізації ним продукції на цьому ринку. Очевидно, що цей обсяг залежить, серед іншого, від частки ринку, яку займає дане підприємство. У зв'язку з цим, у першому наближенні припустима нижня межа виручки від реалізації продукції підприємством на певному товарному ринку повинна дорівнювати загальній місткості цього ринку, поділеній на кількість товаровиробників, що задіяні на ньому. За таких умов підприємство на цьому ринку може вважатися конкурентоспроможним.

З метою визначення рівня поточної конкурентоспроможності підприємства на даному товарному ринку за певним видом продукції, яку воно виготовляє, пропонується застосовувати два показника, а саме: 1) частку даного ринку, яку може зайняти підприємство, виходячи з його поточних виробничих, фінансових та інших можливостей, і за якої забезпечується найвищий рівень ефективності діяльності даного підприємства, а його конкуренти при цьому не зможуть погіршити своїми діями цей рівень, не зазнавши при цьому певних втрат; 2) рівень відносної ефективності діяльності підприємства, який він досягне, отримавши цю частку ринку. В якості останнього показника може виступати прогнозне значення відношення прибутковості інвестицій у виготовлення підприємством даної продукції до середнього за цим ринком його значення у разі досягнення підприємством рекомендованої частки такого ринку.

Таким чином, рівень поточної конкурентоспроможності підприємства на даному товарному ринку за певним видом продукції пропонується оцінювати за допомогою такого вектора:

$$P_{к1} = (a; P_e), \quad (1)$$

де:  $P_{к1}$  – вектор показників рівня поточної конкурентоспроможності підприємства на даному товарному ринку за певним видом продукції;

$a$  – оптимальна частка даного ринку, яку повинно зайняти підприємство, виходячи з його поточних виробничих, фінансових та інших можливостей, частки одиниці;

$P_e$  – прогнозний рівень відносної ефективності діяльності підприємства стосовно виробництва та реалізації даної продукції, який він досягне, отримавши оптимальну для нього частку ринку, разів.

Необхідно відзначити, що у разі оцінювання загальної конкурентоспроможності підприємства за низкою товарних ринків одночасно за декількома видами продукції результатом такого оцінювання буде виступати система відповідних векторів, які включатимуть значення оптимальних часток

ринків збуту та рівнів відносної ефективності діяльності підприємства для різних видів його продукції.

#### **Список використаних джерел:**

- [1] Карачина, Н. П. (2014). Конкурентний потенціал та його роль у формуванні конкурентоспроможності підприємства. *Економічний простір*, (86), 164-172.
- [2] Ємельянов, О. Ю. & Курило, О. Б. (2009). Ефективність використання виробничих ресурсів підприємства та їх вплив на експлуатаційні витрати. *Схід. Аналітично-інформаційний журнал*, (8), 63-67.
- [3] Висоцький, А. Л. (2014). Види, чинники та об'єкти управління збутовим потенціалом машинобудівного підприємства. *Науковий вісник НЛТУ України: збірник науково-технічних праць*, (24.7), 315-323.
- [4] Тищенко, Т. І. (2015). Оцінювання інноваційного потенціалу промислового підприємства. *Економічний вісник ДВНЗ УДХТУ*, (2 (2)), 65-71.
- [5] Emelyanov, O., Petrushka, T., Lesyk, L. & Hryshko, V. (2014). The Impact of the Technological Development Level of Ukrainian Enterprises on the Competitiveness of Their Products. *International Journal of Business, Humanities and Technology*, (4), 129-135.