

Познаховський В.А., Кірічок О.Г.  
*Національний університет водного господарства та природокористування*

## ІСНУЮЧІ МЕТОДИ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ АВТОТРАНСПОРТНИХ ПІДПРИЄМСТВ ТА ШЛЯХИ ЇХ УДОСКОНАЛЕННЯ

У статті окреслені основні завдання та складності оцінювання конкурентоспроможності автотранспортних підприємств, охарактеризовані існуючі методи її оцінки і запропонована методика визначення конкурентоспроможності автотранспортного підприємства на основі системи показників.

**Ключові слова:** автотранспортне підприємство, конкурентоспроможність, методи оцінки, система показників, внутрішнє та зовнішнє середовище.

**Постановка проблеми.** В умовах переходу економіки України до ринкових відносин проблема удосконалення методів управління автотранспортними підприємствами стає однією з найбільш важливих, оскільки конкуренція в цій галузі розвивається високими темпами.

Конкурентні переваги сьогодні – це підвищення якості та зниження собівартості перевезень, надання великого спектру послуг, поліпшення обслуговування клієнтури, своєчасне реагування на зміну транспортних послуг на території країни та регіону. Все вищевикладене зумовлює пошук нових підходів до роботи на транспортному ринку.

Одним з таких прогресивних підходів є логістичний підхід, орієнтований на збільшення обсягів перевезення вантажів, підвищення прибутковості і рентабельності роботи транспорту.

Підвищенню ефективності доставки вантажів в даний час приділяється недостатня увага незважаючи на те, що в логістичних витратах на частку транспортних витрат, що враховуються при формуванні цін на кінцеву продукцію, припадає до 50%.

**Мета роботи** полягає в обґрунтуванні методики оцінки конкурентоспроможності автотранспортних підприємств на основі визначеної системи показників.

**Результати досліджень.** Вирішенню теоретичних та методичних проблем оцінки конкурентоспроможності присвячені праці таких відомих зарубіжних та вітчизняних науковців, як А.Ю. Юданов, І. Ансофф, М. Портер, Ж.-Ж. Ламбен, Г.Л. Азоев, В.Г. Герасимчук, Р.А. Фатхутдінов, А.А. Мазаракі, Н.М. Ушакова, Л.Є. Довгань, З.Є. Шершньова та ін. Проте досі немає єдиного усталеного визначення поняття конкурентоспроможності, практично не розроблена загальноприйнята методика її оцінювання, потребують уточнення підходи до оцінки конкурентоспроможності підприємств різних галузей економіки, що мають свої особливості.

Необхідно зазначити, що єдиного загальноприйнятого в економічній науці визначення конкурентоспроможності не існує. Так, Р.А. Фатхутдінов визначає її як властивість об'єктів, що характеризує ступінь задоволення конкретної потреби, порівняно з найкращими аналогічними об'єктами, представленими на даному ринку [1, с. 151]. В.Д. Немцов під конкурентоспроможністю розуміє комплексну порівняльну характеристику підприємства, яка відображає ступінь переваги сукупності оціночних показників його діяльності, що визначають успіх підприємства на певному ринку за певний проміжок часу, відносно сукупності показників конкурентів [2].

В існуючій практиці дослідження конкурентоспроможності підприємства часто визначається показниками, що характеризують його виробничий потенціал і результати діяльності, та зводиться до можливості використання усіх видів ресурсів ефективнішим, ніж конкуренти, способом. Тобто акцент робиться в основному на чинниках внутрішнього середовища підприємства.

Проте конкурентоспроможність є комплексною категорією, що формується під впливом цілої низки факторів внутрішнього і зовнішнього середовища, які діють у взаємозв'язку і взаємозалежності. При цьому у ринкових умовах господарювання, які характеризуються підвищеною динамічністю й невизначеністю, значну роль починають відігравати саме чинники зовнішнього оточення.

Досвід функціонування багатьох підприємств України в сучасних умовах підтверджує, що, маючи достатній виробничий потенціал, значна частина підприємств не здатна втримати свої конкурентні позиції на ринку продукції й послуг. Це викликає потребу в детальному вивченні структури зовнішнього середовища підприємства, а також проведенні аналізу тенденцій зміни його факторів.

Якщо елементи внутрішнього середовища впливають на конкурентоспроможність безпосередньо, то вплив зовнішніх умов не завжди помітний відразу. Проте вивчення зовнішнього оточення дозволяє терміново реагувати на загрози, що з'являються на ринку, і розробляти заходи, здатні не лише їх врахувати, а й уникнути їх, отримавши з цієї ситуації нові вигідні можливості. При цьому дослідження елементів внутрішнього середовища дає змогу оцінити здатність підприємства швидко реагувати на дії конкурентів, залучаючи наявні резерви.

В табл. 1 наведені основні фактори впливу на конкурентоспроможність із групуванням їх на елементи внутрішнього та зовнішнього середовища.

Таблиця 1

**Фактори впливу на конкурентоспроможність підприємства**

Елементи	Характеристика
<b>Елементи внутрішнього середовища</b>	
Виробничі можливості	Виробничий потенціал
Система обліку	Облікова політика на підприємстві; облік запасів, незавершеного виробництва, готової продукції тощо.
Маркетингові дослідження	Рівень врахування і задоволення потреб та можливостей споживачів; вихід на вільні ніші ринку
Система постачання	Терміновість і надійність поставок; можливість швидкої переорієнтації на інші види сировини
Логістика і збут	Наявність власних каналів розподілу, мережі фірмових магазинів, рівень збутових витрат
Фінансові можливості	Вільні ресурси підприємства і співвідношення між власними і запозиченими коштами; доступ до фінансових ресурсів
Інформаційні ресурси	Наявність баз даних, можливість їх постійного оновлення
Місце знаходження	Наявність розвинутої інфраструктури; відстань до постачальників і споживачів
Організаційна структура	Здатність швидкої передачі управлінського рішення до виконавця і можливості контролю за виконавцем
<b>Елементи зовнішнього середовища</b>	
Державна політика	Ступінь участі країни у світових інтеграційних процесах; напрямки зовнішньої політики, стан і напрямки реформ; пріоритети розвитку країни; стабільність обраного курсу
Соціальні умови	Структура робочої сили; рівень підготовки фахівців; ціна робочої сили; співвідношення між категоріями працівників; рівень зайнятості; культурний рівень розвитку суспільства
Економічні умови	Середній рівень заробітної плати; податки і пільги; інфляція; інвестиційний потенціал країни; рівень розвитку галузей
Природно-ресурсний потенціал	Рівень забезпечення економіки власними природними ресурсами; рівень негативного екологічного навантаження; стан ресурсів
Правове середовище	Гармонійність законодавчої бази, спрямування на розвиток; дієвість нормативних актів
Монополізація економіки	Загальний рівень концентрації продавців; антимонопольне регулювання; вертикальна інтеграція
Товарні ринки	Структура та ємність товарних ринків; вибагливість покупців; стандартизація товарів; стійкість позицій лідерів
Ринкова інфраструктура	Стан банківського і страхового обслуговування; розгалуженість, насиченість транспорту; розвиток посередницьких організацій

На основі аналізу наукової літератури [3] всі існуючі методи визначення і оцінки конкурентоздатності підприємства можуть бути об'єднані в наступні групи:

- методи, що базуються на аналізі порівняльних переваг;
- методи, що базуються на теорії рівноваги фірми і галузі;
- методи, побудовані на основі теорії ефективної конкуренції;
- методи, побудовані на теорії якості продукції;

- матричні методи оцінки конкурентоздатності;
- інтегральний метод;
- метод, побудований на теорії мультиплікатора;
- метод визначення позиції конкуренції з точки зору стратегічного потенціалу підприємства;
- методи, побудовані на основі порівняння з еталоном.

Вищеперераховані методи потребують для аналізу інформацію із внутрішніх бухгалтерських документів (оборотна відомість і головна книга), які є найбільш повними, але, на жаль, важкодоступними джерелами інформації як для зовнішніх експертів, так і для інвесторів.

Ми пропонуємо для оцінки конкурентоспроможності автотранспортного підприємства використовувати інтегральний метод [4]. В умовах ринкових відносин товаром для споживача, в тому числі і клієнта транспорту, є продукція або послуга. При цьому споживча вартість товару визначається його здатністю вирішувати комплекс важливих проблем клієнта. Якість транспортної послуги можливо відображати через набір параметрів і характеристик, що здійснюється за допомогою інтегрального показника якості ( $I_{як}$ ). Такий показник становить ядро показника конкурентоспроможності послуги, яке вимірюється ставленням інтегрального показника якості до ціни споживання послуги. В загальному вигляді ціна споживання складається з відпускної ціни ( $\Pi$ ) і експлуатаційних витрат споживача послуги за оголошений ресурс роботи ( $V_{експл}$ ), а конкурентоспроможність визначається за формулою

$$K_{авт} = \frac{I_{як}}{\Pi + V_{експл}}$$

Перевагою такого методу є те, що показник конкурентоспроможності варіантів використовується для їх динамічного порівняння. В даному випадку вихідною вимогою будуть адекватність і порівняння інтегрального показника якості за варіантами технологій та інших нововведень. В цілому для транспорту відпускна ціна продукції формується на основі тарифів за перевезення і оплату послуг, що надаються клієнтам, а витрати споживача оцінюються так званими витратами.

Для забезпечення конкурентоспроможності транспортних послуг підприємство повинно акумулювати всі свої можливості для найбільш повного задоволення потреб клієнтів в даний момент часу, оскільки іншого шансу завоювати лояльність і довіру покупця у підприємства не може бути.

Виходячи з цього, в основу виділення параметрів транспортної послуги можуть бути покладені такі показники: пропозиція, споживання покупцем і задоволеність перевезенням. Ці показники диференціюють параметри транспортної продукції за часом їх виникнення. Інформація про послугу передуює її купівлі, параметри послуги формуються в процесі її надання, а ефект і ступінь задоволеності виникає тільки після надання послуги і не існує до моменту її споживання.

Рівень конкурентоспроможності транспортної послуги пропонується оцінювати через індекси конкурентоспроможності

$$I_k = \sqrt[3]{I_p \cdot I_{тп} \cdot I_n},$$

де  $I_k$  – інтегральний показник конкурентоспроможності транспортної послуги;

$I_p$ ,  $I_{тп}$  та  $I_n$  – групові індекси конкурентоспроможності, відповідно пропозиції та виконання транспортної послуги, задоволеності покупця наданою послугою.

Для реалізації представленої моделі розрахунку інтегрального показника конкурентоспроможності транспортної послуги необхідно встановити:

- перелік спеціальних показників конкурентоспроможності та методи їх оцінки;
- розробити спосіб визначення показового об'єкта.

Формування показового об'єкта буде здійснюватися на основі вибору кращих значень показників з фактично досягнутих рівнів по кожному показнику в оцінюваній сукупності. Якщо збільшення показників відображає негативні тенденції, наприклад, рівень тарифів на перевезення вантажу, час оформлення замовлення, сума штрафів, то базою є мінімальне значення сукупності.

Важливим показником в діяльності підприємств з надання транспортних послуг є собівартість перевезень. Від собівартості залежить ціна продажу, яка відіграє величезну роль, оскільки від продуманої цінової політики залежить конкурентоспроможність підприємства та його фінансовий стан [5].

Таким чином, показник конкурентоспроможності повинен відображати не тільки поточний стан автотранспортного підприємства, але і тенденції розвитку, бути стійким до змін кон'юнктури ринку, а також придатним для практичного застосування. Тому об'єктивну оцінку конкурентоспроможності автотранспортного підприємства запропоновано здійснювати за допомогою

методів комплексної оцінки, яка включає визначення групового та одиничних показників конкурентоспроможності автотранспортного підприємства.

У світлі вищесказаного, уточнена і розроблена система показників оцінки конкурентоспроможності автотранспортного підприємства (табл. 2).

Таблиця 2

## Показники конкурентоспроможності автотранспортного підприємства

Груповий показник	Одиничний показник конкурентоздатності
1. Ефективність виробничої діяльності ( $E_{\Phi}$ ) $E_{\Phi} = I + \Phi + P_T + \Pi$	1.1. Витрати виробництва на одиницю продукції ( $I$ ) 1.2. Фондовіддача ( $\Phi$ ) 1.3. Рентабельність продукції ( $P_T$ ) 1.4. Продуктивність праці ( $\Pi$ )
2. Фінансове становище підприємства ( $\Phi_{\Pi}$ ) $\Phi_{\Pi} = K_a + K_{\Pi} + K_{ал} + K_o$	2.1. Коефіцієнт автономії ( $K_a$ ) 2.2. Коефіцієнт платоспроможності ( $K_{\Pi}$ ) 2.3. Коефіцієнт абсолютної ліквідності ( $K_{ал}$ ) 2.4. Коефіцієнт оборотності оборотних активів ( $K_o$ )
3. Ефективність організації збуту ( $E_{зб}$ ) $E_{зб} = P_{\Pi} + K_{опп} + K_{зм} + K_p$	3.1. Рентабельність продаж ( $P_{\Pi}$ ) 3.2. Коефіцієнт оборотності готової продукції ( $K_{опп}$ ) 3.3. Коефіцієнт завантаження виробничих потужностей ( $K_{зм}$ ) 3.4. Коефіцієнт ефективності реклами і засобів стимулювання збуту ( $K_p$ )
4. Показник конкурентоспроможності продукції ( $K_{сп}$ ): $K_{сп} = K_{\Pi} + \Pi + Y_{\Pi} + C_{\Pi} + Y_o$	4.1. Якість продукції ( $K_{\Pi}$ ) 4.2. Ціна продукції ( $\Pi$ ) 4.3. Умови платежу ( $Y_{\Pi}$ ) 4.4. Термін постачання ( $C_{\Pi}$ ) 4.5. Рівень гарантійного і сервісного обслуговування на всіх етапах життєвого циклу транспортного товару ( $Y_o$ )
Конкурентоздатність підприємства ( $K_{пр}$ ): $K_{пр} = E_{\Phi} + \Phi_{\Pi} + E_{зб} + K_{сп}$	

У першу групу входять показники, що характеризують ефективність управління виробничим процесом: економне використання ресурсів, раціональна експлуатація виробничого обладнання та устаткування, вдосконалення технології виготовлення продукції, організація праці на виробництві. В другу групу показників входять показники, що відображають ефективність управління оборотними активами: незалежність підприємства від зовнішніх джерел фінансування, здатність підприємства виконувати свої поточні зобов'язання, можливість стабільного розвитку підприємства в майбутньому. У третю групу включені показники, що визначають ефективність управління збутом і просуванням транспортної послуги на ринку засобами реклами та стимулювання. В четверту групу – показники конкурентоспроможності транспортної послуги: якість товару, умови платежу, ціна, термін поставки, рівень гарантійного та сервісного обслуговування.

У зв'язку з тим, що кожний з цих показників мають різну ступінь важливості, для розрахунку коефіцієнта конкурентоспроможності підприємства ( $K_{пр}$ ) визначають вагові коефіцієнти всіх показників.

**Висновки.** Таким чином, оцінка конкурентоспроможності автотранспортного підприємства являє собою складне та багатогранне завдання, яке полягає в інтерпретації та оцінці комплексу показників, що характеризують різні сторони діяльності підприємства і формують його конкурентоспроможність. Основними завданнями оцінки конкурентоспроможності є: визначення стану конкурентоспроможності підприємства на момент діагностики; виявлення тенденцій і закономірностей у підвищенні (зниженні) конкурентоспроможності підприємства за досліджуваний період; визначення факторів, котрі негативно впливають на конкурентоспроможність підприємства; пошук резервів підвищення конкурентоспроможності. Залежно від поставленої задачі оцінка конкурентоспроможності може мати різний ступінь деталізації і глибину дослідження, однак повинна проводитися в усіх напрямках.

У статті для оцінки конкурентоспроможності автотранспортного підприємства пропонується використовувати інтегральний метод, який базується на доступній для зовнішніх експертів та інвесторів інформації. Варто зазначити, що в сучасному науковому світі проблемі підвищення конкурентоспроможності приділяється недостатньо уваги. Неприпустимим є ототожнення методів оцінки конкурентоспроможності на стадії стратегічного і тактичного управління. Накопичений досвід аналізу конкурентоспроможності в сфері виробництва не може повною мірою використовуватися у галузі автомобільного транспорту, що має свої особливості.

1. Реутов В.Є. Конкурентоздатність підприємства: критерії, показники і методики оцінювання / Р.Є. Реутов // Економіка та держава. – № 5. – 2006. – С. 65-67.
2. Иванов Ю.Б., Тищенко А.Н., Дробитько Н.А. Конкурентоспособность предприятия: оценка, диагностика, стратегия [Текст] / Ю.Б. Иванов, А.Н. Тищенко, Н.А. Дробитько. – Харьков : ХНЭУ, 2004. – 255 с.
3. Воронкова А.Э. Стратегическое управление конкурентоспособным потенциалом предприятия: диагностика и организация [Текст] / А.Э. Воронкова. – Луганск : ВНУ, 2000. – 315 с.
4. Давідіч Ю.О. Конспект лекцій з дисципліни «Ефективність транспортних процесів» [Текст] / Ю.О. Давідіч. – Харків : ХНУМГ ім. О.М. Бекетова, 2017. – 36 с.
5. Должанський І.З., Загорна Т.О. Конкурентоспроможність підприємства [Текст] / І.З. Должанський, Т.О. Загорна: Навч. посібник. – К. : Центр навчальної літератури, 2006. – 384 с.

## REFERENCES

1. Reutov, V.M. (2006). Konkurentnist' pidpriemstva: kryterii, pokaznyky i metodyky otsiniuvania [Competitiveness of the enterprise: criteria, indicators and evaluation methods]. *Ekonomika i derzhava - Economy and the state*, 5, 65-67 [in Ukrainian].
2. Ivanov, Yu.B., & Tishchenko A.N., & Drobitsko, N.A. (2004). *Konkuretosposobnost' predpriatiia: otsenka, diagnostika, strategiia* [Competitiveness of the enterprise: evaluation, diagnostics, strategy]. Kharkov, KhNEU [in Ukrainian].
3. Voronkova, A.E. (2000). *Strategicheskoe upravleniie konkurentosposobnym potentsialom predpriatiia: diagnostika i organizatsiia* [Strategic management of the competitive potential of the enterprise: diagnostics and organization]. Lugansk, VNU [in Ukrainian].
4. Davidich Yu.O. (2017). *Konspekt lektsiy z dystsypliny "Efektyvnist' transportnyh protsesiv"* [Summary of lectures on discipline "Efficiency of transport processes"]. Kharkiv, KhNUMG im. Beketova [in Ukrainian].
5. Dolzhansky I.Z., & Zahorna T.O. (2006). *Konkurentnist' pidpriemstva* [Competitiveness of the enterprise]. Teaching. manual]. Kyiv, Centr navchal'noji literatury [in Ukrainian].

### **Познаховский В.А., Киричок А.Г. Существующие методы оценки конкурентоспособности автотранспортных предприятий и пути их совершенствования.**

В статье обозначены основные задачи и сложности оценки конкурентоспособности автотранспортных предприятий, охарактеризованы существующие методы её оценки и предложена методика определения конкурентоспособности автотранспортного предприятия на основе системы показателей.

**Ключевые слова:** автотранспортное предприятие, конкурентоспособность, методы оценки, система показателей, внутренняя и внешняя среда.

### **V. Poznakhovskiy, O. Kirichok. Existing methods for assessing the competitiveness of road transport enterprises and ways to improve them.**

The article outlines the main tasks and difficulties in assessing the competitiveness of road transport enterprises, characterizes the existing methods for assessing it, and suggests a technique for determining the competitiveness of a trucking enterprise based on a system of indicators.

**Keywords:** trucking enterprise, competitiveness, assessment methods, system of indicators, internal and external environment.

### **АВТОРИ:**

**ПОЗНАХОВСЬКИЙ Віктор Анатолійович**, кандидат економічних наук, доцент кафедри транспортних технологій і технічного сервісу, Національний університет водного господарства та природокористування, e-mail: [v.a.poznakhovskiy@nuwm.edu.ua](mailto:v.a.poznakhovskiy@nuwm.edu.ua)

**КІРИЧОК Олександр Георгійович**, кандидат технічних наук, доцент кафедри транспортних технологій і технічного сервісу, Національний університет водного господарства та природокористування, e-mail: [o.h.kirichok@nuwm.edu.ua](mailto:o.h.kirichok@nuwm.edu.ua)

### **АВТОРЫ:**

**ПОЗНАХОВСКИЙ Виктор Анатоліевич**, кандидат экономических наук, доцент кафедры транспортных технологий и технического сервиса, Национальный университет водного хозяйства и природопользования, e-mail: [v.a.poznakhovskiy@nuwm.edu.ua](mailto:v.a.poznakhovskiy@nuwm.edu.ua)

**КИРИЧОК Александр Георгиевич**, кандидат технических наук, доцент кафедры транспортных технологий и технического сервиса, Национальный университет водного хозяйства и природопользования, e-mail: [o.h.kirichok@nuwm.edu.ua](mailto:o.h.kirichok@nuwm.edu.ua)

### **AUTHORS:**

**Victor POZNAHOVSKYY**, PhD in Economics, Assoc. Professor of Transport Technology and Service Department, National University of Water and Environmental Engineering,, e-mail: [v.a.poznakhovskiy@nuwm.edu.ua](mailto:v.a.poznakhovskiy@nuwm.edu.ua)

**Oleksandr KIRICHOK**, PhD in Engineering, Assoc. Professor of Transport Technology and Service Department, National University of Water and Environmental Engineering, e-mail: [o.h.kirichok@nuwm.edu.ua](mailto:o.h.kirichok@nuwm.edu.ua)