

СЕЛІВЕРСТОВА

Людмила Сергіївна

yuliya_ryabushenko@mail.ru

УДК 339.137

РЯБУШЕНКО

Юлія Олександрівна

yuliya_ryabushenko@mail.ru



к.е.н., доцент
Київського національного
університету технологій
та дизайну
м. Київ

**ДОСЛІДЖЕННЯ ВНУТРІШНЬОГО
СЕРЕДОВИЩА ПІДПРИЄМСТВА
СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ
ТА ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ
ЙОГО ПРОДУКЦІЇ**

**THE STUDY OF THE INTERNAL
ENVIRONMENT OF THE
ENTERPRISES OF AVERAGE
BUSINESS AND TO INCREASE
THE LEVEL OF COMPETITIVENESS
OF ITS PRODUCTS**



Студентка
Київського національного
університету технологій
та дизайну
м. Київ

У статті досліджено теоретичні засади конкурентоспроможності продукції підприємств в умовах глобальної фінансової кризи.

В статье исследованы теоретические основы конкурентоспособности продукции предприятий в условиях глобального финансового кризиса.

The article explores the theoretical foundations of competitiveness of products of the enterprises in conditions of the global financial crisis.

Ключові слова: конкурентоспроможність, продукція, моделі, рівень якості, оцінка якості, експертна оцінка вагомості.

Ключевые слова: конкурентоспособность, продукция, модели, уровень качества, оценка качества, экспертная оценка значимости.

Key words: competitiveness, products, models, quality, quality assessment, expert assessment of gravity.

ВСТУП

Вітчизняне виробництво сьогодні характеризується далеко не повним використанням факторів управління, які забезпечують підвищення його ефективності, удосконалення структури, впровадження новітньої технології та сучасних методів управління виробництвом. За таких умов необхідний пошук нових підходів для забезпечення фінансового оздоровлення та розвитку промисловості.

Одним з таких підходів є конкурентоспроможність підприємницької діяльності.

Проблема управління конкурентоспроможністю продукції останнім часом все більше пригортає увагу вчених та спеціалістів-практиків у всьому світі. Інтерес до цієї проблеми не випадковий. Як відомо, досягнення конкурентних переваг є головною стратегічною задачею будь-якого підприємства, найважливішим засобом забезпечення стійкого збуту продукції та високих фінансових результатів його діяльності.

Процес управління конкурентоспроможністю розпочинається з аналізу та оцінки досягнутого її рівня.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Питанню оцінювання конкурентоспроможності при-

свячено багато розробок і економічних досліджень. Основні розробки належать таким відомим науковцям, як Спиридонов І. А. [7, с. 19], Сухачев Ю. А. [8, с. 69], Долинська М. Г. [1, с. 54], Дурович А. П. [2, с. 148], Петрович І. О. [4, с. 30].

МЕТОЇ РОБОТИ є вивчення напряму управління конкурентоспроможністю продукції підприємства та підвищення ефективності його діяльності.

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Методологічною та інформаційною основою роботи є наукові праці, матеріали періодичних видань, ресурси Internet.

Найбільш розповсюджена методика полягає в тому, що всі параметри, якими оперують споживачі при провадженні покупки поділяються на технічні параметри та економічні, а показник конкурентоспроможності переважно більшістю авторів визначається як відношення інтегрального показника до показника товару-еталону.

РЕЗУЛЬТАТИ

Розглянувши існуючі підходи до оцінки кількості про-

дукції, автор пропонує використання методики визначення конкурентоспроможності продукції легкої промисловості, що наведена на прикладі швейного підприємства, і включає декілька етапів:

1. Оцінка рівня якості моделей за провідними, найбільш важливими для споживача параметрами (прово-

диться за 10 – ти або 100 бальною шкалою) (табл. 1).

2. Експертна оцінка вагомості кожного показника визначається методом анкетування представницької вибірки респондентів-споживачів (наприклад, у середовищі молоді, якщо група виробів призначена для цієї групи споживачів) (табл. 2).

Таблиця 1

Оцінка якості груп моделей спеціалістами (за 10-ти бальною шкалою) [8]

Показники якості	Бальна оцінка показників за моделями												
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
1. Відповідність моделі, конструкції, силуету, направленню моди.	8,0	4,3	6,5	7,8	9,2	4,7	8,3	3,7	6,3	8,1	5,9	4,5	7,3
2. Художньо-коліристичне оформлення	8,8	3,2	6,4	7,5	4,1	3,8	7,5	4,8	3,5	7,8	6,9	3,5	5,4
3. Функціональність моделі (відповідність призначенню в залежності від сезону, віку, напрямку використання)	8,6	5,9	3,8	6,2	5,8	6,1	5,2	7,4	4,3	6,8	5,1	7,1	6,4
4. Якість виготовлення (обробки)	8,7	5,4	5,3	8,2	3,7	7,2	8,0	8,5	7,8	8,2	7,2	6,8	7,4
5. Матеріали, фурнітура	7,3	4,6	5,9	6,8	5,1	6,2	6,2	8,0	4,1	5,6	7,0	7,8	8,1

Таблиця 2

Оцінка вагомості показників респондентами-споживачами [8]

№ показника	Оцінка показників респондентами, умовно позначеними №, %										Середня величина
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	35	25	30	30	25	20	40	20	55	35	31,5
2	20	20	35	20	30	30	25	40	5	10	23,5
3	30	15	15	10	20	20	15	10	10	20	15,5
4	5	15	10	10	15	10	5	10	10	25	11,5
5	20	25	10	30	10	20	15	20	20	10	18,0
Всього	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

3. Визначення рівня якості моделей проводиться за формулою:

$$P_{яi} = B_{ij} \cdot K_{вj}, \quad (1)$$

де: $P_{яi}$ - кількість показників якості;
 B_{ij} - бальна оцінка кожного j-того одиничного показника для i-тої моделі;

$K_{вj}$ – коефіцієнт вагомості даного j-того показника ($\sum K_{вj}=1$).

Рівень якості груп моделей в балах розраховується таким чином (наприклад для 1-го виробу):

$$P_{я1} = 8,0 \cdot 0,315 + 8,8 \cdot 0,235 + 8,6 \cdot 0,155 + 8,7 \cdot 0,115 + 7,3 \cdot 0,18 = 8,26$$

Таблиця 3

Рівень якості моделей [8]

Мо- дель	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Рівень якості	8,2	4,3	8,2	7,3	6,1	5,3	7,2	5,9	5,1	7,4	6,6	5,5	6,7

4. Розрахунок показника конкурентоспроможності продукції (K_{ci}) кожної моделі:

$$P_{я} = \frac{K_{ci}}{C_i} \quad (2)$$

де C_i - гуртова ціна підприємства на i-ту модель.
 Розрахунок показників конкурентоспроможності продукції наведено в табл.4.

Таблиця 4

Конкурентоспроможність моделей [8]

Показ- ники	Значення показників по моделям												
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Біj x Kвj	8,2	4,3	8,2	7,3	6,1	5,3	7,2	5,9	5,1	7,4	6,6	5,5	6,7
Ціна , грн	113	92	80	129	167	135	121	102	143	112	109	172	169
Kci	0,07	0,05	0,1	0,06	0,04	0,04	0,06	0,06	0,04	0,07	0,06	0,03	0,04
Kcni	0,7	0,5	1	0,6	0,4	0,4	0,6	0,6	0,4	0,7	0,6	0,3	0,4

5. Розрахунок нормованого коефіцієнта конкурентоспроможності продукції (K_{cni}):

$$K_{cni} = \frac{K_{ci}}{K_{c \max}} \quad (3)$$

де: $K_{c \max}$ - максимальний показник конкурентоспроможності продукції.

Для оцінки конкурентоспроможності продукції може бути використані такі підходи як:

А) Матриця конкурентного профілю.

Б) Непряма характеристика конкурентоспроможності продукції, а саме:

$$K_c = 1 - \frac{\text{Залишки не реалізованої продукції на кінець року}}{\text{Витуск продукції річний}} \quad (4)$$

6. Показник конкурентоспроможності продукції по підприємству розраховується як середньозважене нормованих коефіцієнтів конкурентоспроможності на обсяги виробництва.

ВИСНОВКИ

Запропонована у статті методика дозволяє отримувати більш об'єктивні оцінки конкурентоспроможності продукції легкої промисловості, знаходити слабкі сторони в діяльності підприємства, спричинені низькою конкурентоспроможністю продукції та вживати адекватних заходів щодо їх подолання, що дозволить підприємствам середнього бізнесу вчасно досліджувати внутрішнє середовище та підвищити конкурентоспроможність продукції.

Література:

1. Долинская М.Г., Соловьёв И.А. Маркетинг и конкурентоспособность промышленной продукции. – М.: Издательство стандартов, 1991. – 128с.
2. Дурович А.П. Маркетинг в предпринимательской деятельности. – Мн.:НПЖ «Финансы, учёт, аудит», 1997. – 464с.
3. Лабурцева О.І. Оцінка конкурентоспроможності продукції легкої промисловості у стратегічному маркетингу // Вісник КНУДТ. – 2003. - № 4. - С. 153-158.
4. Петрович Й., Катаев А. Определение конкурентоспособности товаров производственного назначения в системе маркетинга // Экономика Украины. - 1997. - №10. - С.30-35.
5. Покропивний С.Ф., Колот В.М. Підприємництво: стратегія, організація, ефективність: Навчальний посібник. – К.: КНЕУ, 1998. – 352с.
6. Покропивний С.Ф. Економіка підприємства. Навчальний посібник. – К.: КНЕУ, 2001. – 528с.
7. Спиридонов И.А. Международная конкуренция и пути повышения конкурентоспособности экономики России. Учебное пособие. – М.: ИНФРА- 1997. - 169с.
8. Сухачев Ю.А., Серова Т.В., Флерова З.Г. Оценка конкурентоспособности продукции. Учебное пособие – Калининград: ЦНИИмаш, 1992. – 34с.
9. Терещенко О.О. Фінансова діяльність суб'єктів господарювання. Навчальний посібник. – К., 2003. – 589с.
10. Ушакова Н.Н., Унковская Т.Е., Гуляева Н.Н., Гринюк Н.А. Инвестирование, финансирование, кредитование. Стратегия и тактика предприятия. - К.: КГТЭУ, 1997, С. 155.