

## РОЗВИТОК КОНКУРЕНТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ЯК ОСНОВА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Кирчата І.М., к.е.н., доцент

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

**Анотація.** В статті розглянуто питання пов'язані з підвищенням рівня конкурентоспроможності підприємства, досліджено сутність та визначено місце конкурентного потенціалу в загальній системі управління конкурентоспроможністю підприємства.

Предметом дослідження виступає конкурентоспроможність підприємства, яка є необхідною умовою досягнення достатньої прибутковості в майбутньому, а підвищення її рівня є складовою загальної системи управління підприємством.

Мета роботи обумовила необхідність визначення ролі розвитку конкурентного потенціалу в забезпеченні підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства.

Для вирішення поставлених завдань були використані загальнонаукові та прикладні методи дослідження, а саме: теоретичного узагальнення і систематизації (при дослідженні літературних джерел, понятійного апарату).

На основі комплексного дослідження в роботі визначено, що в основі побудови системи управління конкурентоспроможністю підприємства має бути механізм, що враховує з одного боку ефективність використання конкурентного потенціалу підприємства та виявлення резервів, а з іншого, - положення підприємства на ринку та вплив зовнішнього середовища.

**Ключові слова:** конкуренція, конкурентний потенціал, конкурентоспроможність, конкурентоспроможність, резерви, ефективність

## COMPETITIVE POTENTIAL AS A BASIS FOR ENSURING THE COMPETITIVENESS OF ENTERPRISES

Irina Kirchata, PhD in Economics, Associate Professor

Kharkov National Automobile and Highway University

**Summary.** The study is devoted to the questions which connected with growth of enterprise competitiveness. The article was reviewed essence of competitive potential and its place at the General system of competitiveness management enterprise.

The subject of the study was chosen the competitiveness of enterprise which is a necessary condition to achievement sufficient profitability in the future and increasing its level. The paper was underlined that enterprise competitiveness is an integral part of the overall enterprise management.

The purpose of the work was necessitated the definition of the role of development competitive potential in improving the enterprises competitiveness.

The general scientific and practical research methods such as theoretical generalization and systematization were used for the address the objectives (at research of literature, the conceptual apparatus).

On the basis of complex research at the article was determined that the building management system by the enterprise competitiveness should be based on a mechanism. From one side it takes into account an efficiency of using of the competitive potential of the enterprise and the identification of reserves, and the other side – the provisions on market and environmental impact.

**Keywords:** competition, competitive potential, competitiveness, reserves, efficiency

**Постановка проблеми.** Сьогодні сучасна ринкова економіка України формується та розвивається одночасно із загостренням конкурентної боротьби у всьому світі, яка при цьому з кожним роком набуває більш глобальних масштабів. Проблема формування висококонкурентної національної економіки є на сьогодні ключовою, а реалії свідчать, що більшість вітчизняних суб'єктів господарювання є неконкурентоспроможними на світових ринках, що підтверджується результатами рейтингів провідних міжнародних організацій, згідно з якими Україна посідає одне із останніх місць серед досліджуваних країн [1].

За таких умов можливості стабільного економічного зростання як в цілому економіки України, так й окремого товаровиробника багато в чому залежать від ефективного вирішення питання, пов'язаного з побудовою відповідної системи управління підприємством, зокрема управління його конкурентоспроможністю в першу чергу. Саме тому перед керівництвом постає завдання пошуку стратегічних можливостей та форму-

вання нових стійких конкурентних переваг, які в подальшому дозволять виявляти та реалізовувати невикористані резерви конкурентоспроможності підприємства. І саме тому дослідження та пошук шляхів розвитку конкурентоспроможності підприємств на шляху трансформаційних ринкових перетворень є досить актуальним завданням, яке потребує нагального вирішення.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Говорячи про загострення конкуренції, сутність якої знаходить свій прояв у конкурентоспроможності, яка ще до недавнього часу залишалася малодослідженою вітчизняною економічною наукою, слід відмітити чим це було обумовлено: у дореформених умовах звертання до цієї сфери економічного життя не було актуальним, а трансформація національної господарської системи відбулася настільки швидко та радикально, що наука не встигла досконально визначити нові реалії; в деякій мірі перешкодою цьому процесу виступає очевидність змісту категорії „конкурентоспроможність”, а також близькість останньої до змісту категорії „ефективність”; багатоглибина проблеми. Її досліджують спеціалісти з маркетингу, управління якістю, менеджменту, при цьому ніхто не намагається вийти за рамки своєї спеціалізації. Тому накопичений великий обсяг наукової інформації потребує систематизації [2].

Будучи складним і динамічним ринковий простір обумовив потребу в перегляді концептуального підходу до управління конкурентоспроможністю підприємства, зокрема вимагаючи своєчасної адаптації системи управління до змінюваних чинників зовнішнього середовища.

Про значний науковий внесок у теоретичні та практичні дослідження проблем конкурентоспроможності свідчать розробки зарубіжних та вітчизняних вчених, проте запропоновані підходи до оцінки та управління конкурентоспроможністю підприємства, які досить детально відображають зміст проблеми, мають багато аспектів що є недостатньо розкритими та обґрунтованими. Враховуючи, що критерієм адаптації підприємства до ринкових умов господарювання є рівень конкурентоспроможності, то необхідно досліджувати взаємозв'язок між конкурентоспроможністю конкретних товарів, окремих підприємств та країни в цілому.

Особливу увагу в дослідженні конкурентної ситуації слід приділяти гіперконкуренції та тим рушійним силам, які її зумовлюють [2]: глобалізація, яка йде у двох напрямках: глобалізація конкуренції у сфері пропозиції, що виражається в інтеграції планування і співробітництві підприємств на світовому ринку, щоб протистояти іншим глобальним конкурентам; і глобалізація конкуренції шляхом гомогенізації попиту, що проявляється в безперервному зростанні кількості глобально діючих споживачів і посередників, які підвищують попит на уніфіковану продукцію; поляризація ринків, яка виражається в тому, що споживачі дедалі більше віддають переваги якісній продукції, нехай навіть за більшою ціною; процес розмивання галузевих меж, який також йде у двох напрямках: стираються межі між різними галузями (відбувається їх зрощення); зникають внутрішньогалузеві межі (прагнення розширення асортименту продукції); зростання технізації у формі швидкого поширення інформаційної та комунікаційної технологій. Їх використання дозволяє створювати потужні інформаційно-комунікаційні системи, за допомогою яких всі процеси між підприємствами, торговцями, постачальниками і клієнтами можуть бути організовані і реалізовані швидше і ефективніше; дерегулювання ринків.

Крім того, в економічній літературі можна зустріти думку, що на глобальних ринках зустрічається нова форма конкуренції, а саме: група проти групи. Цей вид конкуренції обумовлений загостренням міжнародної технологічної конкуренції в світовій економіці, а тому все частіше спостерігаються процеси кооперації та співробітництва. Ш. Майталь вважає, що розглядати та оцінювати стратегію бізнесу слід саме через концепцію конкуренції на основі співробітництва: „... не конкуренція, а кооперація та співробітництво є фундаментальним джерелом прибутку компаній та економічного добробуту компаній”. Інтенсивна конкуренція на внутрішньому ринку може лише призвести до зменшення інвестиційного потенціалу окремих фірм і внаслідок цього до зниження міжнародної конкурентоспроможності країни [3].

**Невирішені складові загальної проблеми.** За таких умов подальшого удосконалення потребує процес розвитку теоретичних і методико-прикладних аспектів управління та оцінки конкурентоспроможності підприємства, який має використовувати комплексний показник загального рівня конкурентоспроможності, що інтегрує оцінку рівня конкурентного потенціалу та конкурентної стійкості, як основи забезпечення і

виявлення резервів конкурентоспроможності підприємства в подальшому.

**Формулювання цілей статті.** Метою роботи є розвиток теоретичних основ, науково-методичних рекомендацій та практичного інструментарію щодо управління конкурентоспроможністю підприємства на засадах формування та розвитку його конкурентного потенціалу.

**Виклад основного матеріалу.** Дослідження поняття «конкурентоспроможність підприємства» передбачає визначення сутності категорії «конкуренція», оскільки вони взаємозв'язані в логічному уявленні: про конкурентоспроможність мова йде тільки при наявності конкуренції на ринку товарів і послуг. Конкурентоспроможність об'єкту будь-якого рівня не є сталою характеристикою, крім за все вона нерозривно пов'язана з мінливістю конкуренції. Конкуренція – є динамічною і базується на оновленні та пошуку стратегічних відмінностей [4].

Категорія «конкурентоспроможність підприємства» узагальнює широке коло проблем з виявлення потенційних можливостей підприємства в конкурентній боротьбі, умови ведення якої вимагають від підприємств постійного пошуку шляхів підвищення рівня своєї конкурентоспроможності, що досягається чітким орієнтуванням на ефективне використання всіх наявних в його розпорядженні можливостей (табл.1).

**Таблиця 1 - Визначення конкурентоспроможності підприємства [5]**

Визначення	Джерело
1	2
<b>Конкурентоспроможність</b> – положення товаровиробника на внутрішньому та зовнішньому ринку, яке визначається сукупністю факторів та відображається сукупністю показників	М. Портер
<b>Конкурентоспроможність</b> – здатність організації виробляти і продавати конкурентоспроможний продукт; перевага цієї конкурентної організації по відношенню до інших організацій-конкурентів	С.А. Попов
<b>Конкурентоспроможність підприємства</b> - відносна характеристика, яка відображає відмінності в розвитку даної фірми від конкурентних фірм за ступенем задоволення своїми товарами потреби людей і за ефективністю виробничої діяльності.	М.Х. Мескон
<b>Конкурентність</b> (конкурентоспроможність) - відносна здатність не тільки підприємства, але й сектора, народного господарства, у порівнянні з іншими суб'єктами економічних відносин до: виробництва сучасних, технологічно інтенсивних товарів, вирішення нових технічних проблем, досягнення доходів (постійно зростаючих) при високому рівні зайнятості та відносно високому рівні заробітної плати	Б. Шлюсарчик
<b>Конкурентоспроможність підприємства</b> визначається як середньозважена величина за показниками конкурентоспроможності конкретних товарів на конкретних ринках	Р.А. Фатхутдінов
<b>Конкурентоспроможність підприємства</b> – характеристика, що визначає стійкість підприємства, здатність його зберігати своє становище на ринку чи розширювати займаний сектор ринку	О.Г. Савчук
<b>Конкурентоспроможність підприємства</b> – порівняльна перевага підприємства відносно інших підприємств галузі країни та за її межами	А.П. Градов
<b>Конкурентоспроможність підприємства</b> – комплексна порівняльна характеристика підприємства, що відображує ступінь переваги оціночних показників діяльності підприємства, що визначає його успіх на певному ринку за певний проміжок часу щодо сукупності показників	В.Ф. Оберемчук
<b>Конкурентоспроможність підприємства</b> – рівень його компетенції щодо інших підприємств-конкурентів у нагромадженні і використанні виробничого потенціалу визначеної спрямованості, а також його окремих складових: технології, ресурсів, менеджменту, навичок і знань персоналу, що знаходять вираження в таких результируючих показниках, як якість продукції, прибутковість, продуктивність	З.Е. Шершняова, С.В. Оборська
<b>Конкурентоспроможність підприємства</b> - це система, яка складається з безперервно взаємодіючих факторів та характеризує ступінь реалізації потенційних можливостей підприємства до отримання та утримання конкурентної переваги	Ю.Б. Іванов

Визначення	Джерело
1	2
<b>Конкурентоспроможність підприємства</b> – спроможність підприємства виробляти та реалізовувати конкурентоспроможну продукцію	А.Ю. Юданов
<b>Конкурентоспроможність підприємства</b> – оцінка його внутрішнього потенціалу (стану) стосовно конкурентів	О.М. Тридід
<b>Конкурентоспроможність підприємства</b> – динамічна характеристика властивості підприємства адаптуватися до змін в зовнішньому середовищі та забезпечувати при цьому достатній рівень конкурентних переваг	Г.С. Бондаренко, В.Г. Шинкаренко
<b>Конкурентоспроможність підприємства</b> – визначає конкурентостійкість підприємства та визначається внутрішніми факторами	В.Л. Дикань
<b>Конкурентоспроможність підприємства</b> - це спроможність підприємства до отримання синергічного ефекту від раціонального використання конкурентних переваг	А.Н. Тищенко, О.С. Головка
<b>Конкурентоспроможність підприємства</b> - порівняльна перевага по відношенню до інших підприємств даної галузі всередині країни чи за її межами. Перевага визначається станом його внутрішнього середовища, а саме ефективністю діючої стратегії, технічними та технологічними ресурсами, організацією управління та маркетингової діяльності тощо	В.Н. Гавва

Проведене дослідження вказує на неоднозначність в тлумаченнях цієї категорії, а тому для розкриття економічної сутності проведемо аналіз літературних джерел

Зважаючи на значну кількість розробок в сфері дослідження конкурентоспроможності підприємства необхідно проаналізувати вже існуючі системи управління конкурентоспроможністю, оскільки вже існує значний доробок у цьому напрямку.

Серед різноманітних систем управління, що використовуються на вітчизняних підприємствах, доцільно виділити адаптивну систему управління конкурентоспроможністю, яка дає змогу: враховувати в управлінні конкурентоспроможністю особливості зовнішнього середовища та динамічного державно-правового поля; підвищувати надійність системи управління в умовах впливу випадкових факторів; забезпечувати інваріантність системи конкурентоспроможності до різних типів підприємств; оптимізувати час розробки і впровадження системи в практику функціонування підприємств; підвищувати рівень гнучкості та мобільності системи управління конкурентоспроможністю [6].

Внутрішня побудова системи управління конкурентоспроможністю за Р.А. Фатхудіновим [7] складається з п'яти взаємопов'язаних підсистем: наукової підтримки, цільової, забезпечуючої, керуючої та керованої. У цій роботі автор особливу увагу приділяє вирішенню проблеми забезпечення конкурентоспроможності соціально-економічних, виробничих та технічних систем.

Організаційно-економічна концепція в роботі Ю.Б. Іванова [8] спрямована на забезпечення конкурентоспроможності підприємства та сформульована завдяки дослідженню механізму взаємодії чинників внутрішнього середовища та їхнього впливу на конкурентоспроможність підприємства. Структура запропонованої концепції включає три рівні: цілі, комплекс теоретично-методичного забезпечення та інструментарій практичної реалізації. Визначальними напрямками організаційно-економічної концепції забезпечення конкурентоспроможності підприємства встановлено: забезпечення стійкого протікання виробничого процесу, ефективне використання матеріальних і паливно-енергетичних ресурсів, удосконалення організації управління підприємством.

Розроблена Г.М. Скударем [9] укрупнена схема організаційно-економічного механізму системи управління конкурентоспроможністю представляє собою специфічну багатофункціональну і багатокомпонентну систему, яка складається з комплексу взаємопов'язаних блоків (елементів), що знаходяться під впливом зовнішніх і внутрішніх чинників та утворюють визначену цілісність. Склад і структуру основних елементів системи управління конкурентоспроможністю сформовано в програмно-цільові комплексні блоки: організаційні, економічні, техніко-технологічні заходи, які розглядаються як система та включають різноманітні системоутворюючі компоненти. Усі блоки системи пов'язані один з одним та утворюють визначену цілісність.

Запропонована Н.І. Осиченком [10] система управління конкурентоспроможністю підприємства має деякі спільні структурні елементи та принципи формування системи, створеної Г.М. Скударем, хоча тут вже виділяються деякі елементи керуючої підсистеми,

проте безпосередньо керуюча підсистема відсутня. Вона охоплює головні елементи поведінки підприємства у виробничо-господарській сфері та ринковій тактиці і є сукупністю елементів, за допомогою яких підприємство спрямовує свою місію й прагне до досягнення визначених цілей. Система управління конкурентоспроможністю є складовою системи управління підприємством.

Запропонована Ю.Ф. Ярошенком в роботі [11] система підвищення конкурентоспроможності підприємства включає підсистему забезпечення адаптації до умов зовнішнього середовища, підсистему забезпечення гнучкості структури управління й виробничої системи, підсистему забезпечення ефективного використання потенціалу підприємства та ринку, що взаємозалежні й взаємообумовлені, але водночас є відносно автономними.

Головну роль у реалізації такої моделі покладено на реструктуризацію підприємств, одним із найважливіших завдань якої є встановлення динамічної та відповідності потенціалу підприємства його позиції.

В даній роботі доцільно відмітити важливий висновок щодо системи управління конкурентоспроможністю підприємства, яка забезпечує динамічну відповідність між його потенціалом та ринковою позицією.

Методичний підхід до формування організаційно-економічних механізмів забезпечення конкурентоспроможності підприємств в своїй роботі висвітлює Б.М. Курганська [12]. Основою для розроблених механізмів є комплексний підхід до формування конкурентоспроможності підприємства, що ураховує зв'язок конкурентоспроможності продукції, технологічних процесів і підприємства як господарської структури.

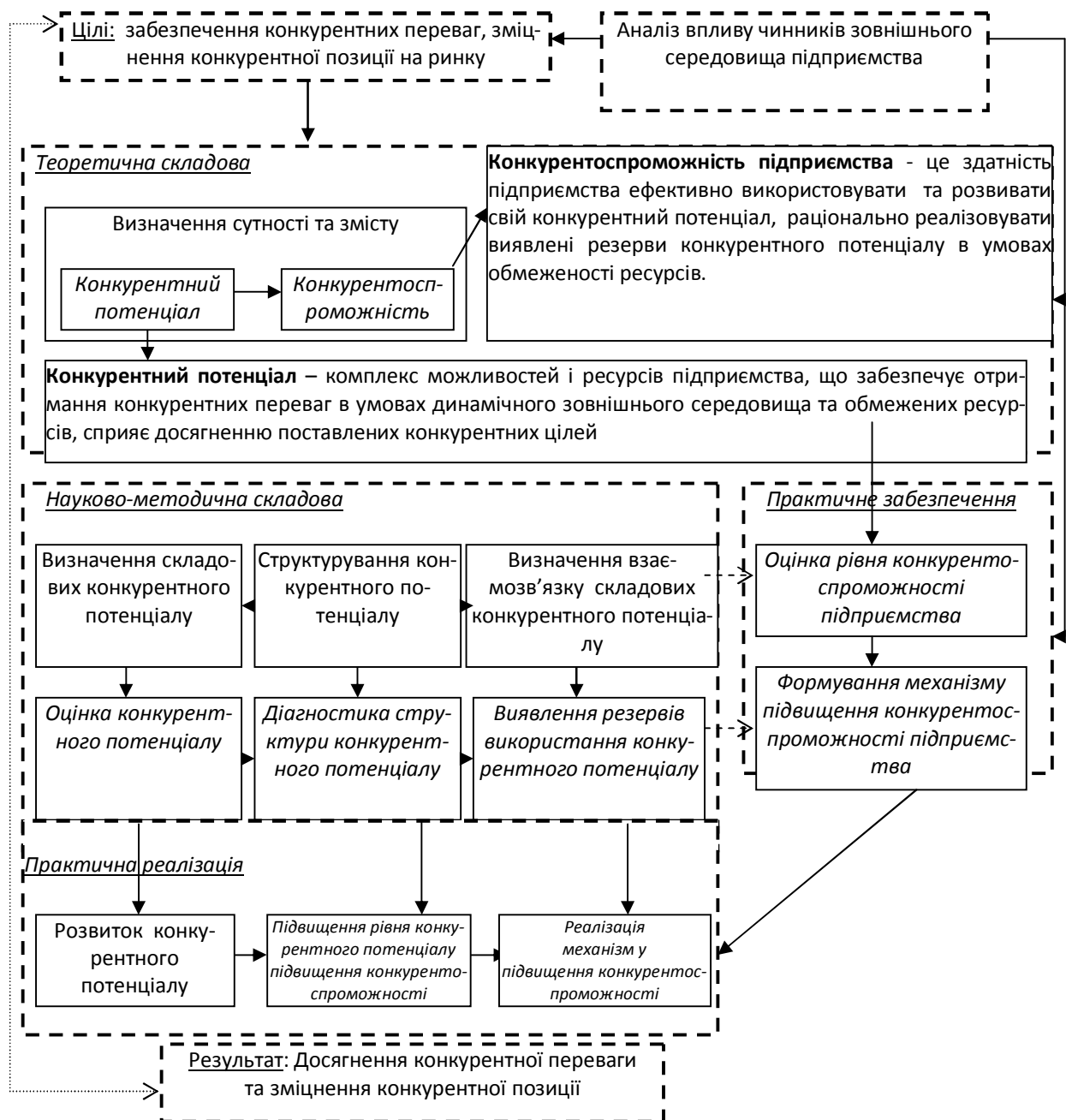
Аналіз сучасних підходів до управління конкурентоспроможністю підприємства, запропонованих авторами, виявив, що існуючих відмінностей між такими системами набагато більше ніж, наприклад, між показниками, що визначають конкурентоспроможність підприємства, чи методиками її оцінки.

Зважаючи на значні відмінності між розглянутими системами управління конкурентоспроможністю, доцільно провести узагальнення досвіду авторів та виявити спільні риси та відмінності в наведених підходах: конкурентоспроможність підприємства є необхідною умовою досягнення достатньої прибутковості в майбутньому; підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства є складовою загального управління підприємством; довгострокова конкурентоспроможність промислового підприємства може бути досягнута шляхом цілеспрямованого забезпечення підвищення його конкурентоспроможності з використанням системи ефективного використання конкурентного потенціалу; система підвищення конкурентоспроможності підприємства повинна бути відділена від зовнішнього середовища та водночас враховувати його дестабілізуючий вплив; система підвищення конкурентоспроможності підприємства повинна включати підсистеми: керуючу (для управління системою), забезпечуючу (для забезпечення необхідними ресурсами), керовану (конкурентний потенціал) та підсистему впливу на чинники конкурентоспроможності (для досягнення необхідного рівня конкурентоспроможності) [5].

Механізм формування конкурентоспроможності підприємства виступає складовою системи управління підприємства в цілому та передбачає проведення наступних послідовних дій: виявлення структури конкурентного потенціалу, виявлення його резервів та заходи, щодо збереження і розвитку в загальній системі управління конкурентоспроможністю підприємства (рис.1)

Як підсумок, слід визначити основні функції які покладено на систему управління конкурентоспроможністю підприємства: формування системи показників, параметрів та критеріїв управління конкурентоспроможністю; оцінка ступені достатності конкурентного потенціалу для утримання конкурентоспроможності на досягнутому рівні; оцінка ступені гнучкості конкурентного потенціалу; аналіз і оцінювання реалізації заходів щодо підвищення конкурентоспроможності з метою подальшої їх координації та контролю; пошук нових перспективних можливостей та аналітичний супровід прийняття стратегічних рішень, щодо їх реалізації [5].

**Висновок.** Реалізація зазначених заходів - складна задача, що вимагає використання різноманітних аналітичних методів дослідження конкурентоспроможності і системного підходу при здійсненні. В основі побудови системи управління конкурентоспроможністю підприємства має бути механізм, що враховує з одного боку ефективність використання конкурентного потенціалу підприємства та виявлення резервів, а з іншого, - положення підприємства на ринку та вплив зовнішнього середовища.



**Рисунок 1 – Схема процесу управління конкурентним потенціалом в системі управління конкурентоспроможністю підприємства**

**Перелік посилань:**

1. Кирчата І.М. Оцінка конкурентного потенціалу в системі управління конкурентоспроможністю підприємства : дис. ... кандидата екон. наук : 08.00.04 / Кирчата Ірина Миколаївна. Х., 2007. – 214 с.
2. Єрохін С.А. Структурна трансформація національної економіки: теорет. - методол. аспект : [монографія] / С.А. Єрохін. - К. : Світ Знань. - 2002. - 525 с.
3. Майталь Ш. Економіка для менеджерів: десять важних інструментів для керівників / Пер. с англ., Акад. нар. хоз-ва при прав. Рос. федерації. - М. : Дело. -1996. – 196 с.
4. Портер М. Международная конкуренция / М. Портер. – М. : Международные отношения. - 1993. – 896 с.
5. Кирчата І.М., Поясник Г.В. Управління конкурентоспроможністю підприємства в глобальному середовищі : монографія / І.М. Кирчата, Г.В. Поясник. – Харків : Вид-во ХНАДУ. – 2009. – 160 с.
6. Управление конкурентоспособностью предприятий на основе маркетинга: [монографія] / Л.В. Балабанова, А.В. Кривенко. – Донецк : ДонГУЭТ, 2004. – 147 с.
7. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление / Фатхутдинов Р.А. - М. : ИНФРА, 2000. – 312 с.

8. Іванов Ю.Б. Організаційно-економічні проблеми забезпечення конкурентоспроможності промислових підприємств в умовах формування ринкових відносин: автореф. дисертації на здобуття ступеня д-ра екон. наук: 08.06.01/ Іванов Ю. Б. Харківський держ. екон. ун-т.- Харків, 1997. – 32 с.

9. Скудар Г.М. Організаційно-економічний механізм управління конкурентоспроможністю підприємства: автореф. дисертації на здобуття ступеня д-ра екон. наук : 08.06.01 / Скудар Г.М. - Донецьк, 2000. – 35 с.

10. Осиченко Н.І. Управління конкурентоспроможністю підприємства в умовах трансформаційної економіки: автореф. дисертації на здобуття ступеня канд. екон. наук : 08.06.01 / Осиченко Н.І. - Луганськ, 2002. – 19 с.

11. Ярошенко Ю.Ф. Формування організаційно-економічного механізму підвищення конкурентоспроможності підприємства: автореф. дисертації на здобуття ступеня канд. екон. наук : 08.06.01 / Ярошенко Ю.Ф. - Харків, 2001. – 19 с.

12. Курганська Б.М. Організаційно-економічний механізм забезпечення конкурентоздатності підприємства (на прикладі швейної промисловості): автореф. дисертації на здобуття ступеня канд. екон. наук : 08.06.01 / Курганська Б.М. - Львів, 2002. – 21 с.

Стаття надійшла: 20.11.2015 р.

Рецензент: д.е.н., проф. Дмитрієв І.А.



УДК 658:338

JEL Classification M 49

## АНАЛІЗ ПОКАЗНИКІВ ДІЯЛЬНОСТІ АВТОМОБІЛЕБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ ЩОДО ВАРТІСНОЇ ОЦІНКИ БРЕНДА ПІДПРИЄМСТВА

Приходько Д.О., к.е.н.

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

**Анотація.** Предметом статті є показники діяльності автомобілебудівних підприємств. Метою статті є визначення грошового показника, який доцільно використовувати для вартісної оцінки бренда автомобілебудівного підприємства в експертно-бальних методах. З метою одержання обґрунтованих висновків у процесі роботи були використані метод аналізу та синтезу, метод наукової абстракції, системний аналіз, метод комбінаційного групування – для визначення загальних, фінансових, економічних показників, що характеризують діяльність підприємства; метод порівнянь – для виявлення грошового показника, що доцільно залучити до розрахунку вартості бренда.

Для виявлення грошового показника, який доцільно використовувати щодо вартісної оцінки бренда в експертно-бальних методах запропоновано показники діяльності підприємства розділити на дві групи: загальні показники, що характеризують діяльність підприємства; фінансово-економічні показники. До загальних показників, що характеризують діяльність підприємства віднесено обсяг виробництва та середню ціну за групами товарів. До фінансово-економічних показників віднесено дохід, балансову вартість підприємства, додану вартість, що сформована за рахунок матеріальних і нематеріальних активів підприємства, а також показники прибутковості, рентабельності, ліквідності, платоспроможності.

За проведеними розрахунками було визначено, що для грошового виразу вартості бренда доцільно застосовувати показник валової доданої вартості, що сформований за рахунок нематеріальних активів підприємства. При певному поєднанні бальної оцінки та цього грошового показника, можна визначити надбання підприємства за рахунок прихильності покупців до бренда.

**Ключові слова:** бренд, підприємство, вартість, оцінка, показник.

## ANALYSIS OF ENTERPRISES ACTIVITY IN VALUATION OF ENTERPRISES BRAND

Daria Prykhodko, PhD in Economics

Kharkiv National Automobile and Highway University

**Summary.** The subject of the article is the performance of the automotive companies. The aim of the article is to determine the rate of money that should be used for automobile companies brand valuation using expert-point methods. In order to obtain reasonable conclusions in the work, we used a method of analysis and synthesis, method of abstraction, system analysis, combinational grouping method - to determine the general financial and economic indicators of the company's activities; comparisons method to find out a monetary indicator that should be used in calculating the value of the brand.