



Список використаної літератури

1. Дарнопих Г.Ю. Сучасні проблеми економічної безпеки України / Дарнопих Г.Ю. // Вісник Академії правових наук України. - 2008. - №1. - С. 142-150.
2. Евдокимов Ф.И. Экономическая устойчивость предприятия как фактор его безопасности / Евдокимов Ф.И., Мизина Е.В. // Донецкий государственный технический университет : сб. научн. трудов. – Донецк. – 2011. – С.16-25.
3. Ищук Г.П. Риск в современном бизнесе / Ищук Г.П., Москаленко Н.В. // Інформація і ринок. – 2017. - №1. – С. 10-12.
4. Капітула С.В. Організаційна структура підприємства та місце відділу економічної безпеки / Капітула С.В. // Вісник Криворізького технічного університету: зб. наук. праць. – 2015. – Вип. 3.– С. 263-268.
5. Мунтіян В.І. Економічна безпека України: [монографія] / Мунтіян В.І. - К.: Вид-во "КВІЦ", 1999. – 461 с.
6. Олексик О.І. Ризик та невизначеність в управлінні підприємством / Олексик О.І. // Стратегія економічного розвитку України. – 2001. – Вип.5. - С.231-237.
7. Турило А.М. Комплексна оцінка фінансової безпеки підприємства / Турило А.М., Капітула С.В. // Вісник Криворізького технічного університету: зб. наук. праць. – 2006. – Вип.7. – С. 210-213.

**Савчук О.**

магістр

Тернопільський національний економічний університет

м. Тернопіль, Україна

## **КРИТЕРІЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТА ЇХ ОЦІНКА**

Значна кількість українських підприємств адаптувавшись до умов ринкової економіки, характеризується низькою конкурентоспроможністю. Причинами такого становища є відсутність комплексної методики аналізу та забезпечення рівня конкурентоспроможності. Механізм підвищення конкурентоспроможності підприємства повинен ґрунтуватися на об'єктивному аналізі її рівня як інтегральної оцінки основних критеріїв конкурентоспроможності. Такий підхід дозволяє виявити становище конкурентів, фактори, що його визначають, встановити можливі напрямки підвищення конкурентоспроможності та чітко сформулювати задачу вибору найбільш ефективних варіантів такого підвищення.

При дослідженні методичних підходів різних авторів до аналізу конкурентоспроможності підприємства стало очевидним, що нема єдиного трактування критерію. Це свідчить про недоліки у розробленні теорії, зокрема, у виявленні сутності досліджуваного поняття. Критерії конкурентоспроможності мають об'єктивно й адекватно відображати сутність досліджуваного явища. З наукової точки зору критерій – це властивість і якість конкурентоспроможності, ознака, що відображає найістотнішу її суть та є основним принципом оцінки [1, 104]. Критерій як вимір конкурентоспроможності конкретизується через показники, що мають якомога точніше відображати її рівень та динаміку. Такий взаємозв'язок критеріїв і показників природний, що часто призводить до ідентифікації цих понять. Показник – це кількісні зміни окремих економічних явищ, він характеризує результати. Існування єдиного критерію, що відображає комплексну оцінку явищ, не заперечує інші показники, які кількісно відображають різні аспекти економічних процесів, а навіть передбачає їх наявність.

Ознайомлення та критичний аналіз багатьох літературних джерел дали підстави стверджувати, що науковці пропонують різні набори критеріїв аналізу



конкурентоспроможності підприємства, які можна об'єднати в дві групи: внутрішні та зовнішні критерії. До внутрішніх критеріїв відносять: ефективність використання ресурсів [2]; рівень задоволення потреб споживачів [3]; ефективність фінансово-господарської діяльності [3]; конкурентоспроможність продукції [5]; володіння конкурентними перевагами [5]; наявність стратегічних цілей [6]. Набір зовнішніх критеріїв конкурентоспроможності менш широкий і до них в основному відносять ринкову частку підприємства, та її динаміку.

На нашу думку, найбільш логічним та аналітично інтерпретованим внутрішнім критерієм є ефективність фінансово-господарської діяльності. Для аналізу ефективності фінансово-господарської діяльності як внутрішнього критерію пропонуємо використовувати порівняльний комплексний рейтинговий аналіз, котрий полягає у визначенні рангу досліджуваного об'єкту (підприємства, виду діяльності, центра відповідальності тощо) по всій сукупності аналітичних показників. Вдосконалення методики порівняльної комплексної рейтингової оцінки шляхом використання кореляційного аналізу при відборі показників та застосування комплексного, багатовекторного підходу до аналізу ефективності фінансово-господарської діяльності як основного внутрішнього критерію дасть змогу діагностувати конкурентоспроможність підприємств на основі даних їх публічної звітності, порівняння конкурентоспроможності у просторі та в часі, поєднання в аналізі довготермінового й короткотермінового періодів, враховувати реальні досягнення конкурентів і реалізувати гнучкий розрахунковий алгоритм, що враховує переваги математичної моделі порівняльного комплексного рейтингового аналізу конкурентоспроможності підприємств.

Важливим чинником у стратегічному аналізі конкурентоспроможності підприємства є її зовнішні критерії, до яких відносять ринкову частку підприємства та її динаміку, на котру, значно впливають фактори мікро- і макросередовищ. Мікросередовище характерне тими елементами, з котрими підприємство прямо контактує: постачальники; покупці; конкуренти; товари-заміники; стейкхолдери. Макросередовище створює загальні умови діяльності підприємства і переважно не має специфічного впливу на них, однак рівень впливу оточення для різних підприємств різний. Водночас навіть великі підприємства практично не мають зворотного впливу на макросередовище. Воно є причиною й умовою обмеження або розширення ринкової частки підприємства, спричиняє необхідні в ній зміни. Для оцінки ринкової частки та її динаміки доцільно використати методику побудови конкурентної карти ринку. Аналіз літературних джерел [7; 8, 169–173; 9, 117–120, 10, 166–170], в яких висвітлені теоретичні, методологічні, організаційні й практичні проблеми побудови конкурентної карти ринку, та особистих досліджень автора показав, що застосування даної методики дасть змогу оцінити особливості розвитку конкурентної ситуації, міру домінування підприємств на ринку, визначити найближчих конкурентів, проаналізувати їх ринкову частку, а також сприяє оптимізації отримання результатів у процесі прийняття стратегічних рішень.

Комплексний аналіз критеріїв конкурентоспроможності пропонуємо здійснювати за допомогою методу SPACE-аналізу. SPACE-аналіз належить до категорії комплексних багатокритеріальних методів, дає змогу здійснити ідентифікацію та вибір репрезентативної підмножини характеристик діяльності підприємства, впорядкувати їх і зважити за ступенем суттєвості для прийняття рішень. Слід зазначити, що основою методу SPACE-аналізу є апріорне моделювання на основі експертних оцінок. Доцільність використання методу експертних оцінок у даному дослідженні обґрунтовано наступним:

- 1) стратегічний аналіз конкурентоспроможності підприємства в умовах високого рівня невизначеності зовнішнього середовища часто містить низку інтуїтивної, аналітично не підтвердженої інформації, що спрямована на розв'язання проблеми;
- 2) використання в аналізі оцінок найкваліфікованіших у відповідній сфері спеціалістів дає певний рівень достовірності, до того ж, достовірність ця є високою ймовірною, цілком



прийнятною для прийняття рішень у ситуаціях неповної визначеності, що постійно трапляються у конкурентному середовищі;

3) у сучасних умовах збільшується значущість колективних думок, висновків, рекомендацій, рішень, хоча при цьому в цінності індивідуальних кваліфікованих оцінок у економічній діяльності не сумніваються.

Розроблена модель аналізу конкурентоспроможності підприємств дає змогу в цілому оцінити стан досліджуваного підприємства, визначити його конкурентоспроможність серед групи конкурентів, проводити кількісну та якісну діагностику критеріїв конкурентоспроможності, визначити її інтегральне значення й розробити управлінські рішення щодо поліпшення своїх конкурентних позицій і вибору ефективного методу конкурентної боротьби.

#### Список використаних джерел

1. Економіка сільського господарства / [В. П. Мертенс, В. І. Мацибора, Л. Ф. Жигало та ін.]; за ред. В. П. Мертенса. – К.: Урожай, 1995. – 288 с.
2. Портер М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов / Майкл Портер : [пер. с англ. И. Минервин]. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. – 452 с.
3. Круглов М. И. Стратегическое управление компанией / Круглов М. И. – М.: Русская Деловая Литература, 1998. – 768 с.
4. Фатхутдинов Р. А. Стратегический менеджмент: учеб. / Фатхутдинов Р. А. – [4-е изд., перераб. и доп.]. – М.: Дело, 2001. – 448 с.
5. Ламбен Ж.-Ж. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива / Ламбен Ж.-Ж.: [пер. с франц.]. – СПб.: Наука, 1996. – 589 с.
6. Томпсон А. А. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии / А. А. Томпсон, А. Дж. Стрикленд: [пер. с англ. под ред. Л. Г. Зайцева, М. И. Соколовой]. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1998. – 576 с.
7. Горбатов В. М. Конкурентоспособность и циклы развития интегрированных структур бизнеса: [текст] / Горбатов В. М. – Х.: Издательский Дом «ИНЖЭК», 2006. – 591 с.
8. Конкурентоспособность предприятия: оценка, диагностика, стратегия / [Иванов Ю. Б., Тищенко А. Н., Дробитько Н. А., Абрамова О. С.]. – Х.: ХНЭУ, 2004. – 255 с.
9. Пономаренко В. С. Стратегія розвитку підприємства в умовах кризи [текст] / Пономаренко В. С., Тридід О. М., Кизим М. О. – Х.: Видавничий дім «ІНЖЕК», 2003. – 328 с.
10. Багиев Г. Л., Тарасевич В. М., Анн Х. Маркетинг: учеб. для вузов / Багиев Г. Л., Тарасевич В. М., Анн Х.; под общ. ред. Г. Л. Багиева. – М.: ОАО «Изд-во «Экономика», 1999. – 703 с.

**Скроб Н.В.**

магістр

Тернопільський національний економічний університет  
м. Тернопіль, Україна

## **ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБЛІКУ В УСТАНОВАХ ДЕРЖАВНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ**

Економічні перетворення, що відбуваються в Україні, завжди потребують перегляду основних положень побудови вітчизняної облікової системи. Як завжди ми вивчаємо досвід економічно розвинених країн, де облік є одним із головних важелів в управлінні господарським суб'єктом. Облік в установах державного сектору економіки має свої