

the formation of their investment attractiveness]. *Visnyk Natsionalnoho universytetu "Lvivska politehnika"* (2008): 550-555.

Kurinni, O. V. "Metodychne zabezpechennia vyboru form ta metodiv restrukturyzatsii pidpriemstva" [Methodical support choice of forms and methods of restructuring the company]. *Ekonomichnyi prostir*, no. 70 (2013): 226-234.

Kalynychenko, M. P. "Marketynhova restrukturyzatsiia systemy upravlinnia na pidpriemstvakh promyslovosti" [Marketing management restructuring in industrial enterprises]. *Visnyk Zaporizkoho natsionalnoho universytetu. Ekonomichni nauky*, no. 4 (2013): 26-33.

Mazur, I. I., and Shapiro, V. D. *Restrukturyzatsiia predpriiaty i kompaniy* [Restructuring of enterprises and companies]. Moscow: Vysshaia shkola, 2000.

Otenko, I. P., and Moskalenko, N. A. *Organizatsionno-ekonomicheskii mekhanizm restrukturyzatsii predpriatii* [Organizational-economic mechanism of enterprise restructuring]. Kharkiv: KhNEU, 2005.

Popovych, A. V. "Pidkhid do vyavlennia potreby pidpriemstva v restrukturyzatsii ta vyznachennia ii typu" [The approach to identifying the needs of enterprise restructuring and determine its type]. *Problemy systemnoho pidkhotu v ekonomitsi*, no. 45 (2013): 69-76.

УДК 338.242.2

## ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ИНТЕГРАЛЬНОГО ПОКАЗАТЕЛЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТОВАРОВ (УСЛУГ)

© 2014 ЧАЙКА Т. Ю.

УДК 338.242.2

### Чайка Т. Ю. Проблемы формирования интегрального показателя конкурентоспособности товаров (услуг)

В статье рассмотрена проблема формирования и расчета интегрального показателя конкурентоспособности товаров (услуг). Проанализированы достоинства и недостатки различных подходов к формированию данного показателя в зависимости от целей анализа и вида планирования, в рамках которого осуществляется анализ, бюджета исследования. Привлечение экспертной группы к ранжированию факторов будет более эффективным при условии построения на основе экспертных мнений матрицы попарных оценок важности факторов, влияющих на конкурентоспособность товаров (услуг). Расчет вектора локальных приоритетов эксперта, индекса согласованности, отношения согласованности позволяет повысить согласованность мнений экспертов и объективность экспертных оценок. Предложенный алгоритм расчета интегрального показателя конкурентоспособности с учетом использования экспертного оценивания, применения модифицированной шкалы Е. Харрингтона, метода анализа иерархий Т. Саати позволяет повысить точность оценки уровня конкурентоспособности товаров (услуг).

**Ключевые слова:** конкурентоспособность товаров (услуг); интегральный коэффициент конкурентоспособности; факторы конкурентоспособности; шкала Е. Харрингтона; метод анализа иерархий Т. Саати; индекс согласованности; алгоритм расчета интегрального показателя конкурентоспособности товаров (услуг).

**Рис.:** 1. **Табл.:** 2. **Формул.:** 12. **Библ.:** 13.

**Чайка Татьяна Юрьевна** – кандидат экономических наук, старший преподаватель, кафедра экономического анализа и учета, Национальный технический университет «Харьковский политехнический институт» (ул. Фрунзе, 21, Харьков, 61002, Украина)

**E-mail:** chajkatatyana@mail.ru

УДК 338.242.2

### Чайка Т. Ю. Проблеми формування інтегрального показника конкурентоспроможності товарів (послуг)

У статті розглянуто проблему формування і розрахунку інтегрального показника конкурентоспроможності товарів (послуг). Проаналізовано переваги та недоліки різних підходів до формування даного показника залежно від цілей аналізу та виду планування, у рамках якого здійснюється аналіз, бюджету дослідження. Залучення експертної групи до ранжування факторів буде більш ефективним за умови побудови на основі експертних думок матриці попарних оцінок важливості факторів, що впливають на конкурентоспроможність товарів (послуг). Розрахунок вектора локальних пріоритетів експерта, індексу узгодженості, відношення узгодженості дозволяє підвищити узгодженість думок експертів і об'єктивність експертних оцінок. Запропонований алгоритм розрахунку інтегрального показника конкурентоспроможності з урахуванням використання експертного оцінювання, застосування модифікованої шкали Е. Харрингтона, методу аналізу ієрархій Т. Сааті дозволяє підвищити точність оцінки рівня конкурентоспроможності товарів (послуг).

**Ключові слова:** конкурентоспроможність товарів (послуг); інтегральний коефіцієнт конкурентоспроможності; фактори конкурентоспроможності; шкала Е. Харрингтона; метод аналізу ієрархій Т. Сааті; індекс узгодженості; алгоритм розрахунку інтегрального показника конкурентоспроможності товарів (послуг).

**Рис.:** 1. **Табл.:** 2. **Формул.:** 12. **Бібл.:** 13.

**Чайка Тетяна Юрїївна** – кандидат економічних наук, старший викладач, кафедра економічного аналізу та обліку, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут» (вул. Фрунзе, 21, Харків, 61002, Україна)

**E-mail:** chajkatatyana@mail.ru

UDC 338.242.2

### Chajka T. Y. Problems of Formation of the Integral Index of Competitiveness of Goods (Services)

The article considers the problem of the formation and calculation of the integral index of competitiveness of goods (services). The advantages and disadvantages of different approaches to the formation of this indicator were analyzed, depending on the purpose of the analysis and planning of the form in which the analysis is conducted, research budget. Involvement of an expert group to ranking factors will be more effective if the construction on the basis of the expert opinions of the matrix of pairwise estimates of the importance of factors affecting the competitiveness of goods (services). Calculation of the vector of local priorities of an expert, coherence index, and consistency relations enables to improve the consistency of an expert opinion and objectivity of expert assessments. The proposed algorithm for the calculation of the integral index of competitiveness, taking into account the use of expert estimation, the use of a modified the E. Harrington scale, the T. Saaty hierarchy analysis method improves the accuracy of assessing the level of competitiveness of goods (services).

**Key words:** competitiveness of goods (services); integral factor of competitiveness; competitive factors; E. Harrington Scale; T. Saaty hierarchy analysis; consistency index; algorithm for calculating the integral indicator of the competitiveness of goods (services).

**Pic.:** 1. **Tabl.:** 2. **Formulae:** 12. **Bibl.:** 13.

**Chajka Tatyana Y.** – Candidate of Sciences (Economics), Senior Lecturer, Department of Economic Analysis and Accounting, National Technical University «Kharkiv Polytechnic Institute» (vul. Frunze, 21, Kharkiv, 61002, Ukraine)

**E-mail:** chajkatatyana@mail.ru

**К**онкурентоспособность – комплексная характеристика, отражающая степень успешности продвижения продукции предприятия на рынке. От того, насколько конкурентоспособными являются как отдельные товары и услуги, так и в целом все предприятие как экономическая система, зависит эффективность инвестиционных средств, в него вложенных. Конечная цель любого инвестора – максимизация прибыли – не может быть достигнута без обеспечения надлежащего уровня конкурентоспособности объекта инвестирования.

В связи с этим значимой является проблема усовершенствования управления конкурентоспособностью. Анализ уровня конкурентоспособности продукции и услуг – необходимый элемент эффективного управления конкурентоспособностью. Значимой составляющей такого анализа является расчет интегрального показателя конкурентоспособности, на основе которого можно делать выводы об общем уровне конкурентоспособности товара (услуги).

Проблемам оценки уровня конкурентоспособности товаров (услуг) посвящены исследования многих отечественных и зарубежных ученых. Различные методические подходы к решению данной проблемы изложены, в частности, в работах Ю. Б. Иванова, О. М. Тищенко [5], Р. А. Фатхутдинова [12], Л. В. Глухих, М. О. Манвелян [4], Л. В. Ивченко [6], Р. А. Филипповой [13], О. В. Липатовой [8], А. Э. Воронковой [1], Ш. Г. Гильмитдинова [2], В. А. Литвиновой [9], И. С. Метелева [10].

Несмотря на большое количество существующих методик и алгоритмов оценки конкурентоспособности товаров и услуг и расчета интегрального показателя конкурентоспособности, процесс их усовершенствования продолжается. В настоящее время не существует единого алгоритма расчета интегрального показателя конкурентоспособности товаров (услуг). Существование различных методик обусловлено как спецификой конкретного товара (услуги), так и наличием существенных различий в требованиях к проводимому анализу в зависимости от вида планирования, в рамках которого проводится анализ; а также в зависимости от бюджета, выделенного для проведения анализа.

В связи с вышеизложенным целью данной статьи является рассмотрение проблем формирования интегрального показателя конкурентоспособности товаров (услуг); усовершенствование алгоритма его расчета.

Конкурентоспособность продукции – показатель, отображающий индивидуально выраженную возможность товара соперничать на рынке с товарами, удовлетворяющими ту же группу потребностей. Под конкурентоспособностью товара понимают также такой уровень его экономических, технических и эксплуатационных параметров, который позволяет выдержать соперничество (конкуренцию) с другими аналогичными товарами на рынке.

Сложность оценки конкурентоспособности продукции (товаров и услуг) также обусловлена наличием большого количества зачастую слабо формализуемых факторов влияния. Как отмечает И. С. Метелев, конкурентоспособность – многомерное свойство. Менеджмент предприятия не может сосредоточивать усилия только на одном из конкурентных факторов – они должны учитываться одновременно, с учетом взаимной зависимости и времени. [10]

Методы оценки конкурентоспособности целесообразно разделять на:

- ✦ портфельный анализ, в основе которого лежат интегральные показатели;

- ✦ поиск конкурентных преимуществ (бенчмаркетинга и функционально-стоимостной анализ) [2].

Определение правильной и рациональной последовательности проведения исследования уровня конкурентоспособности обуславливает минимизацию издержек, связанных с проведением анализа, повышает эффективность и качество полученных результатов. На конкурентоспособность продукции (товаров, услуг) влияет огромное количество факторов различной природы. Набор наиболее важных факторов влияния существенно варьирует в зависимости от специфики отрасли, конкретных товаров (услуг), особенностей конкурентной среды и др.

Данное обстоятельство приводит к тому, что на сегодняшний день задача анализа конкурентоспособности продукции не имеет четкого алгоритма решения [9].

Следует различать понятия фактора и критериев конкурентоспособности.

*Критерий конкурентоспособности* – это качественная или количественная характеристика, служащая основанием для оценки конкурентоспособности товаров (услуг).

*Фактор конкурентоспособности* – непосредственная причина, наличие которой необходимо и достаточно для изменения одного или нескольких критериев конкурентоспособности [10].

Оценку уровня конкурентоспособности целесообразно проводить в несколько этапов.

*Первый этап* – выбор факторов, значимых с точки зрения их влияния на конкурентоспособность товаров или услуг.

*Второй этап* – расчет величины каждого фактора в натуральном или стоимостном выражении.

*Третий этап* позволяет провести сопоставление численных значений факторов влияния с их нормативными значениями. Для этого каждому фактору присваивается коэффициент, характеризующий отношение числовой величины данного фактора к его нормативному значению. Такой коэффициент характеризует уровень конкурентоспособности товара (услуги) по рассматриваемому фактору:

$$K_i = \frac{q_i}{q_{норм}}, \quad (1)$$

где  $K_i$  – коэффициент конкурентоспособности товара (услуги) по  $i$ -му фактору;

$q_i$  – значение  $i$ -го фактора по рассматриваемому виду товара (услуги);

$q_{норм}$  – нормативное (эталонное) значение  $i$ -го фактора.

На третьем этапе для оценки уровня конкурентоспособности в целом, целесообразно сформировать итоговый интегральный показатель конкурентоспособности ( $K_{инт}$ ).

**О**дним из самых простых способов формирования данного коэффициента является его расчет на основе простой средней арифметической. Такой подход рассмотрен, например, в [2; 8]. В этом случае формула интегрального коэффициента конкурентоспособности примет вид:

$$K_{инт} = \frac{K_1 + K_2 + \dots + K_i + \dots + K_n}{n}, \quad (2)$$

где  $K_i$  – коэффициент конкурентоспособности товара (услуги) по  $i$ -му фактору;

$n$  – количество принятых к рассмотрению факторов конкурентоспособности.

Качественная оценка полученного интегрального коэффициента предполагает определение уровня конкурентоспособности (высокий, средний, низкий). В научной литературе наибольшее распространение получила следующая градация [8]:

$0,7 \leq K_{инт}$  – высокий уровень конкурентоспособности;  
 $0,5 \leq K_{инт} \leq 0,7$  – средний уровень конкурентоспособности;

$K_{инт} < 0,5$  – низкий уровень конкурентоспособности.

В случае необходимости более детальной дифференциации полученных значений, целесообразным представляется использование модифицированной шкалы Харрингтона:

$0,8 \leq K_{инт}$  – очень высокий уровень конкурентоспособности;

$0,63 \leq K_{инт} < 0,8$  – высокий уровень конкурентоспособности;

$0,37 \leq K_{инт} < 0,63$  – средний уровень конкурентоспособности;

$0,2 \leq K_{инт} < 0,37$  – низкий уровень конкурентоспособности;

$K_{инт} < 0,2$  – очень низкий уровень конкурентоспособности.

Следует отметить, что данная методика построения интегрального коэффициента конкурентоспособности имеет ряд существенных недостатков. Так, качественная оценка полученного показателя, предполагающая, что наилучшие результаты соотносятся с более высокими значениями  $K_{инт}$ , ориентирована на то, что все включенные в интегральную оценку факторы являются возрастающими, т. е. наилучшему уровню конкурентоспособности соответствует наибольшая величина конкретного фактора конкурентоспособности. Данное ограничение существенно ограничивает список факторов, которые можно подвергнуть анализу с помощью рассматриваемой методики. Следует особо отметить, что многие авторы упускают данную оговорку, что может привести к сложностям и ошибкам при практическом применении данного коэффициента.

Кроме того, при расчете интегрального коэффициента конкурентоспособности рассмотренным способом предполагается равенство важности рассматриваемых факторов. Это очень грубое допущение, значительно снижающее релевантность полученной оценки.

Однако, несмотря на очевидные недостатки, подобный подход отличается практичностью, простотой и быстротой в применении, низкозатратностью. Поэтому в ряде случаев, особенно при проведении оперативного анализа, применение данной методики является полностью оправданным.

Проведение ранжирования факторов существенно усложняет анализ конкурентоспособности продукции и увеличивает затраты на проведение такого анализа, поскольку предполагает необходимость привлечения экспертной группы. Экспертная группа должна состоять не менее чем из 5 человек (главный менеджер (заместитель главного менеджера); конструктор; маркетолог; технолог; экономист). В ходе экспертного опроса факторам влияния присваиваются баллы в зависимости от важности того или иного фактора. Выбор шкалы может быть различным, но, как правило, включает от 3 до 10 значений. Наиболее распространен алгоритм, предполагающий простое присвоение экспертами факторам неких оценок, характеризующих

важность факторов. Затем производится нормирование полученных оценок [13].

Тогда формула расчета интегрального коэффициента конкурентоспособности товара (услуги) примет вид:

$$K_{инт} = \frac{\sum_{i=1}^n \alpha_i K_i}{n}, \quad (3)$$

где  $\alpha_i$  – весовой коэффициент  $i$ -го фактора, характеризующий его значимость с точки зрения влияния на общую конкурентоспособность товара (услуги).

Весовые коэффициенты должны быть пронормированы, т. е. должно выполняться следующее равенство:

$$\sum_{i=1}^n \alpha_i = 1. \quad (4)$$

При использовании описанного выше подхода снижение адекватности полученных результатов может возникнуть:

- ✦ вследствие использования слишком короткой шкалы оценивания (в этом случае существенно разные по важности факторы будут вынужденно попадать в один и тот же диапазон оценки);
- ✦ из-за субъективных трудностей психологического восприятия экспертами значительного ряда следующих друг за другом факторов. Оценивая один фактор, эксперт может упустить из вида, что ранее присвоил иному, менее важному фактору, чуть более высокую оценку. Такая ситуация может возникнуть в случае использования слишком длинной шкалы оценивания.

С целью повышения релевантности полученных результатов при ранжировании факторов по степени важности предлагаем применять метод анализа иерархий Саати, который предполагает парное сравнение экспертами альтернатив (факторов) с последующей их оценкой по 10-балльной шкале. Как указывает Т. Саати, «подход к парным сравнениям, основанный на решении задачи о собственном значении, обеспечивает способ шкалирования, особенно в тех сферах, где не существует измерений и количественных сравнений. Мера согласованности позволяет возвратиться к суждениям, модифицируя их для улучшения общей согласованности. Участие нескольких человек позволяет приходить к компромиссам между различными элементами, а также может вызвать диалог о том, каким следует быть действительному отношению – компромиссу между различными суждениями, представляющими разный опыт [11].

Метод анализа иерархий предполагает заполнение каждым экспертом матрицы попарных оценок важности факторов, оказывающих влияние на уровень конкурентоспособности продукции.

Адаптирование метода анализа иерархий Т. Саати к задаче оценки важности факторов конкурентоспособности позволяет построить матрицу попарных оценок важности факторов, влияющих на конкурентоспособность товаров (услуг) (табл. 1). Такую матрицу составляет каждый из задействованных экспертов.

Здесь  $\omega_{ij}$  – результат попарных сравнений важности  $i$ -го и  $j$ -го факторов конкурентоспособности товаров (услуг); показывает, во сколько раз  $i$ -й фактор важнее  $j$ -го фактора.

Таким образом, получим матрицу попарных сравнений размерности  $n \times n$ :



Попарные оценки важности факторов, влияющих на конкурентоспособность товаров (услуг)

Фактор	1	2	3	...	j	...	n
1	1	$\omega_{12}$	$\omega_{21}$	...	$\omega_{1j}$	...	$\omega_{1n}$
2	$\omega_{21}$	1	$\omega_{23}$	...	$\omega_{2j}$	...	$\omega_{2n}$
3	$\omega_{31}$	$\omega_{32}$	1	...	$\omega_{3j}$	...	$\omega_{3n}$
...	...	...	...	...	...	...	...
i	$\omega_{i1}$	$\omega_{i2}$	$\omega_{i3}$	...	$\omega_{ij}$	...	$\omega_{in}$
...	...	...	...	...	...	...	...
n	$\omega_{n1}$	$\omega_{n2}$	$\omega_{n3}$	...	$\omega_{nj}$	...	1

Таблица 2

Шкала относительной предпочтительности факторов влияния

Относительная предпочтительность, баллы	Степень относительной предпочтительности
1	Равная важность факторов
2	Компромисс между 1 и 3 баллом
3	Умеренное превосходство одного фактора над другим
4	Компромисс между 3 и 5 баллом
5	Существенное или сильное превосходство одного фактора над другим
6	Компромисс между 5 и 7 баллом
7	Очень сильное превосходство
8	Компромисс между 7 и 9 баллом
9	Сильнейшее превосходство
10	Абсолютное превосходство

$$W = \begin{pmatrix} 1 & \omega_{12} & \omega_{13} & \dots & \omega_{1j} & \dots & \omega_{1n} \\ \omega_{21} & 1 & \omega_{23} & \dots & \omega_{2j} & \dots & \omega_{2n} \\ \omega_{31} & \omega_{32} & 1 & \dots & \omega_{3j} & \dots & \omega_{3n} \\ \dots & \dots & \dots & \dots & \dots & \dots & \dots \\ \omega_{i1} & \omega_{i2} & \omega_{i3} & \dots & \omega_{ij} & \dots & \omega_{in} \\ \dots & \dots & \dots & \dots & \dots & \dots & \dots \\ \omega_{n1} & \omega_{n2} & \omega_{n3} & \dots & \omega_{nj} & \dots & 1 \end{pmatrix}. \quad (5)$$

Из определения показателя  $\omega_{ij}$  следует следующее соотношение:

$$\omega_{ij} = \frac{1}{\omega_{ji}}. \quad (6)$$

Диагональные элементы матрицы (табл. 1) равны единице:

$$\omega_{ij} = 1. \quad (7)$$

Очевидно, что в силу обратной симметричности при заполнении матрицы попарных оценок удобно определять только элементы, стоящие выше диагонали. Диагональные элементы равны единице, а элементы под диагональю в силу обратной симметричности определяются автоматически.

С целью повышения эффективности работы представляется целесообразным предложить экспертам использовать следующую вспомогательную шкалу относительной важности векторов влияния (табл. 2). Эта шкала дает возможность выразить вербально балльную характеристику превосходства одного фактора влияния над другим.

На основе матрицы попарных сравнений рассчитывается вектор локальных приоритетов эксперта

$$\bar{\alpha} = (\alpha_1, \alpha_2, \dots, \alpha_i, \dots, \alpha_n),$$

где  $n$  – количество рассматриваемых факторов конкурентоспособности):

$$\forall i = \overline{1, n} \quad \alpha_i = \frac{\sqrt[n]{\omega_{i1} \cdot \omega_{i2} \cdot \dots \cdot \omega_{in}}}{\sum_{i=1}^n \sqrt[n]{\omega_{i1} \cdot \omega_{i2} \cdot \dots \cdot \omega_{in}}}. \quad (8)$$

Здесь  $\alpha_i$  – весовой коэффициент, характеризующий значимость  $i$ -го фактора с точки зрения конкретного эксперта.

Далее следует оценить согласованность попарных оценок. Для этого рассчитывается:

- ✦ собственное значение матрицы попарных оценок  $\lambda_{\max}$ ;
- ✦ индекс согласованности  $I_C$ ;
- ✦ отношение согласованности  $R_C$ .

Формула расчета индекса согласованности ( $I_C$ ) имеет вид:

$$I_C = \frac{\lambda_{\max} - n}{n - 1}. \quad (9)$$

Формула расчета отношения согласованности ( $R_C$ ) имеет вид:

$$R_C = \frac{I_C}{I_{\text{random}}}. \quad (10)$$

Полученные попарные оценки признаются согласованными, если  $R_C \leq 0,2$ . Если отношение согласованности больше 0,2, то данному эксперту необходимо осуществить проверку своих суждений и провести экспертное оценивание заново.

Таким образом, в результате экспертного оценивания важности факторов конкурентоспособности с использованием метода анализа иерархий Т. Саати нами будет получен набор векторов локальных приоритетов эксперта, где  $m$  – количество задействованных экспертов.

Окончательно оценить важность факторов конкурентоспособности можно, рассчитав среднее значение приоритета по каждому фактору отдельно. Для этого можно использовать формулу простой средней арифметической либо формулу простой средней геометрической.

В первом случае мы получим:

$$\forall i = \overline{1, n} \quad \alpha_i = \frac{\sum_{j=1}^m \alpha_{ij}}{m}, \quad (11)$$

где  $\alpha_i$  – весовой коэффициент, характеризующий важность  $i$ -го фактора влияния конкурентоспособности товара (услуги);

$\alpha_{ij}$  – весовой коэффициент, характеризующий важность  $i$ -го фактора влияния конкурентоспособности товара (услуги) с точки зрения  $j$ -го эксперта;

$m$  – количество экспертов;

$n$  – количество рассматриваемых факторов.

Во втором случае формула примет вид:

$$\forall i = \overline{1, n} \quad \alpha_i = \sqrt[m]{\prod_{j=1}^m \alpha_{ij}}. \quad (12)$$

В данном случае выбор вида средней лежит в сфере компетенции лица, принимающего решения (ЛПР) и зависит от характера имеющихся исходных данных и экономической сущности рассматриваемых величин.

Полученные весовые коэффициенты подставляются в формулу (3), после чего вычисляется итоговый интегральный показатель конкурентоспособности товара (услуги).

Авторами уточнен алгоритм расчета интегрального показателя конкурентоспособности товаров (услуг) с учетом:

- ✦ вида планирования, в рамках которого осуществляется оценка конкурентоспособности;
- ✦ бюджета исследования;
- ✦ применения экспертного оценивания;
- ✦ применения адаптированной шкалы Харрингтона;
- ✦ применения попарного оценивания важности факторов влияния с помощью адаптированного метода анализа иерархий Т. Саати (рис. 1).

## ВЫВОДЫ

Таким образом, проведенное исследование показывает, что особенности интегрального коэффициента конкурентоспособности товаров (услуг) предполагают при его формировании учет не только специфики анализируемой продукции (услуги), но также и вида планирования, в рамках которого проводится анализ, и бюджета, выделенного на проведение данного анализа. Задействование экспертной группы увеличивает релевантность полученной оценки уровня конкурентоспособности товаров (услуг). Использование адаптированного метода анализа иерархий Саати и шкалы Харрингтона повышает точность полученных результатов. Перспективы дальнейших исследований в данном направлении могут быть связаны с дальнейшим анализом и уточнением зависимости подходов к формированию и расчету интегрального показателя конкурентоспособности продукции и услуг со спецификой рассматриваемой продукции, а также с дальнейшей детализацией алгоритма формирования и расчета интегрального показателя конкурентоспособности. ■

## ЛИТЕРАТУРА

1. **Воронкова А. Э.** Стратегическое управление конкурентоспособным потенциалом предприятия: диагностика и организация : монография / А. Э. Воронкова. – Луганск : ВНУ им. В. Даля, 2004. – 320 с.
2. **Гильмитдинов Ш. Г.** Оценка конкурентоспособности предприятия на основе использования комплексного показателя / Ш. Г. Гильмитдинов // Проблемы современной экономики. – 2012. – № 1. – С. 121 – 123.

3. **Глінський Є. Г.** Методичні засади визначення цільового рівня конкурентоспроможності банківських продуктів / Є. Г. Глінський // Вісник запорізького національного університету. – 2012. – № 4(16). – С. 221 – 228.

4. **Глухих Л. В.** Методы оценки конкурентоспособности предприятия и отрасли / Л. В. Глухих, М. О. Манвелян // Экономика и управление. – 2009. – № 1. – С. 60 – 64.

5. **Іванов Ю. Б.** Теоретичні основи конкурентної стратегії підприємства : монографія / Ю. Б. Іванов, О. М. Тищенко. – Х. : ВД «ІНЖЕК», 2006. – 384 с.

6. **Іванченкова Л. В.** Категория конкурентоспособности как объект исследований в современной теории конкуренции / Л. В. Иванченкова // Економіка харчової промисловості. – 2009. – № 3. – С. 31 – 33.

7. **Коробов В. Б.** Дослідження факторів конкурентоспроможності банку / В. Б. Коробов, О. Мірошніченко, О. Криклій // Економічний аналіз : зб. наук. пр. ТНЕУ. – Тернопіль : Економічна думка, 2012. – Вип.10, Ч. 3. – С. 83 – 89.

8. **Липатова О. В.** Оценка качества и конкурентоспособности логистической деятельности транспортно-экспедиционных организаций / О. В. Липатова // Бухгалтерський облік, економічний аналіз та контроль в умовах формування і розвитку сучасних концепцій управління : тези виступів XII Міжнар. наукової конференції ЖДТУ. – Житомир, 2013. – С. 131 – 132.

9. **Литвинова В. А.** Таксономический анализ как метод оценки конкурентоспособности продукции / В. А. Литвинова // Экономика. Управление. Инновации: электронное научное фахове видання [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/eui\\_2012\\_1\\_29.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/eui_2012_1_29.pdf)

10. **Метелев И. С.** Конкурентоспособность субъекта предпринимательской деятельности: сущность, методы, факторы и критерии оценки / И. С. Метелев // Проблемы современной экономики. – 2011. – № 1. – С. 116 – 120.

11. **Саати Т.** Принятие решений. Метод анализа иерархий / Т. Саати / Пер. с англ. – М. : Радио и связь, 1993. – 278 с.

12. **Фатхутдинов Р. А.** Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление : учебное пособие / Р. А. Фатхутдинов. – М. : ИНФРА-М, 2000. – 312 с.

13. **Филиппова Р. А.** Проблемы анализа конкурентоспособности продукции в условиях модернизации экономики / Р. А. Филиппова [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://sisupr.mrsu.ru/2010-4-analiz/PDF/Filipova.pdf>

## REFERENCES

- Fatkhutdinov, R. A. *Konkurentosposobnost: ekonomika, strategiya, upravlenie* [Competitiveness: economics, strategy, management]. Moscow: INFRA-M, 2000.
- Filipova, R. A. "Problemy analiza konkurentosposobnosti produktiv v usloviakh modernizatsii ekonomiki" [Problems of analysis of competitiveness of products in the modernization of the economy]. <http://sisupr.mrsu.ru/2010-4-analiz/PDF/Filipova.pdf>
- Glukhikh, L. V., and Manvelian, M. O. "Metody otsenki konkurentosposobnosti predpriiatiia i otrasli" [Methods for assessing the competitiveness of businesses and industries]. *Ekonomika i upravlenie*, no. 1 (2009): 60-64.
- Gilmitdinov, Sh. G. "Otsenka konkurentosposobnosti predpriiatiia na osnove ispolzovaniia kompleksnogo pokazatelya" [Assessment of the competitiveness of enterprises through the use of complex index]. *Problemy sovremennoy ekonomiki*, no. 1 (2012): 121-123.
- Hlinskyi, Ie. H. "Metodychni zasady vyznachennia tsilyovoho rivnia konkurentospromozhnosti bankivskykh produktiv" [Methodological basis to determine the target level of competitive banking products]. *Visnyk ZNU*, no. 4 (16) (2012): 221-228.
- Ivanchenkova, L. V. "Kategoriia konkurentosposobnosti kak obyekt issledovaniy v sovremennoi teorii konkurentsii" [Category competitiveness as an object of research in the modern theory of competition]. *Ekonomika kharchovoi promyslovosti*, no. 3 (2009): 31-33.
- Ivanov, Yu. B., and Tyshchenko, O. M. *Teoretychni osnovy konkurentnoi stratehii pidpriemstva* [The theoretical basis of competitive strategy]. Kharkiv: INZhEK, 2006.

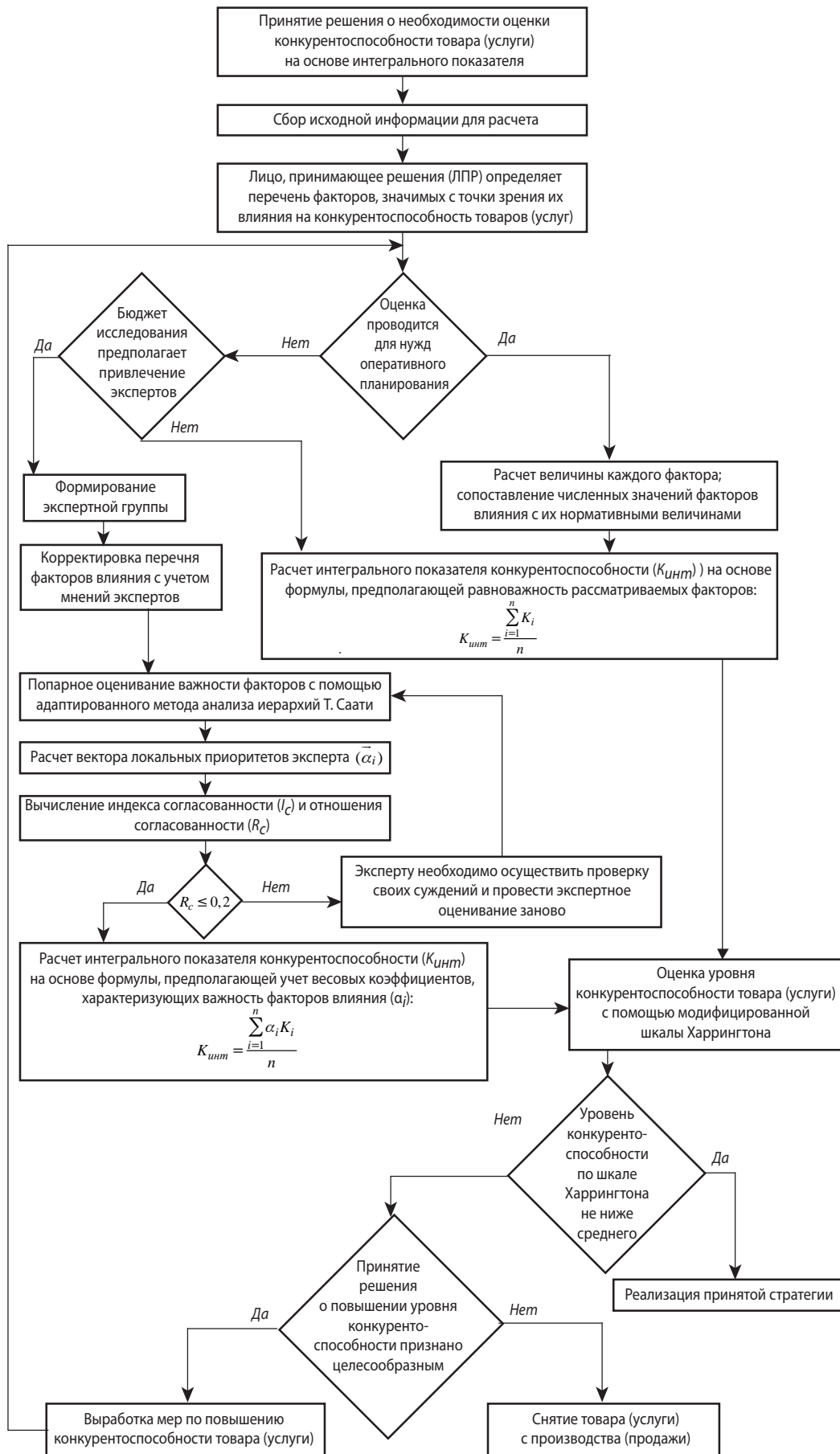


Рис. 1. Алгоритм расчета интегрального показателя конкурентоспособности товаров (услуг)

Korobov, V. B., Miroshnychenko, O., and Kryklii, O. "Doslidzhennia faktoriv konkurentosposobnosti banku" [Research the competitiveness of the bank]. *Ekonomichnyi analiz*, vol. 3, no. 10 (2012): 83-89.

Litvinova, V. A. "Taksonomicheskii analiz kak metod otsenki konkurentosposobnosti produktii" [Taxonomic analysis as a method of assessing the competitiveness of products]. [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/eui\\_2012\\_1\\_29.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/eui_2012_1_29.pdf)

Lipatova, O. V. "Otsenka kachestva i konkurentosposobnosti logisticheskoi deiatelnosti transportno-ekspeditsionnyh organizatsii" [Assessment of the quality and competitiveness of the logistics activities of freight forwarding organizations]. *Bukhhalterskiy oblik, ekonomichnyi analiz ta kontrol v umovakh formuvannia i rozvytku suchasnykh kontseptsii upravlinnia*. Zhytomyr: ZhDTU, 2013. 131-132.

Metlev, I. S. "Konkurentosposobnost subekta predprinimatel'skoy deiatelnosti: sushchnost, metody, faktory i kriterii otsenki" [Competitiveness of the business entity: essence, methods, factors and criteria for evaluation]. *Problemy sovremennoy ekonomiki*, no. 1 (2011): 116-120.

Saati, T. *Priniatie resheniy. Metod analiza ierarkhii* [Decision-making. Analytic hierarchy process]. Moscow: Radio i sviaz, 1993.

Voronkova, A. E. *Strategicheskoe upravlenie konkurentosposobnym potentsialom predpriiatiia: diagnostika i organizatsiia* [Strategic management of competitive potential of the enterprise: diagnosis and organization]. Lugansk: VNU im. V. Dalia, 2004.

УДК 338.2

## КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА

© 2014 ДЕНИСЮК О. В., ГАМІЄ А. М.

УДК 338.2

### Денисюк О. В., Гаміє А. М. Концептуальні засади управління організаційним розвитком підприємства

Стан економіки України вимагає ефективних і компетентних дій з управління діяльністю підприємств. Тому одним із найважливіших завдань підприємств є необхідність формування та розвитку нових підходів і методів управління організаційним розвитком. У статті проаналізовано концепції організаційного розвитку, що сформовані в науковій літературі, визначено об'єкти організаційного розвитку, встановлено напрями організаційних змін для досягнення намічених цілей, виділено способи, форми та методи управління організаційним розвитком.

**Ключові слова:** організаційний розвиток, концепція, підприємство, концептуальні засади, організаційні зміни, напрями, адаптація.

**Рис.:** 1. **Табл.:** 1. **Бібл.:** 12.

**Денисюк Ольга Василівна** – кандидат економічних наук, доцент, кафедра економічного аналізу, Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця (пр. Леніна, 9а, Харків, 61166, Україна)

**E-mail:** kvaso4ka@rambler.ru

**Гаміє Андрій Могамедович** – аспірант, кафедра менеджменту та бізнесу, Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця (пр. Леніна, 9а, Харків, 61166, Україна)

**E-mail:** kvaso4ka@rambler.ru

УДК 338.2

### Денисюк О. В., Гаміє А. М. Концептуальные основы управления организационным развитием предприятия

Состояние экономики Украины требует эффективных и компетентных действий по управлению деятельностью предприятий. Поэтому одним из самых важных заданий предприятий является необходимость формирования и развития новых подходов и методов управления организационным развитием. В статье проанализированы концепции организационного развития, сформированные в научной литературе, определены объекты организационного развития, установлены направления организационных изменений для достижения намеченных целей, выделены способы, формы и методы управления организационным развитием.

**Ключевые слова:** организационное развитие, концепция, предприятие, концептуальные основы, организационные изменения, направления, адаптация.

**Рис.:** 1. **Табл.:** 1. **Библ.:** 12.

**Денисюк Ольга Васильевна** – кандидат экономических наук, доцент, кафедра экономического анализа, Харьковский национальный экономический университет им. С. Кузнеця (пр. Ленина, 9а, Харьков, 61166, Украина)

**E-mail:** kvaso4ka@rambler.ru

**Гаміє Андрій Могамедович** – аспірант, кафедра менеджменту та бізнесу, Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця (пр. Леніна, 9а, Харків, 61166, Україна)

**E-mail:** kvaso4ka@rambler.ru

UDC 338.2

### Denysiuk O. V., Hamiie A. M. Conceptual Bases of Management of Organizational Development of an Enterprise

Ukrainian economy requires effective and competent actions on companies management. Therefore, one of the most important tasks of enterprises is the need for the formation and development of new approaches and methods for management of organizational development. The article analyzes the concept of organizational development, formed in the scientific literature, defines the objects of organizational development, sets the direction of organizational changes to achieve the objectives, highlights ways, forms and methods of management of organizational development.

**Key words:** organizational development, concept, company, conceptual framework, organizational change, direction, adaptation.

**Pic.:** 1. **Tabl.:** 1. **Bibl.:** 12.

**Denysiuk Olha V.** – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor, Department of Economic Analysis, Kharkiv National Economic University named after S. Kuznets (pr. Lenina, 9a, Kharkiv, 61166, Ukraine)

**E-mail:** kvaso4ka@rambler.ru

**Hamiie Andrii M.** – Postgraduate Student, Department of Management and Business, Kharkiv National Economic University named after S. Kuznets (pr. Lenina, 9a, Kharkiv, 61166, Ukraine)

**E-mail:** kvaso4ka@rambler.ru

Широкому спектру проблем щодо управління організаційним розвитком підприємства присвячені наукові праці таких видатних вчених-економістів, як В. Френч і С. Белл, У. Берк, Н. Маргуліс та А. Райа, Р. Бекхард, Д. Поррас і П. Робертсон, Д. Ваклавські та А. Черч, М. Мінахан, Ф. Ж. Гуїяра і Дж. Келлі, Дж. Коттер. Дослідження цих авторів пов'язані, перш за все,

з «удосконаленням соціальних відносин і структури організації», «розвитком організаційних знань», «лояльністю персоналу до стратегічних змін в організації».

Однак, слід підкреслити, що економічні умови функціонування вітчизняних підприємств суттєво відрізняються від міжнародної практики, що обумовлює необхідність проведення системних досліджень і, на цій основі, адаптації