

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
Національний аерокосмічний університет ім. М. Є. Жуковського  
«Харківський авіаційний інститут»

М. С. Татар

ВПЛИВ ЧИННИКІВ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА  
НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ

Навчальний посібник

Харків «ХАІ» 2015

УДК 658.012.123:339.137.22(075.8)  
ББК 65.290-2я73  
Т23

Рецензенти: д-р екон. наук, проф. К. А. Мамонов,  
д-р екон. наук, проф. Г. В. Назарова

**Татар, М. С.**

Т23 Вплив чинників зовнішнього середовища на конкурентоспроможність підприємств [Текст]: навч. посіб. / М. С. Татар. – Х.: Нац. аерокосм. ун-т ім. М. Є. Жуковського «Харк. авіац. ін-т», 2015. – 80 с.

ISBN 978-966-662-432-4

Наведено процедуру оцінювання впливу чинників зовнішнього середовища на конкурентоспроможність підприємств. Приділено увагу не тільки обчислювальним процедурам, а й способам аналізу отриманих результатів розрахунків і методам розроблення рекомендацій для прийняття управлінських рішень.

Для студентів економічних спеціальностей вищих навчальних закладів для самостійного вивчення теми «Конкурентоспроможність підприємств» і набуття ними практичних навичок аналітичної роботи.

Іл. 10. Табл. 17. Бібліогр.: 186 назв

**УДК 658.012.123:339.137.22(075.8)**  
**ББК 65.290-2я73**

ISBN 978-966-662-432-4

© Татар М. С., 2015  
© Національний аерокосмічний  
університет ім. М. Є. Жуковського  
«Харківський авіаційний інститут», 2015

## ЗМІСТ

Вступ .....	4
1. Економічна суть конкурентоспроможності та чинники, які її визначають.....	5
2. Механізми впливу чинників валютного середовища на конкурентоспроможність підприємств .....	30
3. Оцінювання впливу динаміки валютних курсів на конкурентоспроможність підприємств .....	43
4. Управління конкурентоспроможністю підприємств з урахуванням валютних курсів і факторів їх формування .....	51
Висновки.....	55
Бібліографічний список .....	57
Додаток А. Визначення основних категорій конкуренції.....	69
Додаток Б. Основні методи оцінювання конкурентоспроможності підприємств.....	71
Додаток В. Погляди дослідників на чинники формування конкурентоспроможності підприємства.....	75

## ВСТУП

Головним стратегічним завданням будь-якого підприємства є досягнення високого рівня конкурентоспроможності. На конкурентоспроможність підприємств впливає зовнішнє середовище, яке характеризується складністю, динамізмом, невизначеністю, взаємозв'язаністю чинників та інтегрованістю.

Чинники зовнішнього середовища неоднаково впливають на конкурентоспроможність підприємства. Тому залежно від сфери діяльності підприємства для аналізу його конкурентоспроможності слід вибирати найбільш значущі чинники. Зокрема, через експортну спрямованість підприємств металургійної галузі їхня конкурентоспроможність значною мірою залежить від валютних курсів. Динаміка курсів валют позначається на можливостях експорту, вартості ресурсів, ціні продукції, прибутковості підприємств і їхній інвестиційній привабливості.

У навчальному посібнику для прикладу розглянуто вплив валютного курсу як одного з головних чинників зовнішнього середовища на конкурентоспроможність підприємств України. Зокрема, проаналізовано економічну суть конкурентоспроможності, виявлено її складові для підприємств металургійної галузі в умовах глобалізаційних процесів і агресивної конкурентної діяльності з боку світових виробників металургійної продукції, здійснено просторово-динамічне оцінювання рівня конкурентоспроможності металургійних підприємств і галузевих тенденцій їх розвитку з використанням методів економіко-математичного моделювання статичної і динамічної систем. Визначено також механізми впливу валютних курсів на конкурентоспроможність підприємств металургійної галузі на основі теорії лавиноподібних соціально-економічних процесів, розглянуто вплив валютних курсів і факторів їх формування на конкурентоспроможність металургійних підприємств, удосконалено систему факторів формування валютного курсу, здійснено їх оцінювання, прогнозування й аналіз взаємозв'язків факторів і курсів валют. Розроблено підхід до формування конкурентних стратегій розвитку металургійних підприємств, визначено ефективні методи управління їхньою конкурентоспроможністю у нестабільному валютному середовищі.

## 1. ЕКОНОМІЧНА СУТЬ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТА ЧИННИКИ, ЯКІ ЇЇ ВИЗНАЧАЮТЬ

Розвиток ринкових відносин потребує дослідження проблем конкуренції, яка є об'єктивною властивістю ринкової економіки, являє собою суперництво суб'єктів ринкових відносин за кращі умови й результати комерційної діяльності, становить важливу передумову впорядкування цін і захищає споживача від їх диктату. В умовах ринкової економіки все більшої актуальності набувають з'ясування й уточнення змісту таких понять, як «конкуренція», «конкурентоспроможність», «конкурентоздатність», «конкурентний потенціал», «конкурентна політика», «конкурентний статус».

Сьогодні в науковій літературі наведено різні трактування категорії конкуренції (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

### Погляди вчених-економістів на категорію «конкуренція»

Трактування терміна	Автор, джерело	Коментар
Конкуренція – суперництво індивідуальних покупців на ринку за найвигідніші умови купівлі-продажу товарів	А. Сміт [146, с. 46]	Правильне, але обмежене визначення, характерне для часів А. Сміта. Конкуренція – це суперництво не тільки покупців, а й виробників
Конкуренція – боротьба між підприємцями за найбільш вигідні умови вкладення капіталу	К. Маркс [98, с. 147]	Конкуренція є не тільки боротьбою за найбільш вигідні умови вкладення капіталу. Конкуренція – це ще й боротьба за джерела сировини, ринки збуту
Конкуренція – боротьба за найвигідніші умови виробництва і збуту товарів і водночас механізм регулювання пропорцій суспільного виробництва	Словник «Політична економія» [130, с. 60]	Вдале визначення, не обтяжене зайвими уточненнями й індивідуальними характеристиками об'єкта
Конкуренція – змагання між товаровиробниками за найбільш вигідні сфери вкладення капіталу, ринки збуту, джерела сировини	Т. В. Юр'єва [183, с. 12]	Чітке визначення, яке збігається з визначенням, наведеним у «Великому економічному словнику» [18]
Конкуренція – протиборство, суперництво між виробниками товарів і послуг за можливість збільшення прибутку; існування на ринку багатьох виробників (продавців) і покупців і можливість їх вільного входу на ринок і виходу з нього	Л. Абалкін [1, с. 163]	У визначенні наведено основні риси конкуренції, які найбільш повно її характеризують

Продовження табл. 1.1

Трактування терміна	Автор, джерело	Коментар
Економічна конкуренція (конкуренція) – змагання між суб'єктами господарювання з метою здобуття завдяки власним досягненням переваг над іншими суб'єктами господарювання, внаслідок чого споживачі, суб'єкти господарювання мають можливість вибирати між кількома продавцями, покупцями, а окремий суб'єкт господарювання не може визначати умови обороту товарів на ринку	Закон України «Про захист економічної конкуренції»	Формалізоване юридичне визначення, можливо, дещо переобтяжене пояснювальними словами
Конкуренція – процес взаємодії, взаємозв'язку й боротьби виробників і постачальників при реалізації продукції, економічне суперництво між відособленими товаровиробниками або постачальниками товарів (послуг) за найбільш вигідні умови збуту	Г. Я. Кіперман [68, с. 94]	Повне, але водночас не обтяжене зайвими деталями визначення
Конкуренція – процес керування суб'єктом своїми конкурентними перевагами для отримання перемоги або досягнення інших цілей у боротьбі з конкурентами за задоволення об'єктивних чи суб'єктивних потреб у межах законодавства або в природних умовах	Р. А. Фатхутдинов [160, с. 101]	Конкуренція – це боротьба, змагання, а вже потім – керування. Немає боротьби без певного керування, усвідомленого чи ні. У визначенні автора конкуренція – усвідомлений процес, а це не завжди є правильним. Автор акцентує увагу не на суті, а на побічних, хоча й невід'ємних деталях
Конкуренція – це одна з головних рис ринкового господарства, яка забезпечує творчу свободу особистості, створює умови для її самореалізації у сфері економіки шляхом розроблення й створення конкурентоспроможних товарів і послуг	В. Андріанов [7, с. 47]	Автор наділяє об'єкт визначення емоційно-етичними епітетами, що прямо не належить до економічної науки
Конкуренція – економічний процес взаємодії, взаємозв'язку і боротьби підприємств, які знаходяться на ринку, з метою забезпечення кращих можливостей збуту своєї продукції, задоволення різних потреб покупців і одержання найбільшого прибутку	І. А. Спірідонов [148, с. 59]	Чітке визначення, у якому на відміну від визначення П. А. Струніна [149, с. 194] уточнено, що конкуренція є саме економічним процесом, а не будь-яким процесом взаємодії, взаємозв'язку і боротьби

Трактування терміна	Автор, джерело	Коментар
Конкуренція – боротьба фірм за обмежений обсяг конкурентоспроможного попиту споживачів, що ведеться ними на доступних сегментах ринку	А. Ю. Юданов [182, с. 36]	Чітке і зрозуміле визначення, не обтяжене зайвими деталями
Конкуренція – це суперництво економічних суб'єктів за кращу реалізацію своїх економічних інтересів	А. Задоя, Ю. Петруня [58, с. 146]	Коротке і чітке визначення, не обтяжене деталями, етично-естетичними рисами
Конкуренція – це економічна боротьба, суперництво між товаровиробниками, виконавцями робіт і послуг, постачальниками і споживачами товарів за найвигідніші умови їх виробництва, реалізації і споживання	В. М. Алексійчук, В. Я. Амбросов, І. Ф. Маланюк [5, с. 14]	Чітке і зрозуміле визначення, не обтяжене зайвими деталями

Різне трактування поняття «конкуренція» пов'язано з її розвитком. Можна виділити такі етапи розвитку конкуренції:

1. Етап докапіталістичної конкуренції – виникнення конкурентних відносин – розпочався в епоху занепаду первісного ладу і появи простого товарного виробництва і закінчився з виникненням капіталістичних відносин. На цьому етапі конкуренція характеризується спонтанністю (тобто відносини конкуренції мали випадковий характер, оскільки інтереси товаровиробників майже не збігалися), нерегулярністю, що пояснюється пануванням натурального господарства, ізолюваністю окремих товаровиробників, належністю до певного феодалного господарства.

2. Етап досконалої конкуренції, який розпочався одночасно з поширенням капіталістичних відносин і тривав до 1870-х років. Однак на цьому етапі конкуренція ще не має всіх ознак досконалої, які сформульовано в сучасній економічній теорії [34].

3. Етап монополістичної конкуренції. З кінця 1870-х років відбувається формування монополій.

4. Етап сучасної конкуренції, який розпочався приблизно після Другої світової війни і триває до теперішнього часу. На цьому етапі конкуренція регулюється державою за допомогою антимонопольного законодавства. Їй притаманні такі риси, як соціальна спрямованість, інтернаціональний характер, розвиток науково-технічного прогресу, що привів до ускладнення технологій і розширення номенклатури виробництва, а отже, і до розширення конкуренції. На етапі сучасної конкуренції характер конкурентних переваг змінився – вони більше не базуються тільки на виробничих факторах [34].

Отже, на постсоціалістичному просторі перехід від соціалістичного змагання до конкуренції зумовив трансформацію суб'єктно-об'єктної структури сучасних конкурентних відносин. Відбулися такі зміни:

1. Кількісні – збільшення кількості суб'єктів конкуренції (хоча це спостерігається не в усіх галузях сучасної економіки України).

2. Якісні – заміна об'єктів і суб'єктів конкурентних відносин. Суб'єктами конкуренції є як споживачі, так і виробники. Об'єктами все частіше стають переваги покупців, кращі умови виробництва і збуту [136].

Суть конкуренції як системного поняття розкривають її функції [34]:

1) мотивація й узгодження інтересів товаровиробників, підпорядкування індивідуальних прагнень суб'єктів господарювання суспільним інтересам за допомогою ринкового механізму;

2) примушення товаровиробників до раціоналізації індивідуальних виробничих витрат;

3) стимулювання поліпшення якості продукції та послуг;

4) формування ринкової ціни, що забезпечує збалансоване співвідношення між суспільними потребами й суспільним виробництвом.

Залежно від охоплення економічного простору функції конкуренції можна поділити на макроекономічні (регульовальна, контролювальна, об'єднувальна, функція соціалізації прогресу та прибутку) і мікроекономічні (стимулювальна, інноваційна, адаптивна). Розподільна і селективна функції належать як до макро-, так і до мікроекономічних функцій [171].

Конкуренція, як і будь-яке інше соціальне явище, має свої переваги й недоліки. До переваг конкуренції слід виднести такі [3, 135, 136, 149]:

1) стимулювання науково-технічного прогресу, впровадження новітніх техніки і технологій;

2) зростання продуктивності праці;

3) підвищення якості продукції;

4) розширення асортименту товарів;

5) забезпечення ефективної організації праці й управління;

6) стимулювання розподілу капіталу всередині галузей, між ними, а також між сферами економіки, унаслідок чого конкуренція є важливим елементом господарського механізму, а саме механізму регулювання процесу розширеного відтворення економічної системи.

Серед недоліків конкуренції доцільно визначити такі [57]:

1) інтенсифікація праці внаслідок конкуренції між найманими працівниками, що сприяє зростанню кількості безробітних, масштаби якого негативно впливають на становище зайнятих працівників;

2) обмеження можливостей розвитку малих і середніх підприємств, їх масове банкрутство внаслідок використання нечесних методів конкуренції великими компаніями;

3) зростання вартості товарів і послуг, спричинене використанням гіпертрофованої реклами й деяких інших видів маркетингової діяльності підприємств у їхній боротьбі за споживачів, ринки збуту;



4) конкурентна система не гарантує, що першочергово будуть задоволені потреби тих споживачів, які є найменш захищеними в соціальному плані;

5) конкуренція не забезпечує збереження невідтворюваних ресурсів (водних, лісних тощо); діючи в умовах конкуренції, підприємства змушені йти на крайні заходи, завдаючи шкоди природному середовищу.

Проаналізувавши наведені вище визначення поняття «конкуренція», можна зробити висновок, що його зміст залежить від цілей конкуренції та історичного етапу розвитку суспільства.

Взаємозв'язок основних категорій конкуренції наведено в табл. 1.2. Слід підкреслити циркулярний характер цього взаємозв'язку, що відбиває логіку роботи підприємства в нестабільному зовнішньому середовищі [70]. Розглянуті категорії конкуренції взаємозв'язані й мають несуттєві відмінності. Поняття «конкурентоспроможність підприємства» є ключовим і найбільш уживаним у науковій літературі й практиці. Конкурентоспроможність є системним поняттям і, як і будь-яка система, складається з відповідних елементів, складових, проте не може бути виражена через їх суму або добуток. Ураховуючи існування великої кількості визначень цієї категорії з боку вітчизняних і зарубіжних дослідників, стає необхідною систематизація існуючих поглядів на трактування категорії конкурентоспроможності в контексті подальшого можливого оцінювання конкурентоспроможності експортноорієнтованих підприємств (Додаток А).

Для ефективного управління конкурентоспроможністю необхідний насамперед об'єктивний інструментарій її оцінювання. Однак проблема аналізу й оцінювання конкурентоспроможності є досить складною і багатогранною. На цей час немає загальноприйнятого визначення поняття «рівень конкурентоспроможності підприємства» і, як наслідок, існує безліч підходів до його оцінювання. Актуальною є проблема об'єктивного визначення рівня конкурентоспроможності підприємств, основою якого були б не розрізнені оцінки, а комплексна методологія, що базується на об'єктивних даних фінансово-господарської діяльності підприємств. Систематизація існуючих методів оцінювання конкурентоспроможності суб'єктів господарювання, їх основні переваги і недоліки подано у Додатку Б.

Для реалізації комплексного підходу до оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємства необхідно визначити чинники, які на неї впливають. Під такими чинниками слід розуміти внутрішні й зовнішні сили, інструменти, які об'єктивно й суб'єктивно впливають на формування або зміну якогось індикатора конкурентного середовища. Існуючі погляди дослідників стосовно чинників формування конкурентоспроможності підприємства та їхні головні недоліки подано в Додатку В. Класифікацію чинників, які впливають на конкурентоспроможність металургійних підприємств, наведено в табл. 1.3.

Таблиця 1.2

## Характер взаємозв'язку основних категорій конкуренції

Категорії	Конкурентний потенціал	Конкурентні переваги	Конкурентна політика	Конкурентоспроможність	Конкурентна позиція	Конкурентний статус
Конкурентний потенціал	Конкурентний потенціал <i>Конкурентний потенціал</i>	Наявність конкурентних переваг забезпечує збереження, розвиток конкурентного потенціалу підприємства порівняно з конкурентами	Якісно розроблена конкурентна політика забезпечує ефективність і раціональне використання конкурентного потенціалу підприємства порівняно з конкурентами	Високий рівень конкурентоспроможності підприємства характеризує ефективність використання конкурентного потенціалу й сприяє пошуку резервів його підвищення	Наявність стійкої конкурентної позиції підприємства на ринку сприяє утриманню конкурентоспроможності на досягнутому рівні	Підтримка підприємством свого конкурентного статусу на більш високому рівні порівняно з конкурентами гарантує збереження його займаної конкурентної позиції
Конкурентні переваги	Конкурентний потенціал підприємства є основою формування конкурентних переваг підприємства	<i>Конкурентні переваги</i>	Постійний перегляд конкурентної політики забезпечує підприємству ефективне використання конкурентних переваг і пошук нових	Реальна конкурентоспроможність підприємства є засобом підтримки наявних конкурентних переваг і основою для створення нових		
Конкурентна політика	Підприємство розроблює конкурентну політику залежно від структури й можливостей його конкурентного потенціалу	Поточний набір конкурентних переваг підприємства визначає напрямки й пріоритети конкурентної політики	<i>Конкурентна політика</i>	Високий рівень конкурентоспроможності підприємства дає змогу більш ефективно впроваджувати положення розробленої конкурентної політики підприємства	Конкурентна позиція	Конкурентний статус
Конкурентоспроможність	Ефективність використання конкурентного потенціалу й раціональне застосування виявлених резервів сприяють підвищенню конкурентоспроможності підприємства	Наявність стійких конкурентних переваг і створення нових сприяють підвищенню рівня конкурентоспроможності підприємства	Ефективна реалізація розробленої конкурентної політики забезпечує підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства	Конкурентоспроможність		
Конкурентна позиція	Підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства на ринку й розширення займаного сегмента ринку	Наявність стійких конкурентних переваг і створення нових сприяють підвищенню рівня конкурентоспроможності підприємства	Підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства	Підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства на ринку й розширення займаного сегмента ринку	Конкурентна позиція	Конкурентний статус
Конкурентний статус	Зміцнення конкурентної позиції підприємства на ринку гарантує досягнення вищого конкурентного статусу порівняно з конкурентами	Зміцнення конкурентної позиції підприємства на ринку гарантує досягнення вищого конкурентного статусу порівняно з конкурентами	Зміцнення конкурентної позиції підприємства на ринку гарантує досягнення вищого конкурентного статусу порівняно з конкурентами	Зміцнення конкурентної позиції підприємства на ринку гарантує досягнення вищого конкурентного статусу порівняно з конкурентами	Зміцнення конкурентної позиції підприємства на ринку гарантує досягнення вищого конкурентного статусу порівняно з конкурентами	Зміцнення конкурентної позиції підприємства на ринку гарантує досягнення вищого конкурентного статусу порівняно з конкурентами

Класифікація чинників, які впливають на конкурентоспроможність  
металургійних підприємств

№ п/п	Ознаки класифікації	Чинники
1	Середовище функціонування	Зовнішнього середовища (непрямої дії): – політико-правові; – макроекономічні; – інноваційні; – соціально-економічні; – демографічні; – економічні; – психологічні й культурологічні. Зовнішнього середовища (прямої дії): – ринково-галузеві; – соціологічні, психологічні й культурологічні. Внутрішнього середовища: – структурно-організаційні; – ресурсні; – техніко-технологічні; – управлінські; – фінансово-економічні; – соціологічні, психологічні й культурологічні
2	Рівень регульованості чинників підприємством	– регульовані; – частково регульовані; – нерегульовані
3	Рівень прогнозованості впливу чинників	– прогнозованого впливу; – непрогнозованого впливу (форс-мажорні)
4	Сила впливу	– сильного впливу; – незначного впливу
5	Напрямок впливу	– позитивного впливу; – нейтрального впливу; – негативного впливу

За середовищем функціонування розрізняють чинники зовнішнього й внутрішнього середовищ. Зовнішнє середовище підприємства складається з чинників непрямої й прямої дії (табл. 1.4). За часом дії зазначені чинники поділяють на миттєві й інтервальні. Так, ціна сировини та енергоресурсів, обсяги попиту, пропозиції, тарифи на вантажоперевезення, податкове навантаження на підприємство миттєво впливають на конкурентоспроможність підприємства.

## Чинники формування конкурентоспроможності підприємства

Чинники зовнішнього середовища		Чинники внутрішнього середовища
Непрямої дії	Прямої дії	
<p><u>Політико-правові</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Правове регулювання функціонування економіки країни, галузей, регіонів</li> <li>2. Державна підтримка галузей, регіонів, суб'єктів господарювання</li> <li>3. Кредитно-грошова, інноваційно-інвестиційна, фіскальна політика держави</li> <li>4. Лібералізація зовнішньоекономічних зв'язків</li> <li>5. Квотування, ліцензування зовнішньоекономічної діяльності</li> </ol> <p><u>Макроекономічні</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Кредитно-грошова, інноваційно-інвестиційна, фіскальна діяльність держави</li> <li>2. Рівень конкурентоспроможності країни</li> <li>3. Валютний курс і фактори, які його формують</li> </ol> <p><u>Інноваційні</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Розвиток високотехнологічних, ресурсозберігальних галузей</li> <li>2. Розвиток НТП, поява нових матеріалів, технологій, обладнання</li> <li>3. Підтримка науки та інноваційної діяльності</li> </ol>	<p><u>Ринково-галузеві</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ресурсний, трудовий і технологічний потенціал контрагентів</li> <li>2. Наявність бар'єрів з боку контрагентів для входу на ринок і виходу з нього</li> <li>3. Реальні й потенційні конкуренти</li> <li>4. Ринкова інфраструктура</li> <li>5. Діяльність інвесторів</li> </ol> <p><u>Соціологічні, психологічні й культурологічні</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Жадібність, азарт, нерішучість, боязнь контрагентів</li> <li>2. Діловий етикет контрагентів, культура ділового спілкування, вміння вести переговори</li> </ol> <p>—</p>	<p><u>Структурно-організаційні</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Виробнича структура підприємства</li> <li>2. Організаційна структура підприємства</li> <li>3. Управлінська структура</li> <li>4. Спеціалізація, концентрація, кооперація виробництва</li> </ol> <p><u>Ресурсні</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Система і рівень технічного оснащення</li> <li>2. Доступ до ресурсів</li> <li>3. Можливість використання якісної сировини й матеріалів</li> <li>4. Диверсифікованість виробництва</li> <li>5. Професійний рівень виробничого персоналу</li> <li>6. Доступ до необхідної інфраструкції</li> </ol> <p><u>Техніко-технологічні</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Використовувані технології та технічна досконалість продукції</li> <li>2. Розроблювані технології й модернізація виробництва та продукції</li> <li>3. Виробниче устаткування й обладнання підприємства</li> <li>4. Наявність сертифікатів якості</li> <li>5. Науково-технічний рівень виробництва</li> </ol>

Закінчення табл. 1.4

Чинники зовнішнього середовища		Чинники внутрішнього середовища	
Непрямої дії	Прямої дії		
<p><u>Соціально-економічні</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Рівень життя населення</li> <li>2. Структура споживання</li> <li>3. Купівельна активність</li> <li>4. Менталітет населення</li> <li>5. Мобільність населення</li> <li>6. Зростання безробіття</li> </ol> <p><u>Демографічні</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Динаміка кількості населення</li> <li>2. Здоров'я населення</li> <li>3. Соціально-економічний склад населення</li> <li>4. Еміграційні процеси</li> </ol> <p><u>Екологічні</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Природний клімат</li> <li>2. Географічне розташування країни та регіонів</li> <li>3. Природно-ресурсний потенціал країни</li> <li>4. Екологічна ситуація</li> </ol> <p><u>Психологічні й культурологічні</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Рівень культури у суспільстві</li> <li>2. Психологічний клімат у суспільстві</li> <li>3. Рівень достовірності інформації, яка передається в ЗМІ</li> <li>4. Сприйняття держави представниками інших країн</li> </ol>	<p>—</p> <p>—</p> <p>—</p> <p>—</p>	<p><u>Управлінські</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ефективність функціонування системи менеджменту</li> <li>2. Рівень кваліфікації управлінських кадрів</li> <li>3. Система підготовки й перепідготовки управлінських кадрів на підприємстві</li> <li>4. Інвестиції в працівників</li> </ol> <p><u>Фінансово-економічні</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Рівень платоспроможності й ліквідності</li> <li>2. Рівень рентабельності</li> <li>3. Період оборотності кредиторської й дебіторської заборгованостей</li> <li>4. Фінансова стабільність</li> <li>5. Ділова активність</li> </ol> <p><u>Соціологічні, психологічні й культурологічні</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Внутрішньофирмова культура й психологічний клімат</li> <li>2. Імідж і репутація підприємства</li> <li>3. Соціальне забезпечення й підтримка працівників</li> </ol>	<p>—</p> <p>—</p> <p>—</p> <p>—</p>

Зміна валютного курсу приводить до зміни ціни на товари і послуги на внутрішньому й зовнішньому ринках, унаслідок якої власники валюти можуть одержувати прибутки або зазнавати збитків (рис. 1.1). Однак слід ураховувати, що на результати діяльності підприємства, зокрема на його конкурентоспроможність, впливає не тільки зміна валютного курсу, а й сам курс, точніше, його сталість протягом певного часу.

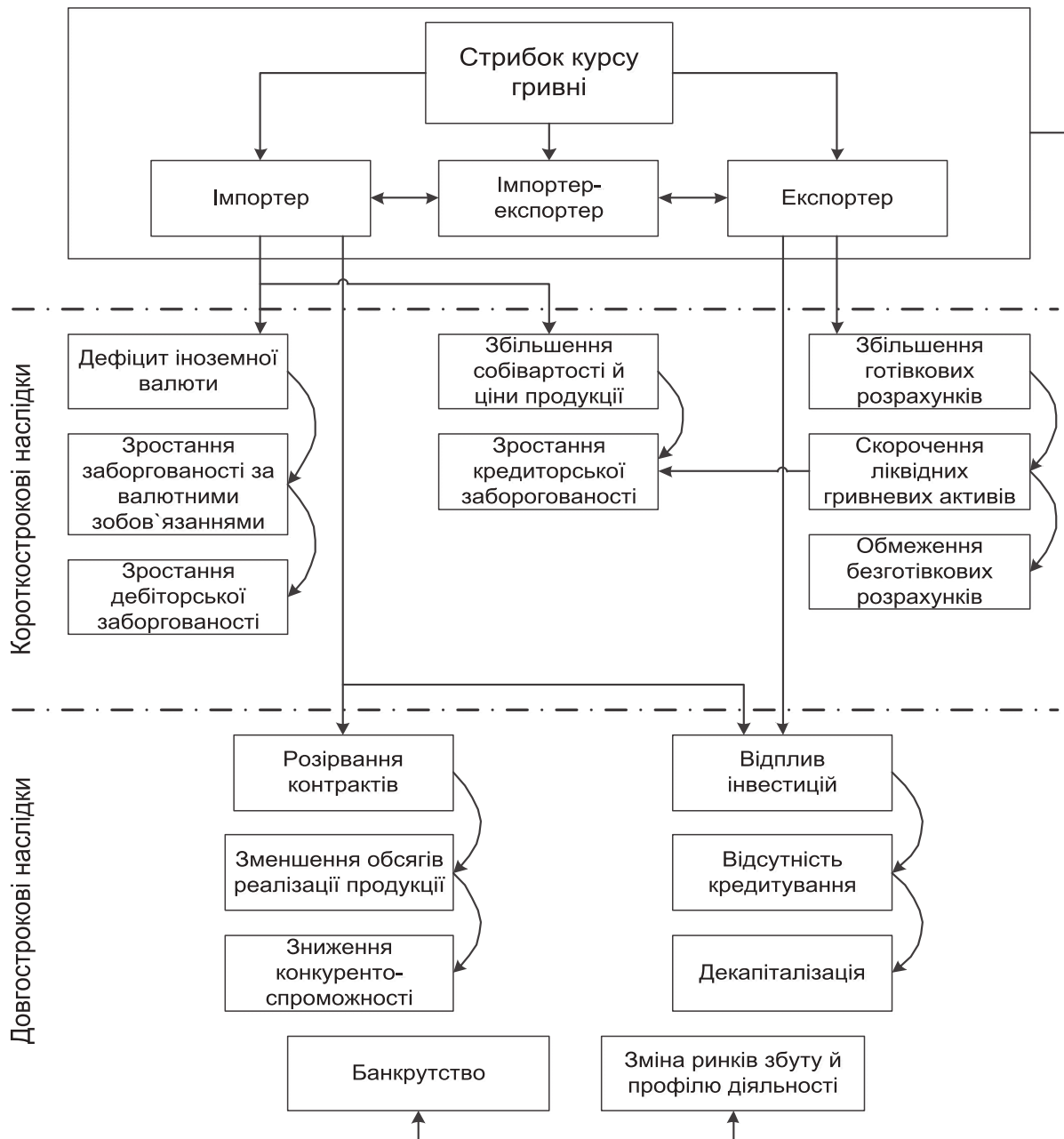


Рис. 1.1. Наслідки зміни курсу гривні для підприємств

Динаміка валютного курсу по-різному впливає на конкурентоспроможність підприємства. Це залежить від спрямованості підприємства: підприємство-експортер; підприємство-імпортер; експортер та імпортер одночасно; підприємство, яке не займається зовнішньоекономічною діяльністю. Слід також проаналізувати вплив

валютного курсу і його зміни на конкурентоспроможність постачальників ресурсів і споживачів продукції.

На конкурентоспроможність підприємств валютний курс впливає через цінові чинники, а також через інфляційні очікування економічних суб'єктів щодо встановлення підприємствами індивідуальних цін. Позитивний і негативний вплив динаміки валютного курсу на конкурентоспроможність суб'єктів господарювання наведено в табл. 1.5.

Таблиця 1.5

Вплив валютного курсу на конкурентоспроможність підприємств

Зміна валютного курсу	Позитивний вплив	Негативний вплив
Девальвація гривні	Експортер Внутрішній виробник Підприємство, яке має валютні запаси Підприємство, яке інвестує кошти в іноземній валюті	Імпортер Підприємство, яке є позичальником кредитів в іноземній валюті
Ревальвація гривні	Імпортер Підприємство, яке є позичальником кредитів в іноземній валюті	Експортер Внутрішній виробник Підприємство, яке має валютні запаси Підприємство, яке інвестує кошти в іноземній валюті

Зрозуміло, що цей вплив зображено лише схематично, адже, наприклад, підприємство-експортер може одночасно мати валютні запаси й інвестувати кошти в іноземній валюті, а внутрішній виробник може бути позичальником кредитів в іноземній валюті. Загалом девальвація гривні позитивно впливає на конкурентоспроможність експортера, дає змогу отримати додатковий прибуток (валютний) при обміні вирученої іноземної валюти, яка подорожчала, на національну, що подешевшала. У випадку, якщо підприємство-експортер закуповує сировину й інші ресурси у контрагентів, на ціни яких валютний курс не впливає, то воно може отримати прибуток або зазнати збитків тільки внаслідок зміни валютного курсу (табл. 1.6).

Таблиця 1.6

Залежність прибутку експортера від курсу валюти

Валютний курс на дату укладення контракту (14.03.2012 р.) ВК = 8,0225 грн/ дол. США	Девальвація гривні ВК = 8,2497 грн / дол. США	Ревальвація гривні ВК = 7,7953 грн / дол. США
Виручка – 120000 дол. США (962700 грн) Собівартість – 810000 грн Прибуток – 152700 грн	Виручка – 120000 дол. США (989964 грн) Собівартість – 810000 грн Прибуток – 179964 грн	Виручка – 120000 дол. США (935436 грн) Собівартість – 810000 грн Прибуток – 125436 грн

Отже, маючи в наявності одну й ту ж саму кількість іноземної валюти, підприємство може отримати прибуток або зазнати збитків лише зі зміненням валютного курсу. Навіть незначна зміна валютного курсу від дати підписання контракту до дати здійснення платежу за контрактом може суттєво вплинути на розмір прибутку підприємства-експортера. Це стосується насамперед експортерів металургійної продукції, які забезпечують значні валютні надходження до бюджету. Ці підприємства укладають контракти на великі суми, тому можуть суттєво постраждати від несприятливої динаміки валютних курсів.

При зниженні курсу гривні підприємства-експортери можуть реалізовувати вироблену продукцію за цінами, нижчими від світових, що приведе до збільшення обсягів експорту. В умовах стабільного тренду, коли підприємство знає, що курс іноземної валюти протягом певного часу буде стабільно зростати, воно може розрахувати розмір валютного прибутку, який отримає за цей період, і частину цього прибутку спрямувати на проведення акцій або надання знижок. Це сприяє збільшенню кількості покупців, унаслідок чого попит на продукцію підвищується, що позитивно впливає на конкурентоспроможність підприємства, оскільки її маркетингова складова збільшується. Крім того, таке спрямування прибутку від курсової різниці не впливає на собівартість продукції, як, наприклад, у випадку, коли підприємство витрачає валютний прибуток на розширення інноваційної діяльності або додаткову рекламу, кошти на які закладено в собівартості.

При аналізі впливу ревальвації гривні на конкурентоспроможність підприємства-експортера також необхідно чітко розрізняти наслідки різкої зміни курсу регулятором, валютної паніки і стабільного тренду. Під час валютної паніки зі знаком «мінус», тобто коли відбувається різке лавиноподібне падіння курсу іноземної валюти, а підприємство-експортер має залишки на поточних або депозитних рахунках в іноземній валюті, валютні запаси підприємства-експортера знецінюються. При незмінній собівартості продукції збільшується її ціна, виражена в іноземній валюті, а отже, знижується конкурентоспроможність продукції підприємства-експортера.

Ревальвація гривні в короткостроковому періоді призводить до зменшення обсягів виробництва продукції експортноорієнтованих підприємств, оскільки спричиняє штучне подорожчання вітчизняної продукції відносно її зарубіжних аналогів як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках.

Проте за умови стійких очікувань щодо зростання курсу гривні відносно іноземної валюти в довгостроковій перспективі відбуватиметься збільшення обсягів продукції експортноорієнтованих підприємств, оскільки стабільний тренд ревальвації гривні змушує суб'єктів господарювання працювати у більш жорстких умовах конкуренції, тобто вживати заходів з модернізації виробництва, підвищення якості продукції, покращання



менеджменту тощо (звичайно, якщо це не виходить за межі адаптаційних можливостей підприємств). Отже, стабільний тренд ревальвації гривні є головною рушійною силою інноваційного розвитку й модернізації виробництва. Експортноорієнтовані підприємства, які «вижили» в жорстких умовах конкуренції, в довгостроковій перспективі зможуть закріпити свої позиції на ринку й успішно конкурувати із зарубіжними підприємствами.

Окрім дослідження стабільних трендів, які визначаються економічною динамікою, необхідно оцінити вплив різких змін курсу валюти, оскільки сучасна ринкова система постійно перебуває в динаміці й поряд зі звичайними змінами, що відбуваються в соціально-економічних системах, досить поширеними є лавиноподібні процеси, які дуже серйозно впливають на соціально-економічну і політичну безпеку держави і суспільства. Тому існує необхідність визначення механізмів впливу валютних панік і ажіотажу на конкурентоспроможність суб'єктів господарювання.

В умовах паніки на валютному ринку у підприємства можуть різко виникнути проблеми з купівлею іноземної валюти для розрахунку з іноземними контрагентами або її продажем для розрахунку з вітчизняними контрагентами, бюджетом, працівниками. Так, у 2008 р., коли гривня втратила 62,3 % своєї вартості щодо долара США, відбулися значне зниження коефіцієнтів оборотності кредиторської й дебіторської заборгованостей багатьох провідних металургійних підприємств України (табл. 1.7) і зменшення періоду їх погашення (рис. 1.2). Стрибок валютного курсу призводить до того, що контрагенти не повертають борги вчасно, ставлять необґрунтовані вимоги за попередніми платежами за поставку продукції або вимагають додаткових гарантій.

Вплив на ефективність інвестиційно-інноваційної діяльності підприємств виявляється в тому, що валютна паніка може відлякати іноземних інвесторів або змусити їх вивести частину вкладеного капіталу. Проте якщо курс національної валюти підвищується, а іноземної – знижується, то, навпаки, відбувається залучення іноземних інвестицій в українські підприємства. Так, у 2008 р. на багатьох металургійних підприємствах України зменшилися обсяг капітальних інвестицій і частка довгострокових фінансових інвестицій в активах. Валютна паніка також може спричинити паніку на фондовому ринку.

Таблиця 1.7

Коефіцієнти оборотності дебіторської  $K_{одз}$   
і кредиторської  $K_{окз}$  заборгованостей

Підприємство	$K_{одз}$		$K_{окз}$	
	2007 р.	2008 р.	2007 р.	2008 р.
ПАТ «МК «Азовсталь»	4,18	2,67	6,46	3,49
ПАТ «Дніпровський меткомбінат»	10,69	9,56	4,00	3,88
ПАТ «Єнакієвський металургійний завод»	4,83	3,39	3,19	2,81
ПАТ «Дніпроспецсталь»	14,07	10,37	3,95	2,35

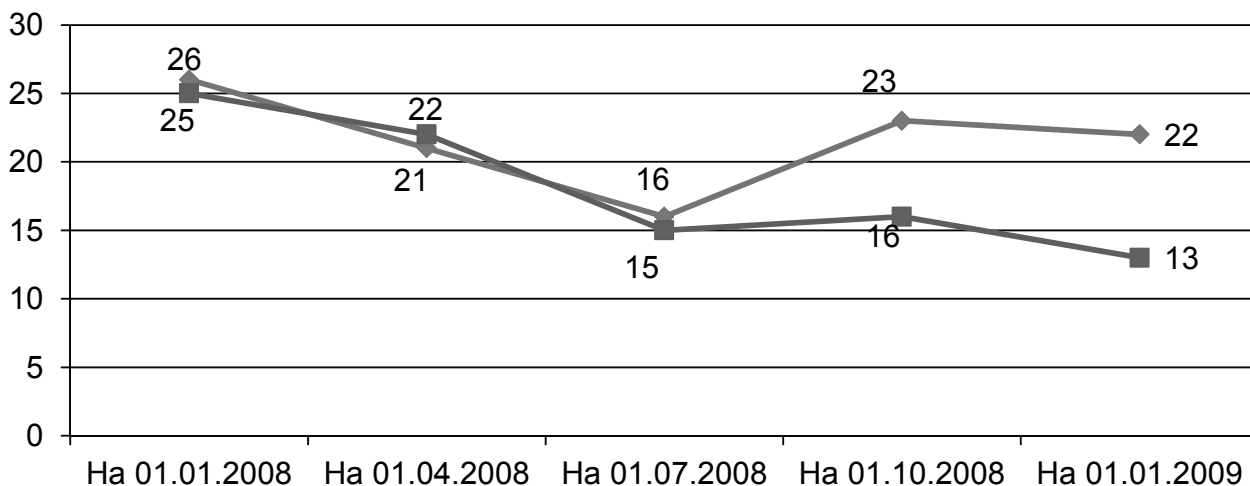


Рис. 1.2. Періоди погашення дебіторської (—■—) і кредиторської (—◆—) заборгованостей ПАТ «МК «Азовсталь», дні

Розглянемо вплив валютного курсу на конкурентоспроможність підприємства-імпортера. Для імпортера, який купує іноземну валюту за національну з метою придбання товарів за рубежом, девальвація гривні призводить до подорожчання імпортованих товарів, призначених для продажу на території України. Ревальвація гривні, навпаки, дає змогу знизити відносні ціни імпортних товарів, що робить їх більш привабливими, унаслідок чого фізичний обсяг імпорту збільшується. Співвідношення курсу долара й імпорту товарів і послуг показано на рис. 1.3.

У 2009 р. на фоні девальвації гривні відбулося різке зменшення обсягу імпорту. За даними Держкомстату, різке, майже вдвічі (на 43,7 %) скорочення імпорту після девальвації не допомогло збільшити частку українських товарів на внутрішньому ринку, і останнім часом імпорт знову відвоює свої позиції. Збільшення обсягу імпорту завдає шкоди вітчизняному виробництву, але не завжди. В умовах недосконалої конкуренції зі зростанням обсягу імпорту можуть зменшуватися витрати на нього. Це відбувається, якщо попит на імпорт є нееластичним за ціною, що фактично відображає низьку взаємозамінність імпортних і вітчизняних товарів. Тоді зростання реального обмінного курсу гривні сприяє зниженню ринкової частки імпортних товарів, тобто попит на вітчизняну продукцію збільшується. Фактично це означає, що їхня конкурентоспроможність підвищується, оскільки в цьому випадку можна говорити про імпортозаміщення. На ринках з високим ступенем конкуренції зміна валютного курсу значно впливає на конкурентоспроможність внутрішніх виробників. З підвищенням ринкової сили виробників і диференціацією продукції, що випускається, вплив валютного курсу зменшується.

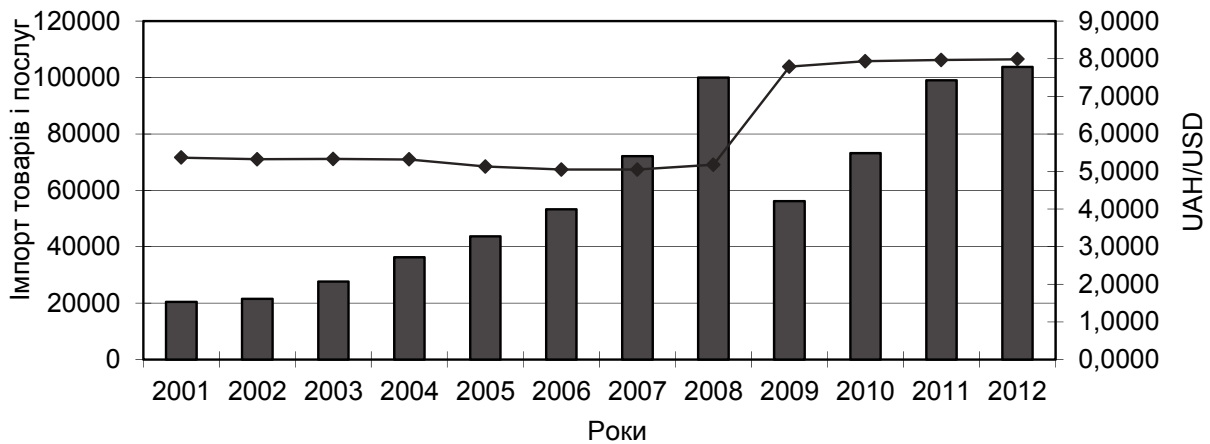


Рис. 1.3. Співвідношення курсу долара США й імпорту в 2001 – 2012 рр.:  
 — імпорт товарів і послуг, млн дол. США; —◆— курс UAH/USD

Учені М. Голдстейн і М. Хан, резюмуючи в авторитетному виданні емпіричні дослідження, проведені в багатьох країнах, дійшли висновку, що типова величина цінової еластичності імпорту знаходиться в діапазоні від -0,5 до -1,0. Висновок про нееластичність попиту на імпорт стійкий у часі: такий самий діапазон значень цінової еластичності імпорту отримав відомий економіст А. Харбергер ще в 1957 р. Отже, зміцнення валюти зазвичай приводить до зменшення частки імпортованих товарів на внутрішніх ринках, що сприяє покращанню умов для розвитку власного виробництва. На внутрішньому ринку нецінові фактори конкуренції вітчизняних товарів з імпортованими (ступінь унікальності пропонованих продуктів) можуть відігравати більш важливу роль, ніж цінові (здатність запропонувати більш низьку ціну). Проте слід урахувувати рівень економічного розвитку держави, у яку імпортується товари. Від цього залежить, якому товару нададуть перевагу споживачі – більш дешевому, але однорідному китайському, чи унікальному українському.

У такій ситуації на внутрішніх ринках вітчизняні підприємства-виробники активно пристосовують свої ціни до цін конкурентних імпортованих товарів. Ця корекція цін може відображати як затратні фактори (зміна вартості імпортованої сировини, матеріалів і комплектувальних виробів), так і вимоги ринку – необхідність забезпечувати прийнятні для споживачів співвідношення ціни і якості порівняно з імпортованими аналогами. Природно очікувати, що реакція на зміну цін імпортованих товарів буде сильною в тих галузях, де є великою взаємозамінністю вітчизняних та імпортованих товарів або значною питома вага імпортованої сировини і комплектувальних виробів.

Розглядаючи ситуацію, коли на валютному ринку виникла паніка, під час якої відбулися різке лавиноподібне збільшення попиту на іноземну валюту і, як наслідок, різке зменшення її обсягу на ринку як за рахунок панічної купівлі іноземної валюти населенням, так і у зв'язку із застосуванням державою регулювальних інструментів (наприклад, коли

НБУ обмежує валютну позицію комерційних банків, не використовує валютні резерви для задоволення попиту), стає зрозумілим, що внаслідок подорожчання іноземної валюти підприємству-імпортеру для здійснення своєї поточної діяльності буде вкрай важко своєчасно придбати необхідний обсяг іноземної валюти. Якщо підприємство-імпортер здійснює розрахунок із відстроченням платежу, тобто розраховується за отриманий товар не одразу згідно з умовами контракту, а через деякий час (зокрема, імпортер готових виробів, особливо машин та обладнання), то це може призвести до порушення умов контракту і, як наслідок, до застосування штрафних санкцій і розірвання контракту. Якщо ж в умовах контракту передбачено передплату за продукцію, то підприємство-імпортер не зможе її придбати. У випадку, якщо валютна паніка триває, а запасів продукції на підприємстві недостатньо, воно може значно зменшити обсяг її продажу або взагалі припинити свою діяльність. Крім того, зростання курсу іноземної валюти під час валютної паніки призводить до збільшення собівартості продукції, а отже, і її ціни. Це, в свою чергу, призводить до зниження конкурентоспроможності продукції, головними складовими якої є ціна, якість та обслуговування.

Під час валютної паніки населення очікує подорожчання товарів підприємств-імпортерів і масово їх скуповує. З одного боку, обсяги продажів і прибутку підприємства-імпортера, яке має запас продукції, під час валютної паніки за рахунок панічного попиту на продукцію за певний короткий проміжок часу збільшуються, а з іншого – значно зменшуються за більш тривалий період у майбутньому (наприклад, підприємств-імпортерів аудіо-, відео- і побутової техніки). Отже, валютна паніка по-різному впливає на діяльність підприємства-імпортера: можна отримати більші прибутки й збільшити обсяг продажів під час валютної паніки і водночас зазнати значних збитків у майбутньому. Проте прибуток, отриманий під час валютної паніки, зможе деякою мірою компенсувати втрати підприємства-імпортера після неї.

Зниження курсу гривні є не вигідним не тільки імпортерам, а й підприємствам-рітейлерам, 100 % виручки яких обчислюється в гривнях. Девальвація гривні призводить до підвищення цін на імпортні товари і товари, ціни на які прямо залежать від цін аналогічних імпортних товарів (рис, цукор, алкоголь, чай, кава тощо). Оскільки такі продукти становлять приблизно 70 – 80 % від загальної виручки підприємств цього сектора, то це негативно впливає на їхню конкурентоспроможність. Крім того, більш високі ціни на їжу і напої автоматично збільшують рівень інфляції [62].

Зниження курсу гривні також впливає на конкурентоспроможність будівельних компаній, які мають багато позик в іноземній валюті, а виручку отримують у гривнях. Таким підприємствам банки майже не видають нові кредити. Девальвація гривні значною мірою впливає на конкурентоспроможність підприємств, орієнтованих на внутрішній ринок, зокрема банків, роздрібних торгових мереж, телекомунікаційних компаній.

Як свідчить практика, при стабільному зниженні курсу гривні багато підприємств прив'язують ціни на свої товари до курсу валюти. Першими це зробили японські автовиробники Toyota і Mitsubishi, коли курс ієни збільшився відносно долара США і тримати фіксовані ціни в гривні стало неможливо. Вони вказували дві ціни: фіксовану – в умовних одиницях, а поточну – у гривнях. Автовиробники опинилися у вкрай складній ситуації: склади були заповнені товарами, мито на імпорт нових автомобілів збільшилося з 25 до 30 %. Щоб забезпечити продаж автомобілів у таких умовах, підприємства йшли на значні поступки, зокрема збільшували товарні кредити дилерам з 30 до 150 днів, активно кредитували покупців.

На конкурентоспроможність підприємств, які є і експортерами, і імпортерами одночасно, тобто експортують виготовлену продукцію, а імпортують сировину і комплектувальні вироби (зокрема, металургійні підприємства, машинобудування, хімічна, харчова промисловість тощо), зміна валютного курсу впливає неоднозначно. З одного боку, девальвація гривні є вигідною експортеру, оскільки дає змогу отримати валютний прибуток від курсової різниці, а з іншого боку, якщо значну частину собівартості становить сировина, яку підприємство імпортує, то девальвація гривні є невигідною, оскільки відбувається підвищення вартості імпортних факторів виробництва. Тому важливе значення мають частки імпортних сировини і комплектувальних виробів у собівартості продукції, а також те, якою валютою підприємство розраховується за імпортовану сировину і яку валюту воно отримує за експортовану продукцію. Отже, конкурентоспроможність таких підприємств залежить від розміру грошових потоків в іноземних валютах, їх розподілу у часі, а також валюти експорту і валюти імпорту.

У 2009 р. значне зменшення обсягів виручки від реалізації продукції (приблизно на 30 %) було пов'язано з девальвацією гривні до долара США на 53,24 %, до євро – на 46,8 %, до російського рубля – на 20,98 % на міжбанківському валютному ринку. У 2010 р. поряд з ревальвацією гривні до долара США і євро спостерігалось збільшення виручки підприємств. Проте наведені дані демонструють лише загальну тенденцію до збільшення обсягів виручки підприємств і зміцнення курсу гривні, оскільки виручка від реалізації могла зрости під впливом безлічі факторів, наприклад, таких, як нарощування обсягів виробництва, вихід на нові сегменти ринку, внаслідок якого відбулося збільшення обсягів реалізації продукції і т. ін.

Під час стрибка валютного курсу, коли потреба в додаткових коштах збільшується, у підприємства можуть виникнути проблеми, пов'язані з отриманням кредитів. У цьому випадку йому доводиться погоджуватися на підвищені відсоткові ставки за кредит, виставляти додаткові застави тощо. Коли курс іноземної валюти різко збільшується, стає особливо важко повернути валютні кредити. Труднощі з виплатою кредитів обмежують розмір оборотних коштів підприємства, від яких залежить обсяг

виробництва. Через нестачу оборотних коштів підприємства змушені купувати менше або відстрочити купівлю факторів виробництва. Унаслідок цього ускладнюється реалізація готових виробів, які, наприклад, можна не встигнути розпродати в сезон.

Аналізуючи вплив динаміки валютного курсу на конкурентоспроможність підприємств, які діють лише на внутрішньому ринку, зазначимо, що вони співпрацюють з імпортерами або експортерами, особливо якщо займаються посередницькою діяльністю або роздрібною торгівлею. Так, за даними опитування менеджерів, мережа супермаркетів «Metro» закуповує товар не в іноземного виробника, а у офіційної фірми-імпортера. Під час валютної паніки на ринку у офіційних підприємств-імпортерів можуть виникнути проблеми з поставками продукції, внаслідок чого підприємства-посередники можуть зазнати збитків, оскільки за короткий проміжок часу знайти альтернативні канали закупівлі товарів вкрай важко.

На конкурентоспроможність підприємств, які працюють на внутрішньому ринку, зміна валютного курсу може вплинути опосередковано, зокрема через імпортерів. Це виявляється в такому. Зміна валютного курсу призводить до зміни вартості продукції іноземних виробників порівняно із вартістю продукції внутрішніх виробників. Так, унаслідок зміцнення національної валюти ціни на імпортовану продукцію на внутрішньому ринку знижуються. Здешевлення імпорту спричиняє зниження попиту на продукцію внутрішніх виробників. Зниження попиту на продукцію, в свою чергу, призводить до скорочення обсягів виробництва і продажу. Підприємство має зробити вибір: знизити ціну на продукцію для збереження своєї цінової конкурентоспроможності відносно імпорту та частки на ринку або спробувати зберегти ціну і, відповідно, частку прибутку в ціні на колишньому рівні, ризикуючи при цьому втратити частку на ринку. Отже, зниження попиту призводить до скорочення обсягів виробництва та (або) зниження ціни на продукцію, унаслідок чого прибуток підприємств зменшується. Зниження прибутку, в свою чергу, позначається на окремих складових конкурентоспроможності, зокрема призводить до скорочення кадрів та (або) часу зайнятості (перехід з восьмигодинного на чотири- або шестигодинний робочий день), надання відпустки «за свій рахунок», а також до зниження заробітної плати. Таким чином, коливання курсу впливають на рішення підприємств щодо розміру заробітної плати, витрат на підвищення кваліфікації кадрів, часу зайнятості й оптимальної кількості працівників, що не може не вплинути на коефіцієнт обороту з вибуття кадрів і негативно позначиться на конкурентоспроможності підприємства.

Окрім зниження ефективності трудового потенціалу підприємства у випадку значного зниження цінової конкурентоспроможності продукції національних виробників порівняно з імпортом вітчизняні підприємства для збереження своєї частки на ринку змушені скоротити витрати на здійснення

інвестиційно-інноваційної діяльності. Механізми такого впливу показано на рис. 1.4.



Рис. 1.4. Механізми впливу зміни валютного курсу на конкурентоспроможність вітчизняних підприємств на внутрішньому ринку

Однак, як було зазначено вище, збільшення обсягу імпорту не завжди завдає шкоди національним виробникам. Ступінь впливу зміни валютного курсу на конкурентоспроможність вітчизняних підприємств визначається структурою ринку (зокрема, можливостями імпортозаміщення) й особливостями державного регулювання, а саме митно-тарифного регулювання. Якщо ціни на зовнішніх ринках за невеликими винятками є екзогенно заданими для економіки України, а попит вважається абсолютно еластичним, то ситуація на внутрішніх ринках визначається головним чином характеристиками вітчизняної економіки. Уряд України може захистити внутрішній ринок, вживаючи заходів тарифної політики, і у разі наявності високих митних бар'єрів зміна курсу може не призвести до погіршення становища внутрішніх виробників на ринку.

Зміна валютного курсу також може вплинути на конкурентоспроможність підприємств, які працюють тільки на внутрішньому ринку, якщо вони інвестують кошти в іноземній валюті, є позичальниками кредитів в іноземній валюті або мають іноземних конкурентів.

Незалежно від спрямованості підприємства зміна валютного курсу безпосередньо впливає на величину його боргу в іноземній валюті. Зниження курсу гривні призводить до збільшення суми боргу в іноземній валюті, а підвищення курсу гривні – до її зменшення.

Зміна валютного курсу може вплинути на конкурентоспроможність підприємства навіть тоді, коли воно ніяких заходів не вживає, тобто реакції з боку підприємства немає. Так, якщо підприємство має значні валютні запаси, то чим вище буде курс гривні, тим менше коштуватимуть його валютні запаси в перерахунку на національну валюту. І навпаки, зміна курсу може привести до збільшення валютних активів підприємства без здійснення будь-яких управлінських дій з боку менеджменту підприємства. Особливо це стосується підприємств із значним обсягом валютних запасів. Так, у ПАТ «МК «Азовсталь» обсяг грошових коштів в іноземній валюті у 2010 р. був на 81 % більший за обсяг грошових коштів у національній валюті (506551 тис. грн в іноземній валюті та 4133 тис. грн у національній).

Динаміка валютного курсу впливає на результати діяльності суб'єктів господарювання не тільки об'єктивно, а й суб'єктивно, змінюючи їхню поведінку. Тому окрім дослідження різних варіантів впливу динаміки валютного курсу на конкурентоспроможність підприємств та її окремі складові необхідно з'ясувати, як змінюються поведінка, конкретні дії суб'єктів господарювання залежно від курсових коливань і як це позначається на їхній конкурентоспроможності. Аналіз суб'єктивного фактора має важливе значення, оскільки прийняття неправильних, непродуманих, спонтанних, емоційних, панічних рішень може негативно вплинути на конкурентоспроможність підприємств навіть при сприятливій динаміці валютного курсу.

Можна виділити такі варіанти поведінки суб'єктів господарювання:

– паттерна (шаблонна), коли суб'єкт господарювання піддається загальному впливу по типу ланцюгової реакції;

– непродумана, коли суб'єкт господарювання діє неадекватно, надто ризиковано, не замислюючись про наслідки, тим самим підриваючи конкурентоспроможність підприємства;

– раціональна, коли суб'єкт господарювання тверезо, виважено оцінює процеси, що відбуваються, і піддається впливу тільки в разі об'єктивної необхідності;

– індиферентна, коли суб'єкт господарювання повністю ігнорує процеси, які відбуваються на валютному ринку, ніяк не реагуючи на них.

Залежно від ситуації на валютному ринку поведінка осіб, які приймають рішення, буде різною. В умовах стабільності й валютної паніки



зразки поведінки, способи реагування менеджерів будуть суттєво різнитися. Хоча деякі з них спостерігаються в обох випадках, але мають різні характер, мотиви, здійснюються різними шляхами й у різних масштабах. Крім того, слід розрізняти найтипівіші традиційні реакції суб'єктів господарювання та «нетрадиційні», тобто ті, які з огляду на нормальний економічний розвиток ніяк не можна вважати прогресивними, проте вони реально існують і приносять вигоду.

Валютна паніка може змусити керівництво підприємства прийняти рішення щодо зменшення витрат на маркетингову діяльність (рекламу, збут, розроблення нових товарів, дослідження ринку тощо), що призведе до негативних тенденцій у такій складовій конкурентоспроможності підприємства, як ефективність організації збуту й просування товарів. Крім того, під час валютної паніки змінюється поведінка споживачів, вони опиняються в умовах хаосу і значної економії, а тому реклама і класичні інструменти для просування продукції стають менш дієвими. Маркетингові інструменти, а отже, і маркетингова діяльність можуть стати менш ефективними. Як наслідок, малоефективні підрозділи стануть не вигідними підприємствам, а частина кваліфікованих маркетологів – безробітними або будуть мати заборгованість у виплаті заробітної плати.

Реакцією підприємств на довгострокові курсові тренди, спричинені дією різних факторів, є реструктуризація маркетингових витрат (зокрема, перехід від більш дорогої реклами на телебаченні до більш дешевої в газеті).

В умовах стрибка валютного курсу підприємства намагаються позбутися прив'язки до долара, наприклад, переукласти договір оренди в гривні.

Коли на валютному ринку спостерігається стабільний висхідний тренд або прогнозується різка девальвація гривні підприємства намагаються заповнити склади імпортною продукцією за колишнім, більш низьким курсом. Однак не всі підприємства мають можливість виділити кошти на масштабні закупівлі й ще менше фірм мають достатньо місця на своїх складах. Крім того, такий варіант навряд чи є прийнятним для підприємств, які торгують продукцією, що швидко псується.

Багато підприємств «грають» на цінах реалізації, тобто курсові зміни покривають за рахунок додаткової націнки. Однак при цьому слід ураховувати, що можливості платоспроможного попиту не є безмежними. З одного боку, на конкурентоспроможність підприємства впливають зростання валютного курсу і збільшення собівартості продукції, а з іншого – щоденне зменшення платоспроможного попиту. Рано чи пізно настане момент, коли підприємство просто не зможе реалізувати продукцію за прийнятними для нього цінами. Однак при зменшенні обсягів пропозиції і до певного цінового рівня такий спосіб боротьби з коливаннями курсів валют теж має право на існування.

Деякі підприємства при зміні валютного курсу намагаються переорієнтуватися на внутрішній ринок, тобто шукають можливих постачальників сировини або необхідної продукції на внутрішньому ринку (імпортозаміщення). Цей метод у деяких випадках допомагає оптимізувати валютні ризики, а також реалізувати свою продукцію національним виробникам.

Сьогодні поширеним способом боротьби з нестабільним валютним курсом став перегляд договірних відносин з постачальниками. З іноземними партнерами проводять серйозні й важкі переговори з приводу компенсації різниці в курсах, щоб не збільшувати неплатоспроможний попит, який виник унаслідок збільшення вартості продукції зарубіжного виробництва. І хоча додаткові дисконти з боку постачальників не є еквівалентними курсовій різниці (становлять 5 – 15 %), вони допомагають дещо поліпшити ситуацію. Іноземним компаніям краще застосувати дисконти, ніж втратити зв'язок з великими мережами, які роками є їхніми партнерами і можуть забезпечити оборот продукції. Підприємствам також слід звернути увагу на механізм ціноутворення. Наприклад, у договорі можна передбачити, що ціна продукції буде обчислюватися за формулою ковзання, у якій ураховується зміна валютного курсу і яка допомагає згладжувати курсові коливання.

Ще однією, найбільш поширеною реакцією на зміну курсу є перехід у відносинах з постачальниками на передоплату.

Коли одна зі світових валют є нестабільною, деякі підприємства здійснюють свої розрахунки в іншій, третій валюті. Проте багато керівників підприємств скептично ставляться до такого способу мінімізації несприятливого впливу валютного курсу, оскільки в сучасних умовах курси майже всіх світових валют є досить непередбаченими не тільки відносно гривні, а й відносно одна одної.

При несприятливій курсовій динаміці деякі підприємства хеджують валютні ризики. У металургії та машинобудуванні, виробництві товарів тривалого користування і харчовій промисловості валютні деривативи застосовують більше 50 % підприємств. При цьому найпопулярнішими фінансовими інструментами є валютні форварди [162]. Проте в Україні частка підприємств, які здійснюють хеджування, є значно меншою, ніж в інших країнах. Немає відповідних законодавчих актів у сфері регулювання валютних деривативів. На рівні банківської системи використовуються лише форвардні операції, усі інші – тільки на біржі.

Ще однією реакцією підприємств на несприятливу динаміку валютних курсів є введення нових порядків у фінансах, тобто підвищення фінансової дисципліни компанії, що приводить до збільшення її ліквідності, а отже, впливає на здатність швидко розраховуватися за валютними зобов'язаннями і, як наслідок, позитивно позначається на конкурентоспроможності підприємства.

У табл. 1.8 наведено різні класифікаційні критерії впливу динаміки валютних курсів на конкурентоспроможність суб'єктів господарювання. Розглянуті види впливу валютної динаміки на конкурентоспроможність підприємства не проявляються ізольовано, а мають взаємозв'язаний характер, можуть проявлятися одночасно, а інколи спричиняти один одиний. Розроблена класифікація дає змогу зрозуміти природу і характерні риси певного впливу і виявити його локалізацію, ступінь та інтенсивність у поточний момент часу.

Наслідки від зміни валютного курсу можуть настати як одразу, моментально, так і через деякий час (віддалений вплив). Динаміка валютного курсу може впливати на конкурентоспроможність підприємства безпосередньо (прямий вплив) або опосередковано (непрямий вплив), тобто через інших суб'єктів ринкової економіки, контрагентів. Так, зниження платоспроможності банків не може не вплинути на конкурентоспроможність суб'єктів господарювання, які з ними працюють.

Таблиця 1.8

Класифікація впливу динаміки валютних курсів на конкурентоспроможність суб'єктів господарювання

№ п/п	Класифікаційний критерій	Вид впливу
1	За інтенсивністю	– сильнодіючий (значний); – слабодіючий (незначний)
2	За швидкістю настання наслідків	– моментальний; – віддалений
3	За видом дії	– прямий (безпосередній); – непрямий (опосередкований)
4	За суб'єктно-об'єктним складом	– об'єктивний; – суб'єктивний
5	За можливістю прогнозування впливу динаміки валютного курсу	– прогнозований; – непрогнозований
6	За масштабом (локалізацією) впливу на конкурентоспроможність підприємства	– загальний; – локальний
7	За можливістю виявлення (за ступенем розпізнавання)	– явний (відчутний, видимий); – латентний
8	За наслідками	– відсутність наслідків; – незначний; – суттєвий; – катастрофічний
9	За спрямованістю	– стимулювальний (позитивний); – дестимулювальний (негативний)
10	За сферою діяльності підприємства	– фінансовий; – інформаційний; – технічний; – виробничий; – кадровий; – технологічний

№ п/п	Класифікаційний критерій	Вид впливу
11	Залежно від масштабів діяльності підприємства	– вплив на малий бізнес; – вплив на середній бізнес; – вплив на великий бізнес
12	Залежно від ринку, на якому працює підприємство	– вплив на внутрішньому ринку; – вплив на зовнішньому ринку; – вплив на внутрішньому і зовнішньому ринках
13	Залежно від питомої ваги зовнішньоторговельних операцій в господарсько-фінансовій діяльності підприємства	– вплив на підприємства, переважна більшість продукції яких реалізується на внутрішньому ринку; – вплив на підприємства, переважна більшість продукції яких реалізується на зовнішньому ринку
14	За спрямованістю підприємства	– вплив на підприємство-експортера; – вплив на підприємство-імпортера; – вплив на імпортера та експортера одночасно; – вплив на підприємство, яке не займається зовнішньоекономічною діяльністю
15	За стадією життєвого циклу підприємства, на якій виникає вплив	– вплив на стадії зародження підприємства; – вплив на стадії зростання; – вплив на стадії зрілості; – вплив на стадії старіння (спаду); – вплив на стадії відродження

За суб'єктно-об'єктивним складом зміна валютних курсів впливає як на фінансово-господарську діяльність підприємства (об'єктивний вплив), так і на поведінку керівника підприємства, а залежно від його рішення – на конкурентоспроможність підприємства (суб'єктивний вплив). Валютна динаміка може впливати на конкурентоспроможність підприємства як загально, так і локально, у випадку впливу на конкретні контракти – залежно від валюти контракту, строків розрахунків за контрактом тощо.

За можливістю виявлення вплив динаміки валютного курсу на конкурентоспроможність підприємства може бути явним і латентним. Явний вплив відбувається помітно і досить легко виявляється. Латентний вплив не проявляється у звичайних умовах звичайними засобами, а виявляється лише за допомогою спеціальних досліджень. Динаміка валютного курсу може спричинити різні наслідки для підприємства – від відсутності наслідків до катастрофічних наслідків.

Зміна валютного курсу впливає на конкурентоспроможність усіх підприємств. Проте є і певна специфіка, яка залежить від такого:

1. Спрямованість підприємства (імпортер, експортер, імпортер та експортер одночасно, підприємство, яке не займається

зовнішньоекономічною діяльністю). Тут важливим є те, які процеси відбуваються на валютному ринку, спостерігається девальвація чи ревальвація курсу.

2. Сфера діяльності підприємства (динаміка валютного курсу неоднаково впливає, наприклад, на конкурентоспроможність підприємств фінансової сфери (зокрема, банків або фінансових бірж) і виробничих підприємств). Має значення і те, до якої галузі належить підприємство. За даними дослідження [23, 49], до галузей, які найбільше зазнають збитків при зміцненні реального обмінного курсу гривні, належать паливна, лісова, металургійна; до галузей, що є індивідуальними до зміни реального обмінного курсу гривні, – харчова; до галузей, які отримують прибутки при зміцненні реального обмінного курсу гривні, – легка промисловість, електроенергетика.

3. Стадія життєвого циклу підприємства. Від того, на якій стадії життєвого циклу знаходиться підприємство, залежать запас його потужності, наявність досвіду виходу з різного роду ситуацій, а отже, і можливість прийняття ефективних управлінських рішень при несприятливій зміні валютного курсу.

4. Питома вага зовнішньоторговельних операцій в фінансово-господарській діяльності підприємства. Якщо переважна більшість продукції підприємства реалізується на внутрішньому ринку (наприклад, 90 % – на внутрішньому і 10 % – на зовнішньому), то ймовірність зазнати збитків від несприятливої динаміки валютного курсу цим підприємством набагато менша, ніж підприємством, переважна більшість продукції якого експортується чи імпортується.

5. Питома вага імпортової сировини у собівартості продукції.

6. Валютний портфель підприємства (від цього залежить, як будуть розподілятися валютні ризики при збільшенні одного курсу і зменшенні іншого).

Отже, небезпека зазнати збитків унаслідок зміни валютних курсів загрожує всім без винятку підприємствам. Тому, урахувавши нестабільність сучасної економічної ситуації в Україні й за рубежом, управлінський персонал підприємств повинен приділяти особливу увагу моніторингу ситуацій на валютному ринку, спостерігати за динамікою і прогнозами валютного курсу та факторів його формування з метою передбачення майбутніх подій, що дасть змогу своєчасно й правильно відреагувати. Керівництво має стежити за результатами прогнозування валютних курсів компетентних державних органів, політиків, аналітичних центрів, окремих авторитетних експертів, проте не менш корисним є власне прогнозування змін валютного курсу і виявлення наслідків, які можуть настати при коливаннях валютного курсу, з урахуванням специфіки діяльності підприємства.

## **2. МЕХАНІЗМИ ВПЛИВУ ЧИННИКІВ ВАЛЮТНОГО СЕРЕДОВИЩА НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ**

Під механізмами впливу валютного середовища на конкурентоспроможність підприємств будемо розуміти ланцюги взаємодії елементів валютного ринку, причин і наслідків, що призводять до змін конкурентоспроможності підприємств.

Механізми впливу валютних курсів на складові, які визначають рівень конкурентоспроможності підприємств, зокрема такі, як виробнича діяльність підприємства, фінансовий стан підприємства, ефективність збуту й просування продукції, ефективність трудової діяльності підприємства, ефективність інвестиційно-інноваційної діяльності підприємства, позиція підприємства на ринку цінних паперів, конкурентоспроможність продукції, показано на рис. 2.1.

Динаміка валютного курсу впливає на конкурентоспроможність підприємства як безпосередньо (прямий вплив) (див. рис. 2.1), так і опосередковано (непрямий вплив) (рис. 2.2). Як видно із рис. 2.1, динаміка валютного курсу впливає на ціну продукції, яка є головною складовою конкурентоспроможності продукції поряд з якістю продукції та обслуговуванням. Конкурентоспроможність підприємства безпосередньо залежить від конкурентоспроможності продукції.

З метою визначення впливу валютного середовища на конкурентоспроможність підприємств металургійної галузі запропоновано процедуру оцінювання впливу динаміки валютних курсів і факторів їх формування на конкурентоспроможність металургійних підприємств (рис. 2.3).

Блок 1. Комплексне просторово-динамічне оцінювання конкурентоспроможності підприємств і впливу на неї динаміки валютних курсів. За цим блоком передбачається формування інформаційно-аналітичного простору дослідження конкурентоспроможності підприємств, комплексне просторово-динамічне оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємств, аналіз конкурентного середовища підприємств галузі, визначення механізмів впливу валютних курсів на конкурентоспроможність підприємств і на їхній основі формування альтернатив розвитку конкурентоспроможності підприємств.

Блок 2. Дослідження валютних курсів і факторів їх формування. Цей блок містить аналіз динаміки валютних курсів і їх прогнозування та аналіз факторів формування валютного курсу, що передбачає створення інформаційно-аналітичного простору дослідження факторів формування валютного курсу і їх комплексне оцінювання, дослідження взаємозв'язку валютних курсів і факторів їх формування, прогнозування факторів формування валютного курсу та їхнього стану.

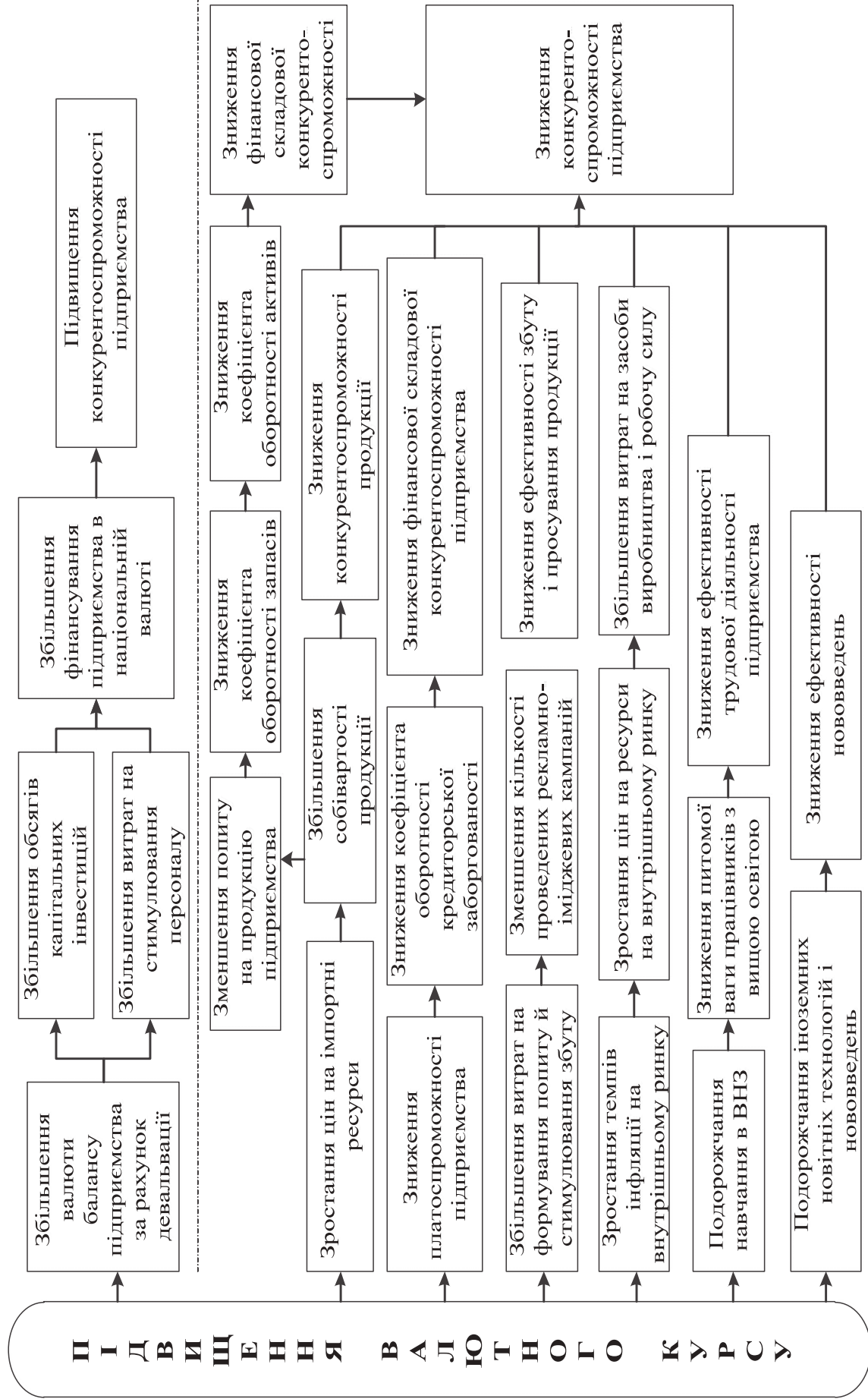


Рис. 2.1. Безпосередній вплив девальвації гривні на конкурентоспроможність підприємств 33

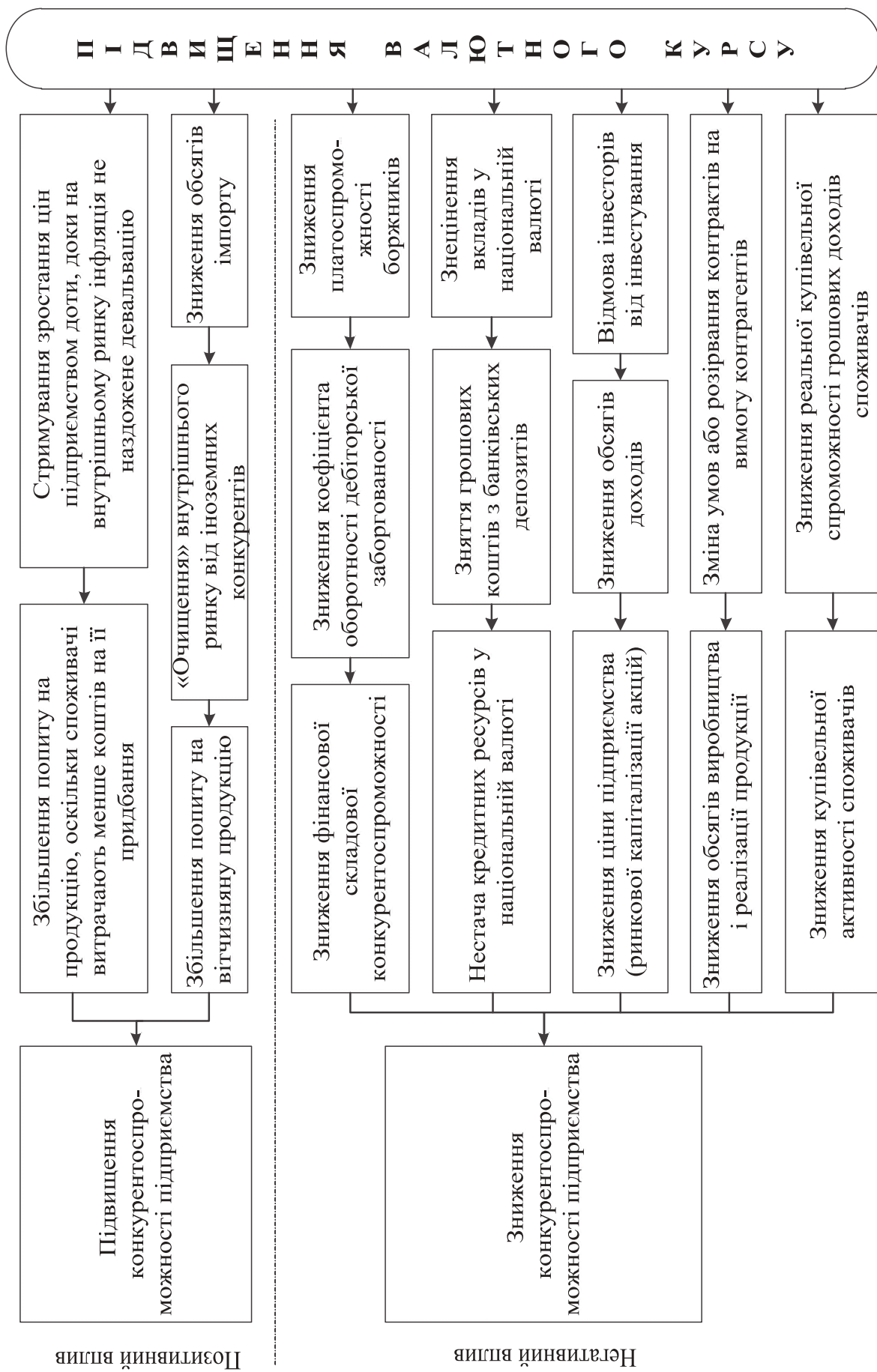


Рис. 2.2. Опосередкований вплив девальвації гривні на конкурентоспроможність підприємств



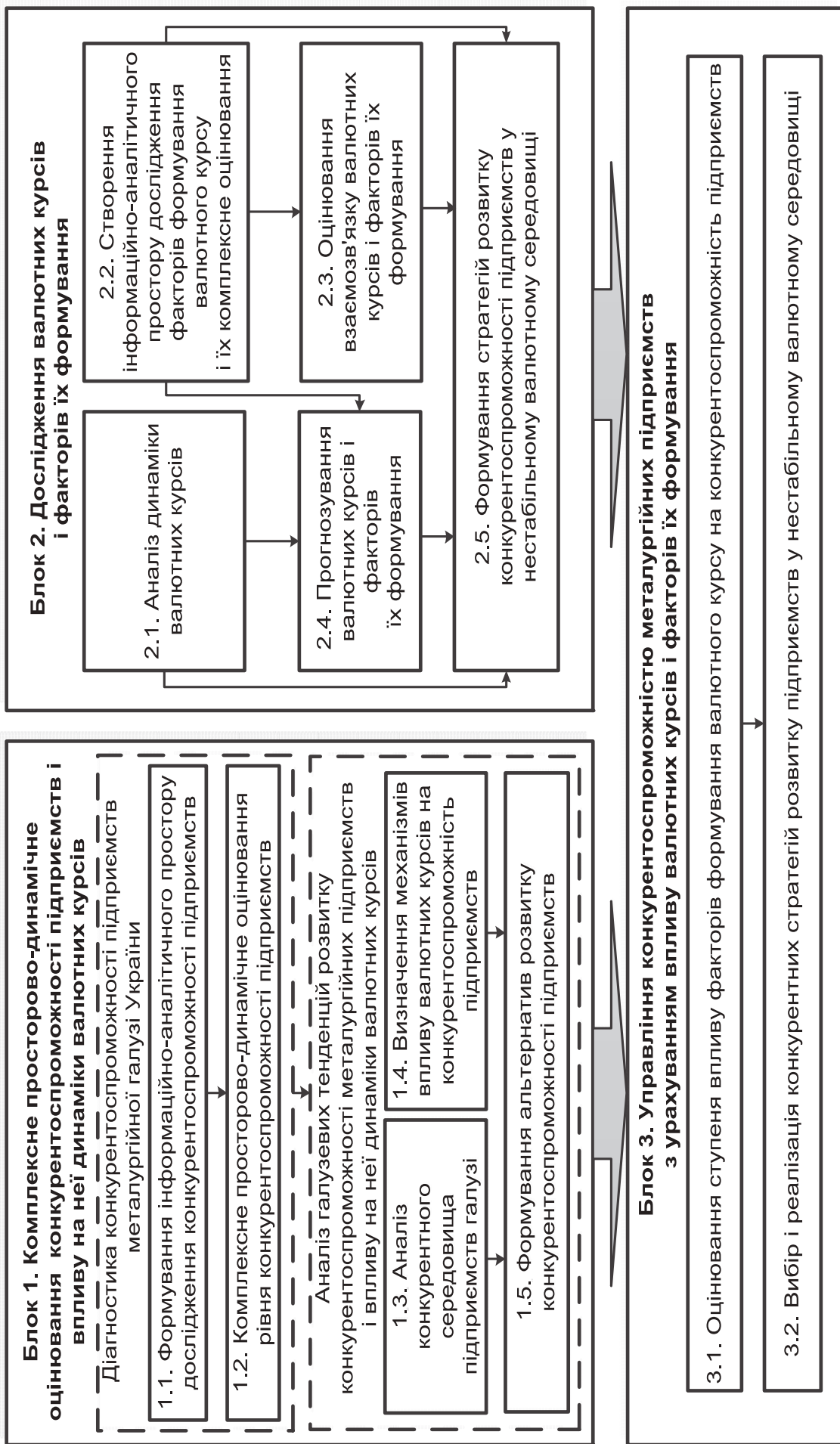


Рис. 2.3. Процедура оцінювання впливу динаміки валютних курсів і факторів їх формування на конкурентоспроможність підприємств

Блок 3. Управління конкурентоспроможністю металургійних підприємств з урахуванням впливу валютних курсів і факторів їх формування. За цим блоком передбачаються оцінювання ступеня впливу факторів формування валютного курсу на конкурентоспроможність підприємств та вибір і реалізація конкурентних стратегій розвитку підприємств у нестабільному валютному середовищі. Вибір і реалізація конкурентних стратегій розвитку підприємств здійснюються залежно від рівня конкурентоспроможності підприємств, рівня впливу валютного курсу і факторів його формування на конкурентоспроможність підприємств.

Для практичної реалізації зазначених блоків можна використовувати різні методи й моделі. В табл. 2.1 наведено моделі й методи оцінювання впливу динаміки валютних курсів і факторів їх формування на конкурентоспроможність підприємств та їх змістовний аналіз.

Таблиця 2.1

Змістовний аналіз моделей оцінювання впливу динаміки валютних курсів і факторів їх формування на конкурентоспроможність підприємств

Позначення моделі	Інтерпретація моделі	Інструментарій	Змістовний аналіз (мета і завдання модуля)
Модуль 1. Комплекс моделей діагностики конкурентоспроможності підприємств з урахуванням факторів зовнішнього середовища [127, 143, 144]			
М.1.1	Моделі формування інформаційно-аналітичного простору оцінювання рівня конкурентоспроможності	Методи експертного аналізу, кореляційно-регресійного, робасного оцінювання	Мета – формування інформаційно-аналітичного простору дослідження конкурентоспроможності підприємств, комплексне просторово-динамічне оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємств, аналіз конкурентного середовища підприємств галузі, визначення механізмів впливу валютних курсів на конкурентоспроможність підприємств і формування можливих альтернатив розвитку конкурентоспроможності підприємств
М.1.2	Моделі просторово-динамічного порівняльного оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємств	Методи редукції, інтегрального оцінювання, статистичного аналізу	
М.1.3	Моделі аналізу конкурентного середовища підприємств галузі	Кореляційно-регресійний аналіз, економетричні моделі панельних даних	
М.1.4	Моделі оцінювання впливу валютних курсів на конкурентоспроможність підприємств	Кореляційно-регресійний аналіз, економетричні моделі панельних даних, динамічна економетрика	
М.1.5	Моделі формування альтернатив розвитку конкурентоспроможності підприємств	Динамічна економетрика, матричні моделі експертного оцінювання, теорія прийняття рішень	

## Закінчення табл. 2.1

Позначення моделі	Інтерпретація моделі	Інструментарій	Змістовний аналіз (мета і завдання модуля)
Модуль 2. Комплекс моделей дослідження факторів зовнішнього середовища [145]			
М.2.1	Моделі аналізу динаміки зовнішнього середовища (валютних курсів)	Моделі фрактальності валютного ринку	Мета – аналіз динаміки факторів зовнішнього середовища, створення інформаційно-аналітичного простору дослідження факторів формування валютного курсу, їх комплексне оцінювання, дослідження взаємозв'язку валютних курсів і факторів їх формування, прогнозування валютних курсів, факторів формування валютного курсу та їхнього стану
М.2.2	Моделі формування інформаційно-аналітичного простору дослідження факторів зовнішнього середовища	Методи експертного аналізу, кореляційно-регресійного аналізу, інтегрального оцінювання	
М.2.3	Моделі оцінювання взаємозв'язку факторів зовнішнього середовища	Економетричні моделі короткострокових і довгострокових залежностей	
М.2.4	Моделі прогнозування валютних курсів і факторів їх формування	Адаптивні моделі, нейросіткові моделі, ARCH- і GARCH-моделі, Var-аналіз, методи дискримінантного аналізу	
М.2.5	Моделі формування стратегій розвитку зовнішнього середовища	Матричні моделі, експертний аналіз, теорія прийняття рішень	
Модуль 3. Комплекс моделей формування управлінських рішень щодо забезпечення конкурентоспроможності підприємств у нестабільному валютному середовищі [112, 122, 128]			
М.3.1	Моделі оцінювання рівня впливу факторів формування валютних курсів на конкурентоспроможність підприємств	Моделі нечітких множин	Мета – оцінювання ступеня впливу факторів формування валютного курсу на конкурентоспроможність підприємства, формування управлінських рішень і вибір конкурентних стратегій розвитку підприємств у нестабільному валютному середовищі, оцінювання ефективності прийнятих управлінських рішень
М.3.2	Моделі вибору конкурентних стратегій розвитку підприємств у нестабільному валютному середовищі	Алгоритмічні моделі, модель куба ситуацій	
М.3.3	Моделі оцінювання ефективності управлінських рішень щодо забезпечення конкурентоспроможності підприємств	Імітаційні сценарні моделі, порівняльний аналіз	

Більш детально розглянемо способи реалізації моделей, наведених у табл. 2.1.

**Модуль 1.** Комплекс моделей діагностики конкурентоспроможності підприємств з урахуванням факторів зовнішнього середовища.

*Моделі формування інформаційно-аналітичного простору оцінювання рівня конкурентоспроможності (М.1.1)* на основі реалізації методів експертного аналізу, кореляційно-регресійного, статистичного й робасного оцінювання дають змогу здійснити оброблення даних за основними напрямками дослідження конкурентоспроможності 12 металургійних підприємств України у динаміці за шість років, провести аналіз репрезентативності вибірки і сформувану обґрунтовану систему показників конкурентоспроможності підприємств за такими 37 індикаторами (табл. 2.2): конкурентоспроможність продукції; ефективність виробничої діяльності підприємства; фінансовий стан підприємства; ефективність збуту й просування продукції; ефективність трудової діяльності підприємства; ефективність інвестиційно-інноваційної діяльності підприємства; позиція підприємства на ринку цінних паперів.

Таблиця 2.2

Система показників конкурентоспроможності підприємства

Позначення	Назва показника
<i>I</i> <sub>1</sub> (конкурентоспроможність продукції)	
X <sub>11</sub>	Темп зростання цін
X <sub>12</sub>	Коефіцієнт браку
X <sub>13</sub>	Кількість рекламацій
X <sub>14</sub>	Відсоток втрат до валу
X <sub>15</sub>	Кількість сертифікатів якості
<i>I</i> <sub>2</sub> (ефективність виробничої діяльності підприємства)	
X <sub>21</sub>	Фондовіддача
X <sub>22</sub>	Рентабельність виробництва продукції
X <sub>23</sub>	Продуктивність праці
X <sub>24</sub>	Знос основних засобів
X <sub>25</sub>	Коефіцієнт виробничих фондів
<i>I</i> <sub>3</sub> (фінансовий стан підприємства)	
X <sub>31</sub>	Коефіцієнт автономії
X <sub>32</sub>	Коефіцієнт абсолютної ліквідності
X <sub>33</sub>	Коефіцієнт оборотності активів
X <sub>34</sub>	Коефіцієнт оборотності запасів
X <sub>35</sub>	Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості
X <sub>36</sub>	Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості
X <sub>37</sub>	Коефіцієнт фінансової рентабельності
<i>I</i> <sub>4</sub> (ефективність збуту й просування продукції)	
X <sub>41</sub>	Рентабельність продажів
X <sub>42</sub>	Коефіцієнт збільшення ринку
X <sub>43</sub>	Коефіцієнт окупності збутової системи
X <sub>44</sub>	Коефіцієнт ефективності реклами і засобів стимулювання збуту
X <sub>45</sub>	Кількість проведених рекламно-іміджевих кампаній
<i>I</i> <sub>5</sub> (ефективність трудової діяльності)	
X <sub>51</sub>	Коефіцієнт обороту з вибуття
X <sub>52</sub>	Коефіцієнт оновлення кадрів
X <sub>53</sub>	Коефіцієнт плинності кадрів
X <sub>54</sub>	Питома вага працівників з вищою освітою

Позначення	Назва показника
X <sub>55</sub>	Показник рівня кваліфікації робітників
X <sub>56</sub>	Втрата робочого часу на одного працівника (прогули, простої, неявка з дозволу адміністрації)
X <sub>57</sub>	Інвестиції в працівників
<i>I</i> <sub>6</sub> (ефективність інвестиційно-інноваційної діяльності підприємства)	
X <sub>61</sub>	Коефіцієнт ефективності інвестиційного капіталу
X <sub>62</sub>	Частка довгострокових фінансових інвестицій в активах
X <sub>63</sub>	Капітальні інвестиції
X <sub>64</sub>	Кількість науково-дослідних робіт
X <sub>65</sub>	Дохід (економічний ефект) від використання раціоналізаторських пропозицій, винаходів, корисних моделей
<i>I</i> <sub>7</sub> (позиція підприємства на ринку цінних паперів)	
X <sub>71</sub>	Середньорічна ринкова вартість простих акцій
X <sub>72</sub>	Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію
X <sub>73</sub>	Дивіденди на одну просту акцію

Моделі просторово-динамічного порівняльного оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємств (М.1.2) включають розрахунок локальних складових і комплексного загального показника конкурентоспроможності металургійних підприємств на основі методів інтегрального рейтингового оцінювання.

Алгоритм реалізації методу інтегрального таксономічного оцінювання показано на рис. 2.4.



Рис. 2.4. Метод інтегрального таксономічного оцінювання

Отримана модель згортання інформаційного простору показників оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємства має вигляд

$$I_{1_{it}} = (X_{1_{1_1}}, X_{1_{1_2}}, X_{1_{1_3}}, X_{1_{1_4}}, X_{1_{1_5}}); \quad I_{2_{it}} = (X_{2_{1_1}}, X_{2_{1_2}}, X_{2_{1_3}}, X_{2_{1_4}}, X_{2_{1_5}});$$

$$I_{3_{it}} = (X_{3_{1_1}}, X_{3_{1_2}}, X_{3_{1_3}}, X_{3_{1_4}}, X_{3_{1_5}}, X_{3_{1_6}}, X_{3_{1_7}}); \quad I_{4_{it}} = (X_{4_{1_1}}, X_{4_{1_2}}, X_{4_{1_3}}, X_{4_{1_4}}, X_{4_{1_5}});$$

$$I_{5_{it}} = (X_{5_{1_1}}, X_{5_{1_2}}, X_{5_{1_3}}, X_{5_{1_4}}, X_{5_{1_5}}, X_{5_{1_6}}, X_{5_{1_7}}); \quad I_{6_{it}} = (X_{6_{1_1}}, X_{6_{1_2}}, X_{6_{1_3}}, X_{6_{1_4}}, X_{6_{1_5}});$$

$$I_{7_{it}} = (X_{7_{1_1}}, X_{7_{1_2}}, X_{7_{1_3}}); \quad I_{it} = (\{I_{1_{it}}\}, \{I_{2_{it}}\}, \{I_{3_{it}}\}, \{I_{4_{it}}\}, \{I_{5_{it}}\}, \{I_{6_{it}}\}, \{I_{7_{it}}\}),$$

де  $X_{ij}$  – показники першого рівня системи оцінювання локальних складових конкурентоспроможності підприємства;  $I_{1_{it}} - I_{7_{it}}$  – локальні складові конкурентоспроможності для  $i$ -го підприємства ( $i = 1...12$ ) у відповідний період часу  $t$  ( $t = 1...6$ );  $I_{it}$  – комплексний загальний показник конкурентоспроможності для  $i$ -го підприємства ( $i = 1...12$ ) у відповідний період часу  $t$  ( $t = 1...6$ ).

Результати розрахунку комплексного загального показника конкурентоспроможності металургійних підприємств України наведено в табл. 2.3 [127].

Таблиця 2.3

Комплексний загальний показник конкурентоспроможності металургійних підприємств України

Номер підприємства	Підприємство	Рік					
		2007	2008	2009	2010	2011	2012
П1	ПАТ «МК «Азовсталь»	0,5707	0,6707	0,7753	0,4591	0,5583	0,5748
П2	ПАТ «АрселорМіттал Кривий Ріг»	0,6569	0,6770	0,7932	0,6056	0,7793	0,7066
П3	ПАТ «ММК ім. Ілліча»	0,6237	0,5699	0,6938	0,5433	0,6053	0,6416
П4	ПАТ «Дніпровський меткомбінат»	0,5580	0,6172	0,6550	0,4005	0,4671	0,4840
П5	ПАТ «ЄМЗ»	0,4463	0,5119	0,6076	0,4471	0,4776	0,3691
П6	ПАТ «Дніпроспецсталь»	0,4370	0,5443	0,6241	0,3292	0,4503	0,5088
П7	ПАТ «Євраз – ДМЗ ім. Петровського»	0,3006	0,2777	0,4190	0,1956	0,3564	0,3027
П8	ПАТ «ДМПЗ»	0,5903	0,5346	0,5435	0,3847	0,5294	0,5214
П9	ПАТ «ДМЗ»	0,4836	0,4790	0,5289	0,3987	0,4533	0,4873
П10	ВАТ «КМЗ ім. Куйбишева»	0,0701	0,0574	0,0420	0,1219	0,0776	0,1029
П11	ВАТ «Запоріжсталь»	0,7044	0,6358	0,7649	0,5674	0,6006	0,6753
П12	ПАТ «Алчевський металургійний комбінат»	0,5597	0,5657	0,5854	0,4450	0,4294	0,4476

Одержані за методикою рейтингового інтегрального оцінювання значення локальних складових і комплексного загального показника конкурентоспроможності підприємств змінюються від 0 до 1 [127]. Чим ближче значення цих показників до одиниці, тим більш високим є рівень конкурентоспроможності підприємства.

Аналіз отриманих комплексних загальних показників конкурентоспроможності підприємств з використанням ієрархічних та агломеративних методів кластерного аналізу [180] дав змогу виділити кластери підприємств з високим, середнім і низьким рівнями конкурентоспроможності й визначити підприємства-репрезентанти кожного кластера на основі методу центра ваги [127], які містять найбільш значущу інформацію, властиву кластеру (табл. 2.4).

Таблиця 2.4

Розподіл металургійних підприємств по кластерах

Підприємство	Рік						М (В)	М (С)	М (Н)	Кластер
	2007	2008	2009	2010	2011	2012				
П1	В	В	В	С	С	В	0,66	0,33	0	В
П2	В	В	В	В	В	В	1	0	0	В
<b>П3</b>	<b>В</b>	<b>В</b>	<b>В</b>	<b>С</b>	<b>С</b>	<b>В</b>	<b>0,66</b>	<b>0,33</b>	<b>0</b>	<b>В (репрезентант)</b>
<b>П4</b>	<b>С</b>	<b>С</b>	<b>С</b>	<b>Н</b>	<b>Н</b>	<b>С</b>	<b>0</b>	<b>0,66</b>	<b>0,33</b>	<b>С (репрезентант)</b>
П5	С	С	С	Н	С	С	0	0,83	0,16	С
П6	С	С	С	Н	Н	С	0	0,66	0,33	С
П7	Н	Н	Н	Н	Н	Н	0	0	1	Н
П8	С	С	С	Н	С	С	0	0,83	0,16	С
П9	С	С	С	Н	С	С	0	0,83	0,16	С
<b>П10</b>	<b>Н</b>	<b>Н</b>	<b>Н</b>	<b>Н</b>	<b>Н</b>	<b>Н</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>Н (репрезентант)</b>
П11	В	В	В	С	С	В	0,66	0,33	0	В
П12	С	С	С	Н	Н	С	0	0,66	0,33	С

*Примітка.* В – підприємства з високим рівнем конкурентоспроможності; С – підприємства з середнім рівнем конкурентоспроможності; Н – підприємства з низьким рівнем конкурентоспроможності; М (В, С, Н) – імовірність потрапляння до кластера.

Розподіл підприємств по кластерах дає змогу сформулювати загальні стратегії розвитку галузі й підвищення конкурентоспроможності підприємств кожного кластера, виявити причини переходу підприємств від одного кластера до іншого, а також запровадити комплекс управлінських рішень за відповідними характеристиками кластера й адаптовано для конкретного підприємства.

*Моделі аналізу конкурентного середовища підприємств галузі (М.1.3)* дають можливість визначити ступінь впливу локальних складових

конкурентоспроможності підприємств на комплексний загальний показник конкурентоспроможності підприємств шляхом побудови економетричних моделей панельних даних, які мають такі особливості:

– використання панельних даних при побудові моделей оцінювання конкурентоспроможності підприємств (з урахуванням галузевої спрямованості), що містять як дані просторового типу, так і дані типу часових рядів, дає змогу вирішити проблему розширення інформаційної бази;

– застосування панельних даних підвищує ефективність оцінювання параметрів порівняно з оцінюванням на основі окремих моделей часових або варіаційних рядів;

– перевагою моделей, отриманих на основі панельних даних, є вирішення проблеми пропущених даних у моделі; при застосуванні панельних даних можна отримати робастні оцінки параметрів моделі навіть в умовах пропущених даних; проблема пропущених даних є особливо серйозною, якщо виключена з моделі змінна корелює із включеними в модель факторами;

– панельні дані дають змогу будувати більш гнучкі й змістовні моделі і проводити аналіз індивідуальних відмінностей у рівнях конкурентоспроможності підприємств, що є неможливим при застосуванні моделей, основаних, зокрема, на просторових даних.

У загальному вигляді модель панельних даних (pooled model) можна подати таким чином [106]:

$$Y_{it} = \alpha + X'_{it} \beta_{it} + \varepsilon_{it}, \quad (2.1)$$

де  $Y_{it}$  – залежна змінна для  $i$ -го підприємства в  $t$ -й період часу;  $i = 1, 2, 3, \dots, N$ ;  $t = 1, 2, 3, \dots, T$ ;

$X'_{it} = \{X_{1it}, X_{2it}, \dots, X_{kit}\}$  – вектор порядку  $(k \times 1)$  пояснювальних змінних;

$\varepsilon_{it}$  – збурення для  $i$ -го підприємства в  $t$ -й період часу;

$\alpha$  – скаляр;

$\beta_{it}$  – параметри моделі, за якими вимірюють ефекти від зміни  $X_{it}$  у період  $t$  для  $i$ -го підприємства.

Моделі панельних даних класифікують на прості моделі, моделі з фіксованими ефектами і моделі з випадковими ефектами. Моделі панельних даних з фіксованими ефектами (fixed effects models) можна зобразити в такому вигляді:

$$Y_{it} = \mu_i + X'_{it} \beta_{it} + u_{it}, \quad (2.2)$$

де  $X'_{it} = (X_{1it}, X_{2it}, \dots, X_{kit})$  – вектор порядку  $(k \times 1)$  пояснювальних факторів без константи;

$\beta = \{\beta_1, \beta_2, \dots, \beta_{it}\}$  – вектор невідомих параметрів за умови, що ефект від зміни  $X$  є однаковим для всіх періодів часу  $t = 1, 2, 3, \dots, T$ ;  $i = 1, 2, 3, \dots, N$ .



$u_{it}$  – збурення для  $i$ -го підприємства в  $t$ -й період часу;  
 $\mu_i$  – фіксовані ефекти [106].

Припущення, за яким середній рівень факторної ознаки для  $i$ -го підприємства може відрізнятися від середнього рівня факторної ознаки для  $j$ -го підприємства, але є постійним для різних періодів часу, вводиться в модель за допомогою різних значень перетину  $\mu_i$ ,  $i = 1, 2, 3, \dots, N$ . Особливість моделі (2.2) полягає в тому, що для різних підприємств (об'єктів) будуть оцінені різні значення константи  $\mu_i$ , яка відображає вплив зовнішнього середовища на ефективність прийнятої на підприємстві стратегії розвитку. Водночас оцінені параметри  $\beta_{it}$  будуть однаковими для всіх об'єктів і в усі періоди часу.

У стандартному випадку передбачається, що збурення  $u_{it}$  моделі (2.2) є незалежними однаково розподіленими випадковими величинами для всіх об'єктів і періодів часу з нульовим математичним сподіванням і постійною дисперсією.

Якщо допускається, що  $\mu_{it}$  пояснюється як реалізація незалежних від  $X_{it}$  випадкових величин із середнім  $\alpha$  і дисперсією  $\delta_u^2$ , то модель (2.1) належить до класу стандартних моделей панельних даних з випадковими ефектами (random effects models). У моделях з випадковими ефектами перетини  $\mu_{it}$  розглядаються як випадкові величини з нульовим математичним сподіванням, а збурення  $u_{it}$  є некорельованими для різних періодів часу.

Модель з випадковими ефектами має вигляд

$$Y_{it} = \alpha + X_{it}'\beta + \mu_s + u_{it}, \quad (2.3)$$

де  $\alpha$  – загальний перетин;  
 $\mu_s$  – випадкові величини.

У моделі з випадковим ефектом на відміну від моделей з фіксованим ефектом можна виділити і окремо оцінити загальний перетин.

Отже, основна відмінність моделей панельних даних з фіксованими ефектами від моделей панельних даних з випадковими ефектами полягає у припущенні щодо перетинів цих моделей. У моделях з випадковими ефектами перетини розглядаються як випадкові величини, а в моделях з фіксованими ефектами – як фіксовані значення, відмінні для різних об'єктів [106].

Однією з проблем використання панельних даних є вибір виду моделі (звичайна регресія, фіксований або випадковий ефект). Для вибору специфікацій моделей з фіксованими й випадковими ефектами застосуємо тест Хаусмана, який розраховується за такою формулою:

$$H = (\beta_{FE} - \beta_{RE})' (Var(\beta_{FE}) - Var(\beta_{RE}))^{-1} (\beta_{FE} - \beta_{RE}), \quad (2.4)$$

де  $\beta_{FE}$  – вектор оцінок моделі з фіксованими ефектами;  
 $\beta_{RE}$  – вектор оцінок моделі з випадковими ефектами;  
 $(Var(\beta_{FE}) - Var(\beta_{RE}))^{-1}$  – оцінка матриці коваріації  $(\beta_{FE} - \beta_{RE})$ .

Якщо  $H < X_{позр}^2$ , то вибираємо модель з випадковим ефектом, якщо  $H > X_{позр}^2$  – модель з фіксованим ефектом [93].

Ураховуючи те, що комплексний загальний показник конкурентоспроможності підприємства не може бути від'ємним, значення показників конкурентоспроможності змінюються в діапазоні [0; 1] і при максимальних значеннях локальних складових конкурентоспроможності  $I_{k\_it}$  не може вийти за межі зазначеного діапазону, побудуємо просту модель панельних даних без урахування вільного члена й виконаємо її нормування [127]:

$$I'_{it} = a_1 \times I'_{1\_it} + a_2 \times I'_{2\_it} + a_3 \times I'_{3\_it} + a_4 \times I'_{4\_it} + a_5 \times I'_{5\_it} + a_6 \times I'_{6\_it} + a_7 \times I'_{7\_it}, \quad (2.5)$$

$$\text{де } I'_{it} = \frac{I_{it} - \overline{I_{it}}}{\sigma_{I_{it}}}, \quad I'_{kit} = \frac{I_{kit} - \overline{I_{kit}}}{\sigma_{I_{kit}}}.$$

Тут  $I'_{k\_it}$  – стандартизоване значення локального показника конкурентоспроможності за  $k$ -ю складовою конкурентоспроможності ( $k = 1 \dots 7$ ) для  $i$ -го підприємства ( $i = 1 \dots 12$ ) у відповідний період часу  $t$  ( $t = 1 \dots 6$ );  $a_k$  – ( $k = 1 \dots 7$ ) коефіцієнт (параметр моделі) за відповідною локальною складовою конкурентоспроможності підприємства;  $\overline{I_{k\_it}}$  і  $\overline{I_{it}}$  – середні значення за відповідною локальною складовою конкурентоспроможності й комплексного загального показника конкурентоспроможності підприємства;  $\sigma_{I_{it}}$  і  $\sigma_{I_{k\_it}}$  – відповідні середньоквадратичні відхилення.

Отже, унаслідок розрахунків отримаємо таку модель:

$$I'_{it} = 0,15 \times I'_{1it} + 0,25 \times I'_{2it} + 0,26 \times I'_{3it} + 0,14 \times I'_{4it} + 0,27 \times I'_{5it} + 0,19 \times I'_{6it} + 0,30 \times I'_{7it}. \quad (2.6)$$

За критерієм статистичної значущості й адекватності моделі можна зробити висновок, що конкурентоспроможність металургійних підприємств найбільше залежить від їхньої позиції на ринку цінних паперів, ефективності трудової діяльності й фінансового стану. Для визначення міри чутливості загальної конкурентоспроможності до зміни локальних складових конкурентоспроможності металургійних підприємств виконаємо аналіз еластичності локальних складових конкурентоспроможності по кожному підприємству і галузі в цілому (табл. 2.5).

Таблиця 2.5

Еластичність складових конкурентоспроможності підприємств  
металургійної галузі

Локальна складова	Рік						Середнє значення
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	
Конкурентоспроможність продукції ( $I_1$ )	0,12	0,10	0,08	0,15	0,09	0,10	0,11
Ефективність виробничої діяльності ( $I_2$ )	0,19	0,16	0,12	0,14	0,11	0,10	0,14
Фінансовий стан ( $I_3$ )	0,24	0,21	0,18	0,20	0,24	0,25	0,22
Ефективність збуту продукції ( $I_4$ )	0,11	0,09	0,07	0,08	0,13	0,07	0,09
Ефективність трудової діяльності ( $I_5$ )	0,19	0,22	0,19	0,23	0,24	0,29	0,23
Ефективність інвестиційно-інноваційної діяльності ( $I_6$ )	0,17	0,19	0,16	0,24	0,16	0,16	0,18
Позиція підприємства на ринку цінних паперів ( $I_7$ )	0,30	0,31	0,27	0,34	0,31	0,32	0,31

На основі одержаних результатів можна зробити висновок, що в середньому за аналізовані роки підвищення ефективності виробничої діяльності на 1 % приведе до зростання комплексного загального показника конкурентоспроможності підприємства на 0,14 %. При поліпшенні фінансового стану на 1 % комплексний загальний показник конкурентоспроможності збільшиться на 0,22 % тощо.

### 3. ОЦІНЮВАННЯ ВПЛИВУ ДИНАМІКИ ВАЛЮТНИХ КУРСІВ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ

*Моделі оцінювання впливу валютних курсів на конкурентоспроможність підприємств (М.1.4).* З метою визначення характеру й щільності зв'язку між курсами долара США (*USD*), євро (*EUR*) і російського рубля (*RUB*), а також між комплексним загальним показником конкурентоспроможності підприємств і відповідними локальними складовими розрахуємо коефіцієнти кореляції (зокрема,  $r_{USD-I_2}$  – коефіцієнт кореляції між курсом долара і ефективністю виробничої діяльності підприємства). Результати занесемо до табл. 3.1.

Із табл. 3.1 видно, що для більшості металургійних підприємств існують прямий зв'язок між курсом долара США та їхнім фінансовим станом і зворотний зв'язок між курсом долара та ефективністю їхньої виробничої діяльності. Курс євро найбільше впливає на ефективність виробничої та інвестиційно-інноваційної діяльності підприємств.

Таблиця 3.1

## Кореляційні зв'язки між валютними курсами і показниками конкурентоспроможності підприємств (фрагмент)

Номер підприємства	Підприємство	Валюта		
		Долар США	Євро	Російський рубль
П1	ПАТ «МК «Азовсталь»	$r_{USD\_I_2} = -0,83$	$r_{EUR\_I_2} = -0,86$	$r_{RUB\_I_2} = -0,94$
		$r_{USD\_I_6} = -0,98$	$r_{EUR\_I_6} = -0,99$	$r_{RUB\_I_6} = -0,99$
П2	ПАТ «АрселорМіттал Кривий Ріг»	$r_{USD\_I_2} = -0,86$	$r_{EUR\_I_2} = -0,91$	$r_{RUB\_I_2} = -0,84$
...	...	...	...	...
П12	ПАТ «Алчевський металургійний комбінат»	$r_{USD\_I_2} = -0,83$	$r_{EUR\_I_2} = -0,82$ $r_{EUR\_I_1} = -0,83$	$r_{RUB\_I_2} = -0,90$ $r_{RUB\_I_1} = -0,83$

Для оцінювання ступеня впливу валютних курсів на конкурентоспроможність металургійних підприємств побудуємо моделі причиново-наслідкових зв'язків між локальними складовими конкурентоспроможності підприємств і між валютними курсами й конкурентоспроможністю підприємств на основі тесту Гренджера. Так, наприклад, що стосується ПАТ «МК «Азовсталь», курси долара США і євро впливають головним чином на конкурентоспроможність продукції і фінансовий стан підприємства, від якого залежить ефективність його інвестиційно-інноваційної діяльності.

Оцінимо ступінь впливу валютних курсів на конкурентоспроможність металургійних підприємств на основі економетричних моделей панельних даних. За отриманим критерієм адекватності моделей можна зробити висновок, що для оцінювання впливу валютних курсів на конкурентоспроможність підприємств необхідно використовувати модель панельних даних з фіксованими ефектами

$$I_{k\_it} = \mu_{ki} + a_{1k} \times USD + a_{2k} \times EUR + a_{3k} \times RUB, \quad (3.1)$$

де  $I_{k\_it}$  – значення відповідної складової конкурентоспроможності ( $k = 1 \dots 7$ )  $i$ -го підприємства ( $i = 1 \dots 12$ ) у відповідний період часу  $t$  ( $t = 1 \dots 6$ );  $a_{jk}$  – коефіцієнт (параметр) впливу валютних курсів ( $j = 1 \dots 3$ ) на конкурентоспроможність підприємств;  $\mu_{ki}$  – фіксований ефект для  $i$ -го підприємства ( $i = 1 \dots 12$ ) за  $k$ -ю складової конкурентоспроможності ( $k = 1 \dots 7$ ).

Унаслідок розрахунків для комплексного загального показника конкурентоспроможності підприємств отримаємо таку залежність:

$$I_{it} = \mu_i + 0,072 \times USD - 0,048 \times EUR - 0,442 \times RUB. \quad (3.2)$$

Далі на основі одержаних моделей слід визначити локальні складові конкурентоспроможності підприємств, на які найбільше впливають валютні курси.

З метою кількісного визначення впливу змін валютних курсів на конкурентоспроможність підприємства необхідно проаналізувати еластичність конкурентоспроможності за курсами валют. Отже, отримані результати показали, що при підвищенні курсу долара США на 1 % конкурентоспроможність продукції знизиться на 1,01 %, ефективність виробничої діяльності підвищиться на 1,81 %, фінансовий стан підприємства покращиться на 2,88 %, ефективність інвестиційно-інноваційної діяльності знизиться на 1,4 %, оскільки девальвація гривні призводить до того, що українські підприємства стають менш привабливими для іноземних інвесторів. Таким чином, підвищення курсу долара США на 1 % призводить до підвищення загального рівня конкурентоспроможності підприємства на 0,88 %, підвищення курсів євро і російського рубля – до зниження конкурентоспроможності підприємства на 0,80 і 0,19 % відповідно.

Побудований комплекс моделей діагностики конкурентоспроможності підприємств є основою розроблення управлінських рішень, тобто результати, отримані за моделями модуля 1, є необхідними для реалізації модуля 3.

*Моделі формування альтернатив розвитку конкурентоспроможності підприємств (М.1.5).* Кількісне оцінювання впливу валютних курсів на конкурентоспроможність металургійних підприємств дає змогу забезпечити обґрунтованість і якість управлінських рішень з підвищення конкурентоспроможності металургійних підприємств в умовах дії факторів зовнішнього й внутрішнього середовищ з урахуванням усієї сукупності взаємозв'язаних фінансово-економічних процесів.

**Модуль 2.** Комплекс моделей дослідження факторів зовнішнього середовища. Для комплексного дослідження факторів зовнішнього середовища пропонується побудувати п'ять взаємозв'язаних моделей.

Моделі аналізу динаміки зовнішнього середовища (валютних курсів) (М.2.1) дають змогу визначити фрактальність ринку на основі розрахунку показника Херста, за допомогою якого можна отримати уявлення про передумови майбутньої динаміки валютних курсів. Одержані результати розрахунків показника Херста і фрактальної розмірності для досліджуваних валют, виконані в ППП Fractan, наведено в табл. 3.2.

Коливання показника Херста в діапазоні  $0 < H < 0,5$  означає, що ряд курсів валют є антиперсистентним, і чим ближче значення цього показника до 0, тим ряд є більш мінливим. При  $H = 0,5$  ряд являє собою випадкові

блукання (броунівський випадковий рух). Якщо показник Херста  $0,5 < H < 1$ , то ряд є персистентним, або трендостійким, тобто якщо ряд зростає (убуває) у попередньому періоді, то він буде зберігати цю тенденцію якийсь час у майбутньому. Якщо  $H > 1$ , то це означає, що спостерігається стійка тенденція зміни курсу валют.

Таблиця 3.2

Результати R/S-аналізу

Показник	Валюта		
	Для долара США	Для євро	Для російського рубля
Показник Херста	$1,5361 \pm 0,3475$	$1,2060 \pm 0,1414$	$1,0434 \pm 0,1411$
Фрактальна розмірність	$0,4639 \pm 0,3475$	$0,7940 \pm 0,1414$	$0,9566 \pm 0,1411$
Кореляційна розмірність	3,205	3,331	2,809
Розмірність фазового простору	4	6	3
Кореляційна ентропія	0,004	0,077	0,447
Розмірність фазового простору	1	$\geq 7$	$\geq 4$

Результати аналізу щоденної динаміки курсів валют протягом 12 років підтвердили гіпотезу нелінійності й фрактальності валютного ринку. Загалом, спостерігається наявність досить чітко виражених трендів при високій волатильності валютних курсів, що ускладнює їх прогнозування і призводить до підвищення рівня валютних ризиків.

Моделі формування інформаційно-аналітичного простору оцінювання факторів зовнішнього середовища (М.2.2). Окрім аналізу динаміки валютних курсів і їх впливу на конкурентоспроможність металургійних підприємств необхідно провести аналіз динаміки факторів формування валютного курсу, оскільки саме вони у сукупності впливають на його зміну. Зміна чинників, які впливають на формування валютного курсу, відбувається раніше, ніж зміна самого валютного курсу.

При формуванні інформаційного простору показників слід перевірити, чи не були вони взаємооберненими й взаємозалежними, а також чи було дотримано загальних вимог, що ставляться до інформаційного простору, а саме: унікальність показників, відсутність надмірності; повнота – можливість за допомогою показників досить повно описати різні процеси, факти, явища предметної області, яка досліджується; достовірність; несуперечність – відсутність омонімії. Інформаційною базою дослідження факторів формування валютного курсу є офіційні видання органів державної влади, статистична звітність державних органів, періодичні видання тощо.

Побудуємо інформаційно-аналітичний простір факторів формування валютних курсів. У табл. 3.3 фактори формування валютного курсу поділено на три групи:

- утворювальні (формувальні), які безпосередньо визначають

динаміку валютних курсів (безпосередньо пов'язані з процесом міжнародної торгівлі);

– регулювальні, які впливають на утворювальні чинники і механізм установалення валютного курсу;

– попереджувальні, порогові значення яких свідчать про виведення економічної системи з динамічної рівноваги і можливість настання кризових явищ в економіці.

Таблиця 3.3

Система факторів формування валютного курсу в Україні

Позначення	Назва фактора
1. Утворювальні (формувальні)	
Макроекономічні	
X <sub>11</sub>	ВВП, млн грн
X <sub>12</sub>	Експорт товарів і послуг, млн дол. США
X <sub>13</sub>	Імпорт товарів і послуг, млн дол. США
X <sub>14</sub>	Поточні трансферти, млн дол. США
X <sub>15</sub>	Іноземні інвестиції в Україну, млн дол. США
X <sub>16</sub>	Іноземні інвестиції з України, млн дол. США
X <sub>17</sub>	Золотовалютні резерви (резервні активи), млн дол. США
Ринкові	
X <sub>21</sub>	Обсяг купівлі іноземної валюти, млн грн
X <sub>22</sub>	Відсоткові ставки банків у національній валюті за кредитами, %
X <sub>23</sub>	Відсоткові ставки банків у національній валюті за депозитами, %
X <sub>24</sub>	Індекс промислової продукції, %
X <sub>25</sub>	Обсяги реалізованої промислової продукції (робіт, послуг), млн грн
X <sub>26</sub>	Питома вага підприємств, що впроваджували інновації, %
X <sub>27</sub>	Темп зростання/зниження реальної заробітної плати, % до попереднього року
2. Регулювальні	
Банківські	
X <sub>31</sub>	Грошова маса (M2)
X <sub>32</sub>	Облікова ставка НБУ, %
X <sub>33</sub>	Середньозважена ставка за всіма інструментами, %
X <sub>34</sub>	Рентабельність активів (співвідношення чистого доходу до середніх сукупних активів), %
X <sub>35</sub>	Рентабельність капіталу (співвідношення чистого доходу до середнього капіталу), %
X <sub>36</sub>	Співвідношення великих ризиків до капіталу, %
X <sub>37</sub>	Співвідношення ліквідних активів до сукупних активів, %
X <sub>38</sub>	Співвідношення недіючих кредитів до сукупних валових кредитів, %
Фіскальні	
X <sub>41</sub>	Податки
X <sub>42</sub>	Мито
X <sub>43</sub>	Ліцензування (експорт), кількість документів
X <sub>44</sub>	Ліцензування (імпорт), кількість документів

Позначення	Назва фактора
<b>Біржові</b>	
X <sub>51</sub>	Кількість бірж, усього зареєстровано
X <sub>52</sub>	Структура укладених угод на біржах, млн грн
X <sub>53</sub>	Індекс ПФТС
X <sub>54</sub>	Загальний обсяг торгів Фондової біржі ПФТС, млн грн
X <sub>55</sub>	Біржовий обіг УФБ, млн грн
X <sub>56</sub>	Кількість угод, укладених на УФБ та в її філіях
<b>3. Попереджувальні</b>	
<b>Провокувальні</b>	
X <sub>61</sub>	Інфляція
X <sub>62</sub>	Індекс цін виробників промислової продукції, %
X <sub>63</sub>	Зменшення іноземних інвестицій, % від ВВП
X <sub>64</sub>	Готівкові кошти в обігу поза депозитними корпораціями (M0), млн грн
X <sub>65</sub>	Очікування інфляції
X <sub>66</sub>	Взаєморозуміння між економічними й політичними структурами
X <sub>67</sub>	Довіра населення керівним структурам
X <sub>68</sub>	Наявність/відсутність чітко розроблених програм піднесення економіки
<b>Руйнівні</b>	
X <sub>71</sub>	Зовнішній борг, млн дол. США
X <sub>72</sub>	Рівень безробіття, % до кількості економічно активного населення
X <sub>73</sub>	Дефіцит / профіцит зведеного бюджету, млн грн
X <sub>74</sub>	Ступінь зносу основних засобів, %
X <sub>75</sub>	Нестабільність керівних структур
X <sub>76</sub>	Захищеність/незахищеність приватного капіталу

Отримана модель згортання інформаційного простору факторів формування валютного курсу має такий вигляд:

$$\begin{aligned}
 F_1 &= f(X_{11}, X_{12}, X_{13}, X_{14}, X_{15}, X_{16}, X_{17}) \text{ – макроекономічні;} \\
 F_2 &= f(X_{21}, X_{22}, X_{23}, X_{24}, X_{25}, X_{26}, X_{27}) \text{ – ринкові;} \\
 F_3 &= f(X_{31}, X_{32}, X_{33}, X_{34}, X_{35}, X_{36}, X_{37}, X_{38}) \text{ – банківські;} \\
 F_4 &= f(X_{41}, X_{42}, X_{43}, X_{44}) \text{ – фіскальні;} \\
 F_5 &= f(X_{51}, X_{52}, X_{53}, X_{54}, X_{55}, X_{56}) \text{ – біржові;} \\
 F_6 &= f(X_{61}, X_{62}, X_{63}, X_{64}, X_{65}, X_{66}, X_{67}, X_{68}) \text{ – провокувальні;} \\
 F_7 &= f(X_{71}, X_{72}, X_{73}, X_{74}, X_{75}, X_{76}) \text{ – руйнівні,}
 \end{aligned}
 \tag{3.3}$$

де  $X_i$  – показники першого рівня факторів валютного курсу;

$F_i$  – локальний інтегральний показник динаміки факторів формування валютного курсу.

За виділеними групами показників слід розрахувати такі локальні інтегральні показники факторів валютного курсу на основі методу інтегрального таксономічного оцінювання [127]: створювальні ( $F_1$  – макроекономічні,  $F_2$  – ринкові), регулювальні ( $F_3$  – банківські,



$F_4$  – фіскальні,  $F_5$  – біржові), попереджувальні ( $F_6$  – провокувальні,  $F_7$  – руйнівні). Отримані статистичні характеристики показників є основою класифікації станів факторів формування валютного курсу методами кластерного аналізу на нейтральний (2001–2003 рр.), несприятливий (2004–2008 рр.) та агресивний (2009–2012 рр.).

*Моделі оцінювання взаємозв'язку факторів зовнішнього середовища (М.2.3).* Ці моделі дають змогу визначити взаємовплив валютних курсів і факторів їх формування на основі ЕСМ – моделювання (моделей коригування помилки). Рівняння коінтеграційного (довгострокового) взаємозв'язку курсів валют і факторів їх формування має такий вигляд:

$$\begin{cases} D(\text{USD}) = -1,33 \times (\text{USD}(-1)) - 0,48 \times F_2(-1) + 0,51 \times F_5(-1) - 1,40 \times F_7(-1) - 32,65; \\ D(\text{EUR}) = 0,28 \times (\text{EUR}(-1)) + 1,49 \times F_2(-1) - 4,96 \times F_3(-1) + 10,83 \times F_4(-1) + 2,81 \times F_7(-1) - 65,54; \\ D(\text{RUB}) = -0,77 \times (\text{RUB}(-1)) - 0,48 \times F_1(-1) + 1,08 \times F_4(-1) + 0,51 \times F_6(-1) - 119,52. \end{cases} \quad (3.4)$$

Таким чином, з урахуванням лага в один період на курс долара найбільше впливають руйнівні й біржові фактори, на курс євро – фіскальні й банківські фактори, на курс російського рубля – фіскальні й провокувальні фактори.

*Моделі прогнозування валютних курсів і факторів їх формування (М.2.4).* Важливим елементом системи управління конкурентоспроможністю металургійних підприємств є прогнозування змін валютного середовища. Прогнозування валютних курсів можна здійснити на основі адаптивних, нейросіткових, ARCH- і GARCH-моделей, прогнозування факторів формування валютних курсів – з використанням Var-аналізу, а прогнозування їхнього стану – за допомогою методів дискримінантного аналізу. За даними, отриманими за цією моделлю, прогнозуються падіння курсу російського рубля й зростання курсів долара США і євро. Система рівнянь для прогнозування динаміки створювальних факторів ( $F_1$  – макроекономічні,  $F_2$  – ринкові) має такий вигляд:

$$\begin{cases} F_1 = -1,30 \times F_1(-1) - 0,89 \times F_1(-2) + 0,08 \times F_2(-1) + 0,29 \times F_2(-2) + 0,11 \\ F_2 = 1,67 \times F_1(-1) + 2,42 \times F_1(-2) - 0,64 \times F_2(-1) - 1,38 \times F_2(-2) - 0,19 \end{cases} \quad (3.5)$$

Результати аналізу майбутніх змін факторів формування валютного курсу з урахуванням лага запізнення в один і два періоди показали зростання макроекономічних факторів з одночасним погіршенням попереджувальних, що свідчить про виведення економічної системи з динамічної рівноваги. За допомогою методів дискримінантного аналізу можна спрогнозувати стан факторів формування валютного курсу, який у цьому випадку є агресивним. Розроблені моделі дають змогу попередньо сформулювати конкурентні стратегії розвитку підприємств в умовах впливу валютних курсів.

*Моделі формування стратегій розвитку зовнішнього середовища (М.2.5).* За цими моделями передбачається реалізація матричних моделей, експертного аналізу, теорії прийняття рішень, що дає можливість керівництву металургійних підприємств попередньо сформулювати конкурентні стратегії їх розвитку й своєчасно реагувати на несприятливу динаміку валютного курсу і факторів його формування, а це, в свою чергу, сприяє підвищенню конкурентоспроможності й ефективності функціонування підприємства в цілому.

**Модуль 3.** Комплекс моделей формування управлінських рішень щодо забезпечення конкурентоспроможності підприємств у нестабільному валютному середовищі.

*Моделі оцінювання рівня впливу факторів зовнішнього середовища на конкурентоспроможність підприємств (М.3.1).* Оцінювання ступеня впливу факторів формування валютного курсу на конкурентоспроможність підприємств на основі виділених станів цих факторів і їхніх числових характеристик слід здійснювати з використанням методу нечіткої логіки [50, 112]. З урахуванням лінгвістичних змінних, що відображають стан факторів формування валютного курсу, побудуємо функції належності для кожного фактора формування валютного курсу й вихідної змінної (табл. 3.4).

Отримані результати дають змогу визначити, що вплив прогнозних значень факторів формування валютного курсу на рівень конкурентоспроможності підприємств становитиме 0,272, що з імовірністю 0,9 належить до нечіткої множини «Допустимий рівень впливу». Це означає, що підприємства під дією факторів формування валютного курсу перейдуть до нижчого кластера.

Таблиця 3.4

Діапазон зміни функцій належності за лінгвістичними змінними (фрагмент)

№ п/п	Фактори формування валютного курсу	Лінгвістична змінна	Функція належності
1	Макроекономічні ( $F_1$ )	Агресивний стан	$\mu(x) = zmf(0.2; 0.509)$
		Несприятливий стан	$\mu(x) = gaussmf(0.14; 0.375)$
		Нейтральний стан	$\mu(x) = smf(0.251; 0.557)$
...	...	...	...
8	Рівень впливу на конкурентоспроможність підприємства	Регульований вплив	$\mu(x) = zmf(0.05; 0.2)$
		Допустимий вплив	$\mu(x) = gaussmf(0.149; 0.209)$
		Критичний вплив	$\mu(x) = smf(0.26; 0.4)$

Спрогнозувавши курси валют, можна спрогнозувати зміну рівня конкурентоспроможності підприємства в майбутньому залежно від зміни валютного курсу. Так, при зниженні курсу долара на 1 % (у короткостроковій перспективі) рівень конкурентоспроможності знизиться на 0,88 %. Якщо за одним з можливих сценаріїв прогнозований курс

долара США через 30 днів знизиться в середньому на 0,22 %, то рівень конкурентоспроможності знизиться на 0,19 %.

#### 4. УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ З УРАХУВАННЯМ ВАЛЮТНИХ КУРСІВ І ФАКТОРІВ ЇХ ФОРМУВАННЯ

*Моделі вибору конкурентних стратегій розвитку в нестабільному валютному середовищі (М.3.2).* Аналіз, оцінювання й прогнозування впливу валютних курсів і факторів їх формування на конкурентоспроможність металургійних підприємств здійснюють з метою визначення ефективних методів управління їхньою конкурентоспроможністю у нестабільному валютному середовищі. Модель формування конкурентних стратегій розвитку металургійних підприємств має такий вигляд:

$$SC_{it} = \{I_{it}; F_t; E_t\}, \quad (4.1)$$

де  $SC_{it}$  – стратегія управління конкурентоспроможністю підприємства в умовах впливу валютного курсу і факторів його формування;  $I_{it}$  – комплексний загальний стан конкурентоспроможності  $i$ -го підприємства в  $t$ -й момент часу;  $F_t$  – вплив факторів формування валютного курсу на конкурентоспроможність підприємства в  $t$ -й момент часу;  $E_t$  – прогнозований валютний курс у  $t$ -й момент часу.

Залежно від рівня конкурентоспроможності металургійних підприємств, впливу валютних курсів, факторів їх формування й прогнозованої динаміки валютного курсу сформуємо три класи ситуацій: сприятливі; нейтральні; несприятливі. У кожній із зазначених ситуацій поведінка осіб, які приймають рішення, буде різною. Тому слід розглянути декілька альтернатив прийняття управлінських рішень: менеджер не приймає жодного рішення (реакція відсутня); менеджер приймає стандартні (типові) рішення (виявлено у процесі опитування менеджерів підприємств); менеджер приймає нестандартні, креативні рішення.

*Моделі оцінювання ефективності управлінських рішень щодо забезпечення конкурентоспроможності підприємств (М.3.3).* З метою оцінювання ефективності управлінських рішень побудуємо трикомпонентну динамічну імітаційну модель (рис. 4.1).

На результатуючий показник – рівень конкурентоспроможності  $I(t)$  – впливають:

- фактори формування валютного курсу  $F(t)$ ;
- динаміка валютного курсу  $E(t)$ ;
- прийняте рішення *Decision*.

Результати імітаційних експериментів, проведених для підприємств-репрезентантів кожного кластера, показано на рис. 4.2. Умови базового

експерименту (*Base*): умовна стабільність валютного курсу, відсутність впливу факторів формування валютного курсу, відсутність управлінських рішень щодо підвищення конкурентоспроможності. За цих умов, наприклад, ПАТ «ММК ім. Ілліча» (репрезентант кластера з високим рівнем конкурентоспроможності) невеликими темпами підвищуватиме рівень конкурентоспроможності, навіть за відсутності спрямованих на це конкретних управлінських рішень.

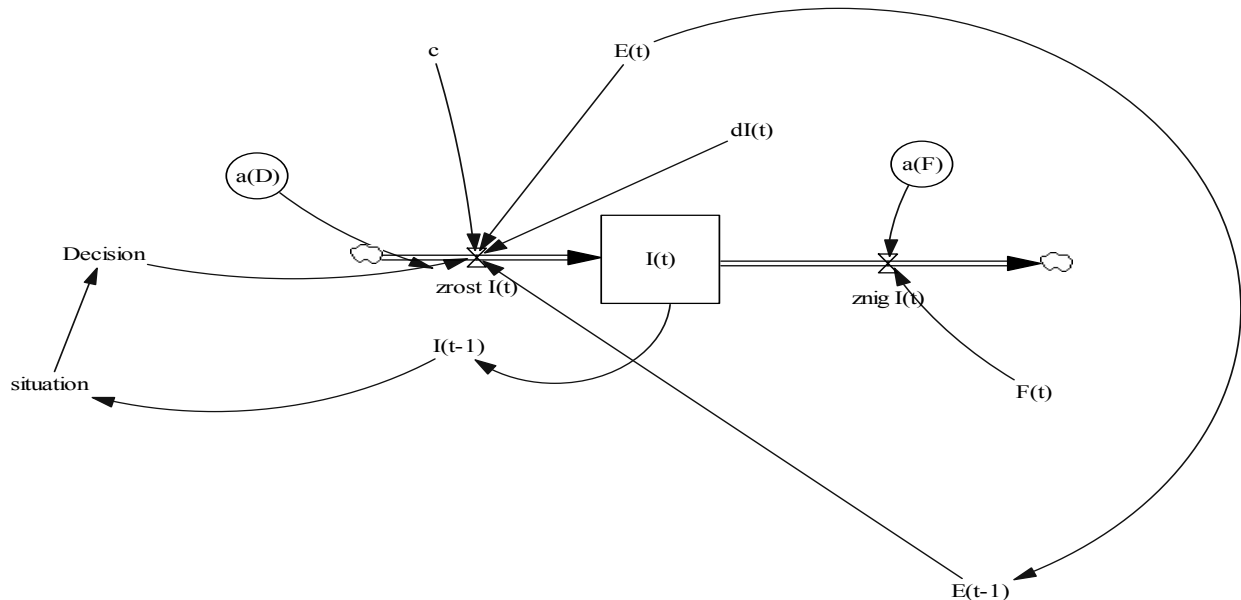


Рис. 4.1. Трикомпонентна динамічна імітаційна модель оцінювання ефективності управлінських рішень

При регульованому рівні впливу факторів формування валютного курсу ( $S_R$ ) рівень конкурентоспроможності підприємства в середньому за період на 1,6 % нижчий від рівня конкурентоспроможності підприємства у базовому експерименті, при допустимому ( $S_D$ ) – на 6,7 %, при критичному ( $S_K$ ) – на 13,4 %. Отже, за цих умов за відсутності будь-яких управлінських впливів рівень конкурентоспроможності підприємства суттєво знизиться.

Результати імітаційних експериментів, які відображають ефективність прийняття управлінських рішень ( $D$ ) підприємством відповідно до класу ситуації, показали, що рівень конкурентоспроможності підприємства суттєво зростає в другому і третьому періодах (місяцях), а потім знову знижується. Зокрема, при критичному рівні впливу факторів формування валютного курсу прийняття управлінських рішень дасть змогу підвищити рівень конкурентоспроможності ПАТ «ММК ім. Ілліча» у другому періоді до 0,722, але у дванадцятому періоді це призведе до його зниження до 0,427. Отже, при критичному й допустимому рівнях впливу факторів формування валютного курсу ефективність прийняття навіть найбільш дієвих рішень буде короткочасною, тому підприємству слід

урахувати це й при зниженні ефекту переглянути або повторно прийняти рішення.

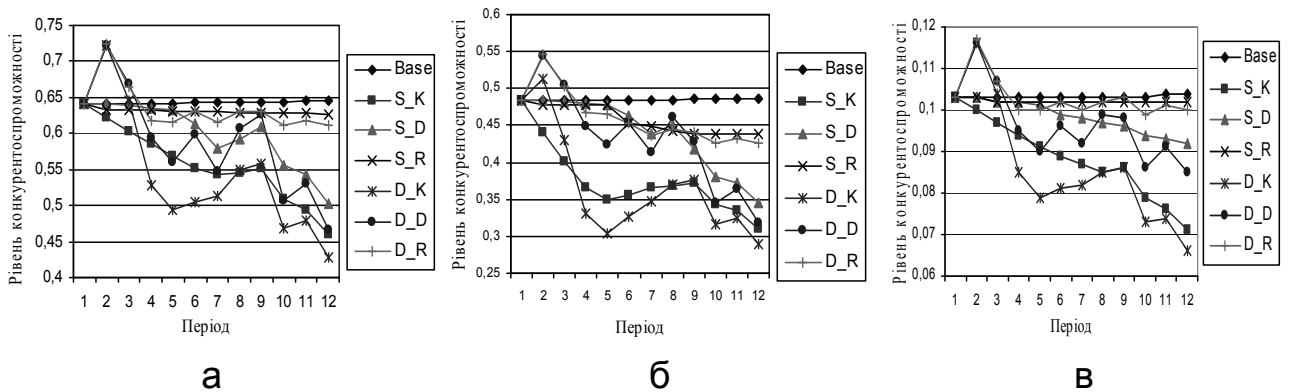


Рис. 4.2. Результати імітаційних експериментів впливу факторів формування валютного курсу на конкурентоспроможність підприємств з урахуванням управлінських рішень, що приймаються:  
 а – ПАТ «ММК ім. Ілліча»; б – ПАТ «Дніпровський меткомбінат»;  
 в – ВАТ «КМЗ ім. Куйбишева»

Одним з таких управлінських рішень є врахування динаміки валютних курсів при визначенні ціни продукції металургійного виробництва. Моделі «ковзних цін» удосконалено шляхом корегування ресурсовитратних елементів ціни, які мають валютну складову, на величину валютного курсу. Таким чином, несприятливу для металургійного підприємства зміну валютного курсу, яка може відбутися з моменту підписання контракту до моменту здійснення платежу за контрактом, можна врахувати при визначенні ціни на продукцію.

Отже, побудований комплекс моделей дає можливість удосконалити систему управління в цілому шляхом адекватного й оперативного вирішення таких завдань:

- діагностика конкурентоспроможності металургійних підприємств і галузевих тенденцій їх розвитку з використанням сучасного інструментарію економіко-математичного моделювання статичної і динамічної систем, що дає змогу отримати групи підприємств з високим, середнім і низьким рівнями конкурентоспроможності й визначити вплив окремих локальних складових на комплексний загальний показник конкурентоспроможності підприємств;

- оцінювання впливу валютних курсів на конкурентоспроможність металургійних підприємств на основі економетричних моделей панельних даних, що дає змогу виявити локальні складові конкурентоспроможності підприємств, на які найбільше впливають валютні курси;

- прогнозування валютних курсів, факторів формування валютних курсів і їхнього стану, яке дає змогу визначити майбутні зміни валютного

середовища і спрямувати управлінський вплив на розвиток здатності підприємства адаптуватися до різких коливань валютних курсів, що сприяє підвищенню конкурентоспроможності металургійних підприємств;

– оцінювання впливу факторів валютного курсу на конкурентоспроможність металургійних підприємств за допомогою методів нечіткої логіки, яке дає можливість зробити висновок про необхідність вживання заходів з мінімізації несприятливого впливу валютного середовища на конкурентоспроможність металургійних підприємств;

– сценарне моделювання рівня конкурентоспроможності металургійних підприємств у нестабільному валютному середовищі на основі побудови трикомпонентної динамічної імітаційної моделі;

– розроблення управлінських рішень з мінімізації валютного ризику при визначенні ціни металургійної продукції шляхом корегування ресурсовитратних елементів, які мають валютну складову, на величину валютного курсу; використання такої методики формування ціни дає можливість передбачити на момент підписання зовнішньоекономічного контракту фактичну зміну ціни суттєвих складових собівартості продукції і динаміку валютних курсів.

## ВИСНОВКИ

Таким чином, упровадження комплексу моделей управління конкурентоспроможністю підприємств металургійної галузі в нестабільному валютному середовищі на основі оцінювання рівня конкурентоспроможності металургійних підприємств і галузевих тенденцій їх розвитку дає змогу забезпечити обґрунтованість і якість управлінських рішень з підвищення конкурентоспроможності металургійних підприємств в умовах дії факторів зовнішнього й внутрішнього середовищ з урахуванням сукупності взаємозв'язаних фінансово-економічних процесів.

Результати аналізу стану і тенденцій розвитку валютного ринку в Україні протягом одинадцяти років дали можливість визначити сценарії розвитку валютного ринку, такі, як стабільність, стабільний тренд, різкі зміни курсу регулятором, валютна паніка, ажітаж, що зумовило необхідність визначення їх впливу на конкурентоспроможність металургійних підприємств.

Просторово-динамічне оцінювання конкурентоспроможності металургійних підприємств і галузевих тенденцій їх розвитку з використанням сучасного інструментарію економіко-математичного моделювання статистики і динаміки систем дає можливість отримати групи підприємств з високим, середнім і низьким рівнями конкурентоспроможності, а також визначити вплив окремих складових на загальний рівень конкурентоспроможності підприємств. Висока точність, адекватність і статистична значущість отриманих моделей дають змогу використовувати їх для аналізу складових конкурентоспроможності підприємств.

Визначено вплив валютних панік і ажітажу на конкурентоспроможність підприємств металургійної галузі й реакції суб'єктів господарювання на зазначені процеси. Валютна паніка зазвичай є короткочасною, триває один-два тижні, подальші тренди курсу валюти пояснюються не панікою, а макроекономічними або навіть системними змінами. Валютна паніка впливає на конкурентоспроможність підприємства у випадку, якщо внаслідок паніки валютний курс змінюється. Більшість підприємств металургійної галузі на валютну паніку не реагують, хоча деякі з них роблять валютні застереження при укладенні угод із постачальниками.

Оцінювання впливу валютних курсів на конкурентоспроможність металургійних підприємств на основі економетричних моделей панельних даних дає можливість виявити складові конкурентоспроможності підприємств, на які найбільше впливають валютні курси. Аналіз еластичності складових конкурентоспроможності за курсами валют дає змогу визначити ступінь змінення рівня конкурентоспроможності підприємства при зміні валютних курсів, що є підґрунтям прийняття

ефективних управлінських рішень з підвищення конкурентоспроможності металургійних підприємств в умовах несприятливої динаміки валютних курсів.

Використано систему факторів формування валютного курсу, до складу якої входять створювальні, регулювальні й попереджувальні фактори. Результати аналізу й оцінювання взаємозв'язків валютних курсів і факторів їх формування з використанням тесту Гренджера та ЕСМ-моделювання показали, що на курс долара США найбільше впливають ринкові, біржові й руйнівні фактори, на курс євро – ринкові, банківські, фіскальні й руйнівні, а на курс російського рубля – макроекономічні й провокувальні. Прогнозування валютних курсів, факторів формування валютних курсів і їхнього стану дало змогу визначити майбутні зміни валютного середовища і спрямувати управлінський вплив на розвиток здатності підприємства адаптуватися до різких коливань валютних курсів, що сприяє підвищенню конкурентоспроможності металургійних підприємств. Отримані результати оцінювання впливу факторів валютного курсу на конкурентоспроможність металургійних підприємств за допомогою методів нечіткої логіки дали змогу зробити висновок про необхідність вживання заходів з мінімізації несприятливого впливу валютного середовища на конкурентоспроможність металургійних підприємств.

Запропонований метод управління конкурентоспроможністю металургійних підприємств у нестабільному валютному середовищі на основі побудови трикомпонентної динамічної імітаційної моделі дає можливість підвищити керованість конкурентоспроможності підприємств. Проведені імітаційні експерименти дали змогу визначити зміну рівня конкурентоспроможності металургійних підприємств за результатами прийняття тактичних і стратегічних управлінських рішень протягом періоду моделювання.

Наведені у навчальному посібнику моделі можна використати при оцінюванні впливу інших факторів зовнішнього середовища на фінансові результати діяльності підприємств.



## БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК

1. Абалкин, Л. И. Диалектика социальной экономики / Л. И. Абалкин. — М. : Мысль, 1981. — 351 с.
2. Адамик, В. Конкуренція і конкурентоспроможність у механізмі сучасного економічного розвитку / В. Адамик // Вісн. Терн. нац. екон. ун-ту. — 2007. — № 2. — С. 7–16.
3. Азоев, Г. Л. Конкуренция: анализ, стратегия, практика / Г. Л. Азоев. — М. : Центр экономики и маркетинга, 1996. — 172 с.
4. Алексеев, Ю. К. Введение в теорию катастроф / Ю. К. Алексеев. — М. : МГУ, 2000. — 204 с.
5. Амбросов, В. Я. Великотоварні підприємства як основа впровадження інвестицій / В. Я. Амбросов, Т. Г. Маренич // Економіка АПК. — 2007. — № 6. — С. 14 – 18.
6. Андрейчиков, А. В. Анализ, синтез, планирование решений в экономике : учеб. пособие / А. В. Андрейчиков, О. Н. Андрейчикова. — М. : Финансы и статистика, 2002. — 368 с.
7. Андрианов, В. Конкурентоспособность России в мировой экономике / В. Андрианов // Мировая экономика и международные отношения. — 2000. — № 3. — С. 47.
8. Ансофф, И. Новая корпоративная стратегия / И. Ансофф. — М. : Питер, 1999. — 457 с.
9. Ансофф, И. Стратегическое управление / И. Ансофф; пер. с англ. под ред. Л. И. Евенко. — М. : Экономика, 1989. — 519 с.
10. Арнольд, В. И. Теория катастроф / В. И. Арнольд. — М. : Наука, 1990. — 128 с.
11. Бабій, О. Н. Визначення і оцінка конкурентоспроможності потенціалу підприємства і його продукції / О. Н. Бабій, Н. А. Бахвалова, А. Л. Сабадирьова // Вісн. соц.-екон. досліджень. — 2007. — Вип. 26. — С. 415 – 422.
12. Балабанова, Л. В. Маркетинг : підручник / Л. В. Балабанова. — К.: Знання, 2004. — 645 с.
13. Балацкий, Е. Факторы формирования валютных курсов: плюрализм моделей, теорий и концепций / Е. Балацкий // Мировая экономика и международные отношения. — 2003. — № 1. — С. 46 – 58.
14. Белінська, Я. В. Проблеми валютно-курсової стабільності в Україні / Я. В. Белінська // Актуальні проблеми економіки. — 2009. — № 8 (98). — С. 200 – 207.
15. Береславська, О. І. Курсова політика та її вплив на конкурентоспроможність економіки України / О. І. Береславська, Д. М. Серебрянський // Актуальні проблеми економіки. — 2009. — № 8 (98). — С. 209 – 214.
16. Беленький, П. Дослідження проблеми конкурентоспроможності /

П. Беленький // Вісн. НАН України. — 2007. — № 5. — С. 9–18.

17. Бланк, А. Влияние курсовой политики на конкурентоспособность российской экономики [Электронный ресурс] / А. Бланк, Е. Гурвич. — Режим доступа:

<http://www.eeg.ru/downloads/PUBLICATIONS/SCIENTIFIC/050407-1.pdf>

18. Большой экономический словарь / под ред. А. Н. Азриляна. — 3-е изд. стереотип. — М. : Ин-т новой экономики, 1998. — 864 с.

19. Борисов, С. М. Рубль: золотой, червонный, советский, российский... Проблема конвертируемости / С. М. Борисов. — М. : ИНФРА-М, 1997. — 312 с.

20. Бочарова, Н. Моделирование оптимального валютного курса / Н. Бочарова // Вопросы экономики. — 2002. — № 8. — С. 66 – 80.

21. Вахненко, Т. П. Теоретичні засади валютного курсоутворення: концепції та моделі / Т. П. Вахненко // Економіка і прогнозування. — 2004. — № 2. — С. 21 – 30.

22. Вачевський, М. В. Промисловий маркетинг / М. В. Вачевський, В. Г. Скотний, О. М. Вачевський. — К. : Центр навч. літ., 2004. — 256 с.

23. Вдовиченко, А. Инфляция и валютная политика / А. Вдовиченко, В. Воронина, О. Дынникова // Вопросы экономики. — 2003. — № 12. — С. 81 – 88.

24. Винокуров, В. А. Организация стратегического управления на предприятии / В. А. Винокуров. — М. : Центр экономики и маркетинга, 1996. — 160 с.

25. Воронкова, А. Э. Стратегическое управление конкурентным потенциалом предприятия: диагностика и организация : монография / А. Э. Воронкова. — Луганск : Изд-во ВНУ им. В. Даля, 2000. — 315 с.

26. Воронкова, А. Е. Конкурентоспроможність підприємства: механізм управління та діагностика / А. Е. Воронкова // Економіка промисловості. — 2009. — № 3. — С. 133 – 137.

27. Воронов, А. А. К оценке уровня конкурентоспособности машиностроительной продукции / А. А. Воронов // Машиностроитель. — 2000. — № 12. — С. 27 – 29.

28. Геєць, В. Макроекономічна оцінка грошово-кредитної та валютно-курсової політики України до і під час фінансової кризи / В. Геєць // Економіка України. — 2009. — № 2. — С. 5 – 23.

29. Гетьман, О. О. Економічна діагностика : навч. посіб. для студ. вищих навч. закладів / О. О. Гетьман, В. М. Шаповал. — К.: Центр навч. літ., 2007. — 307 с.

30. Гладышева, И. В. Прогнозирование конкурентоспособности промышленного предприятия : автореф. дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / Гладышева Ирина Валерьевна; С.-Петерб. гос. ун-т экономики и финансов. — СПб., 2006. — 20 с.

31. Головачев, А. С. Прогнозирование стратегической конкурентоспособности предприятия и продукции / А. С. Головачев,

М. А. Головачева, М. А. Юрова // Экономика и управление. — 2012. — № 2. — С. 31 – 39.

32. Голофаева, И. П. Методика расчета конкурентоспособности предприятия с помощью аппарата нечетких множеств с учетом социальных факторов / И. П. Голофаева // Экономика розвитку. — 2004. — № 4. — С. 48 – 51.

33. Гончарова, Т. С. Вивчення факторів, що впливають на формування валютного курсу / Т. С. Гончарова // Вісн. Дон. нац. ун-ту економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. — 2008. — № 6. — С. 46 – 50.

34. Гончарук, Т. І. Конкуренція: сучасна економічна характеристика та особливості [Електронний ресурс] / Т. І. Гончарук. — Режим доступу: [http://www.academy.sumy.ua/images/stories/docs/K\\_TPE/Honcharuk\\_3.pdf](http://www.academy.sumy.ua/images/stories/docs/K_TPE/Honcharuk_3.pdf)

35. Градов, А. П. Региональная экономика: курс лекций / А. П. Градов. — СПб.: Спец. литература, 1997. — 229 с.

36. Градов, А. П. Экономическая стратегия фирмы / А. П. Градов. — СПб. : Спецлитература, 2000. — 589 с.

37. Гринюк, Н. Роль контролінгу в системі управління сучасним підприємством [Електронний ресурс] / Н. Гринюк, О. Вовчок. — Режим доступу: <http://conf-cv.at.ua/forum/53-479-1>

38. Грицишин, Н. Конкуренціоспроможність виробничого підприємства / Н. Грицишин // Галицький економ. вісн. — 2005. — № 1. — С. 29 – 34.

39. Гроші та кредит : підручник / М. І. Савлук, А. М. Мороз, М. Ф. Пуховкіна та ін. — К. : КНЕУ, 2002. — 598 с.

40. Данич, В. Н. Лавинообразные процессы и конкурентоспособность предприятий / В. Н. Данич, М. С. Татар // Перспективы развития и пути совершенствования фондового рынка: тез. докл. IV Всеукр. науч.-практ. конф., 3–7 окт. 2012 г. — Симферополь : ТНУ, 2012. — С. 45 – 48.

41. Даніч, В. М. Валютні паніки та їх вплив на конкурентоспроможність підприємств [Електронний ресурс] / В. М. Даніч, М. С. Татар. — Режим доступу: [http://archive.nbuv.gov.ua/e-journals/Nvdu/2012\\_7/z12dvmnkp.htm](http://archive.nbuv.gov.ua/e-journals/Nvdu/2012_7/z12dvmnkp.htm)

42. Даніч, В. М. Специфіка впливу валютної динаміки на конкурентоспроможність суб'єктів господарювання / В. М. Даніч, М. С. Татар // Актуальні питання теорії та практики менеджменту : матеріали IV Міжнар. наук.-практ. конф. студентів, аспірантів та молодих учених, 20–21 берез. 2013 р. — Луганськ : ТОВ "Віртуальна реальність", 2013. — С. 110 – 111.

43. Дернова, І. А. Порівняльний аналіз номінального та реального обмінних курсів гривні / І. А. Дернова // Статистика України. — 2009. — № 3. — С. 29 – 33.

44. Дзюблук, О. В. Валютна політика : підручник / О. В. Дзюблук. — К. : Знання, 2007. — 422 с.

45. Дзюблук, О. В. Організаційно-економічний механізм функціонування комерційних банків на валютному ринку [Електронний ресурс] / О. В. Дзюблук, О. С. Пруський. — Режим доступу: [http://imanbooks.com/book\\_583\\_page\\_44](http://imanbooks.com/book_583_page_44)
46. Дикань, В. Л. Реформирование экономики Украины и конкурентоустойчивость предприятий / В. Л. Дикань. — Х. : Основа, 1997. — 345 с.
47. Должанський, І. З. Конкуреноспроможність підприємства: навч. посіб. / І. З. Должанський, Т. О. Загорна. — К. : Центр навч. літ., 2006. — 384 с.
48. Драчко-Єрмоленко, Є. Деякі математичні підходи до прогнозування валютного курсу / Є. Драчко-Єрмоленко, І. Сакунова // Економіст. — 2008. — № 6. — С. 38 – 41.
49. Дынникова, О. В. Реальный обменный курс и структура экономики России [Электронный ресурс] / О. В. Дынникова. — Режим доступа: <http://www.hse.ru/data/412/393/1238/dynnikova.pdf>
50. Дьяконов, В. П. Matlab 6.5 SP1/7/7 SP1/7 SP2 Simulink 5/6. Инструменты искусственного интеллекта и биоинформатики / В. П. Дьяконов, В. В. Круглов. — М. : СОЛОН-ПРЕСС, 2006. — 456 с.
51. Д'яконова, І. І. Міжнародні фінанси / І. І. Д'яконова, М. І. Макаренко. — К. : Центр навч. літ., 2013. — 203 с.
52. Економічна енциклопедія / за ред. С. В. Мочерного. — К. : Вид. центр "Академія", 2002. — Т. 3. — 952 с.
53. Економічна теорія: політекономія / за ред. В. Д. Базилевича. — К.: Знання-Прес, 2007. — 719 с.
54. Журавка, Ф. О. Валютно-курсова політика НБУ як фактор цінового впливу на конкурентоспроможність українських підприємств / Ф. О. Журавка // Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України : зб. наук. пр. — Суми : УАБС НБУ, 2006. — Т.18. — С. 73 – 81.
55. Забелин, П. В. Основы стратегического управления : учеб. пособие / П. В. Забелин, Н. К. Моисеева. — М. : Информационно-внедренческий центр "Маркетинг", 1998. — 195 с.
56. Завьялов, П. С. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах : учеб. пособие / П. С. Завьялов. — М. : ИНФРА-М, 2002. — 495 с.
57. Загниборода, І. А. Дослідження конкурентів як чинника маркетингового середовища [Електронний ресурс] / І. А. Загниборода. — Режим доступу: <http://наука.kushnir.mk.ua/?p=56116>.
58. Задоя, А. А. Макроэкономика : учеб. пособие / А. А. Задоя, Ю. Е. Петруня. — Днепропетровск : Изд-во ДУЭП, 2003. — 220 с.
59. Задоя, А. А. Валютный курс и его влияние на мотивацию внешнеэкономической деятельности / А. А. Задоя // Економіка та підприємництво. — 2009. — № 1. — С. 137 – 150.
60. Захарченко, В. И. Оценка и анализ конкурентоспособности предприятий / В. И. Захарченко // Машиностроитель. — 1999. — № 11. —

С. 13 – 17.

61. Здановский, Я. В. Прогнозирование курса доллара США на основе теории нечеткой логики как основной этап управления валютными рисками / Я. В. Здановский, В. А. Гончарова // Бизнес-Информ. — 2011. — № 7(1). — С. 16 – 20.

62. Зильберман, М. Ф. Влияние обменного курса на процесс импортозамещения в условиях мирового финансового кризиса [Электронный ресурс] / М. Ф. Зильберман. — Режим доступа: [https://urfu.ru/fileadmin/user.../07\\_Zilberman\\_Strovskii\\_2009\\_3.pdf](https://urfu.ru/fileadmin/user.../07_Zilberman_Strovskii_2009_3.pdf)

63. Иванов, Ю. Б. Конкурентоспособность предприятия в условиях формирования рыночных отношений / Ю. Б. Иванов. — Х. : РИО ХГЭУ, 1997. — 248 с.

64. Иващенко, А. А. Методика оценки уровня конкурентоспособности предприятия / А. А. Иващенко // Економіка підприємства та управління виробництвом. — 2004. — № 12. — С. 94 – 97.

65. Иващенко, Г. А. Розробка методики прогнозування рівня конкурентоспроможності підприємства / Г. А. Иващенко // Наукові праці НУХТ. — 2009. — № 29. — С. 114 – 116.

66. Карлофф, Б. Деловая стратегия. Концепция, содержание, символы / Б. Карлофф. — М. : Экономика, 1991. — 239 с.

67. Кветна, І. Р. Механізми визначення інвестиційної вартості активів на міжнародних ринках титулів власності: дис. ... канд. екон. наук: 08.05.01 / Кветна Ілона Романівна . — Київ, 2006. — 196 с.

68. Киперман, Г. Я. Рыночная экономика / Г. Я. Киперман. — М. : Политиздат, 1991. — 224 с.

69. Кирчата, І. М. Оцінка конкурентного потенціалу в системі управління конкурентоспроможністю підприємства : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / Кирчата Ірина Миколаївна ; Приазов. держ. техн. ун-т. — Маріуполь, 2007. — 20 с.

70. Кирчата, І. М. Оцінка конкурентного потенціалу в системі управління конкурентоспроможністю підприємства: дис. ... канд. екон. наук: 08.00.04 / Кирчата Ірина Миколаївна. — Харків, 2007. — 201 с.

71. Клейнер, Г. Предприятие как фактор институциональной стабильности / Г. Клейнер // Проблемы теории и практики управления. — 2001. — № 3. — С. 108 – 111.

72. Кныш, М. И. Конкурентные стратегии : учеб. пособие / М. И. Кныш. — СПб., 2000. — 284 с.

73. Коваленко, Н. В. Оцінювання конкурентоспроможності підприємства та шляхи їх підвищення: дис. ... д-ра екон. наук: 08.00.03 / Коваленко Наталія Валеріївна. — Донецьк, 2010. — 397 с.

74. Козловський, С. В. Макроекономічне моделювання та прогнозування валютного курсу в Україні : монографія / С. В. Козловський, В. О. Козловський. — Вінниця : КНИГА-ВЕГА. — 2005. — 254 с.

75. Колодизев, О. М. Прогнозування валютних курсів: макро- та

мікроекономічні аспекти. — Х. : ІНЖЕК, 2008. — 351 с.

76. Кондратюк, О. І. Конкуреноспроможність сільського господарства та шляхи її підвищення / О. І. Кондратюк // Актуальні проблеми економіки. — 2011. — № 1 (115). — С. 56 – 63.

77. Кораблин, С. Валютный курс гривны: некоторые эффекты и ограничения / С. Кораблин // Экономика Украины. — 2010. — № 4. — С. 76 – 87.

78. Котлер, Ф. Маркетинг. Менеджмент / Ф. Котлер. — СПб. : Питер, 2000. — 752 с.

79. Краснокутська, Н. Потенціал підприємства: формування та оцінка / Н. Краснокутська. — К. : Центр навч. літ., 2005. — 308 с.

80. Кривенко, К. Т. Політична економія [Електронний ресурс] / К. Т. Кривенко, В. С. Савчук, О. О. Беляєв. — Режим доступу: <http://studentam.net.ua/content/category/42/231/132/>

81. Крикавський, Є. В. Сучасні акценти у формуванні конкурентоспроможності підприємств / Є. В. Крикавський // Вісн. Хмельн. нац. ун-ту. Сер. Екон. науки. — 2010. — № 3. — С. 54 – 57.

82. Криклій, А. С. Безперервне професійне навчання персоналу як чинник підвищення конкурентоспроможності українських виробників / А. С. Криклій // Економіка і держава. — 2004. — № 7. — С. 23 – 26.

83. Круглов, М. И. Стратегическое управление компанией / М. И. Круглов. — М. : Русская Деловая Литература, 1998. — 562 с.

84. Кругман, П. Р. Международная экономика: теория и политика / П. Р. Кругман, М. Обстфельд; пер. с англ. под. ред. В. Г. Колесова, М. В. Кулакова. — М. : ЮНИТИ, 1997. — 510 с.

85. Кузьмін, О. Є. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства : підручник / О. Є. Кузьмін, Н. І. Горбаль. — Львів : Компакт-ЛВ, 2005. — 304 с.

86. Курза, Ю. До системи валютних курсів / Ю. Курза, Ф. Рогач // Вісн. НБУ. — 2010. — № 8. — С. 34 – 39.

87. Лабскер, Л. Г. Теория критериев оптимальности и экономические решения : монография / Л. Г. Лабскер. — М. : КНОРУС, 2008. — 744 с.

88. Лисевич, В. В. Дослідження конкурентоспроможності товарів у системі стратегічного маркетингового аудиту конкурентоспроможності підприємств / В. В. Лисевич // Наук.-практ. журнал «Продуктивність». — Краматорськ, 2003. — № 4. — С. 14 – 18.

89. Лифиц, И. М. Теория и практика оценки конкурентоспособности товаров и услуг / И. М. Лифиц. — М. : Юрайт-М, 2001. — 224 с.

90. Лукашин, Ю. П. Адаптивные методы краткосрочного прогнозирования временных рядов / Ю. П. Лукашин. — М. : Финансы и статистика, 2003. — 416 с.

91. Лук'яненко, І. Г. Сучасні економетричні методи у фінансах : навч. посіб. / І. Г. Лук'яненко, Ю. О. Городніченко. — К. : Літера ЛТД, 2002. — 352 с.

92. Лучко, О. Д. Аналіз показників конкурентоспроможності підприємств / О. Д. Лучко // Інвестиції: практика та досвід. — 2007. — № 23. — С. 33 – 37.
93. Магнус, Я. Р. Эконометрика / Я. Р. Магнус, П. К. Катыхов, А. А. Пересецкий. — М.: Дело, 2007. — 504 с.
94. Магомедов, Ш. Ш. Конкурентоспособность товаров : учеб. пособие для вузов / Ш. Ш. Магомедов. — М. : Даньков и К<sup>0</sup>, 2003. — 294 с.
95. Мазилкина, Е. И. Управление конкурентоспособностью : учеб. пособие / Е. И. Мазилкина, Г. Г. Паничкина. — М. : Омега-Л, 2007. — 308 с.
96. Макконнелл, К. Р. Экономикс: принципы, проблемы и политика / К. Р. Макконнелл, С. Л. Брю. — К. : ХаГар, 1998. — 546 с.
97. Максимко, Н. К. Аналіз та прогнозування розвитку економічних систем методами дискретної нелінійної динаміки: дис. ... д-ра екон. наук: 08.00.11 / Максишко Наталія Костянтинівна. — Київ, 2009. — 455 с.
98. Маркс, К. Собрание сочинений / К. Маркс, Ф. Энгельс // Соч. : 2-е изд.— М., 1981. — Т. 3. — С. 147–149.
99. Марцин, В. С. Механізм забезпечення конкурентоспроможності товару та показники її оцінки / В. С. Марцин // Актуальні проблеми економіки. — 2008. — № 1 (79). — С. 35 – 44.
100. Меджибовська, Н. Ключові фактори нарощування конкурентних переваг компаній / Н. Меджибовська // Економіка України. — 2010. — № 10. — С. 36 – 43.
101. Международный маркетинг / под ред. Н. И. Перцовского. — М. : Высш. шк., 2001. — 229 с.
102. Мельник, О. Г. Діагностика діяльності машинобудівного підприємства на засадах системи економічних індикаторів : монографія / О. Г. Мельник. — Львів : Вид-во ДП «Вид. дім «Укрпол», 2009. — 188 с.
103. Мельников, А. В. Математические методы финансового анализа / А. В. Мельников, Н. В. Попова, В. С. Скорнякова. — М. : Анкил, 2006. — 440 с.
104. Милевский, С. В. Подходы к оценке конкурентоспособности предприятия / С. В. Милевский // Механізм регулювання економіки. — 2003. — № 2. — С. 70 – 72.
105. Минько, Э. В. Качество и конкурентоспособность продукции в условиях рыночной экономики / Э. В. Минько, А. Э. Минько // Организатор производства. — 2002. — № 2. — С. 57 – 59.
106. Многомерный статистический анализ в экономике : учеб. пособие для вузов / Л. А. Сошникова, В. Н. Тамашевич, Г. Усбе и др.; под ред. проф. В. Н. Тамашевича. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 1999. — 598 с.
107. Нагірна, Л. В. До аналізу конкурентоспроможності підприємств та понять, що визначають рівень її реалізації / Л. В. Нагірна // Держава та регіони. Сер. Економіка та підприємництво. — 2010. — № 4. — С. 136 – 141.
108. Назаров, А. В. Нейросетевые алгоритмы прогнозирования

систем / А. В. Назаров, А. И. Лоскутов. — СПб. : Наука и техника, 2003. — 384 с.

109. Найт, Ф. Х. Риск, неопределенность и прибыль / Ф. Х. Найт. — М. : Дело, 2003. — 360 с.

110. Науменкова, С. В. Валюта і валютна політика / С. В. Науменкова, В. І. Міщенко. — К. : Знання, 2010. — 82 с.

111. Нейронные сети. STATISICA Neural Networks: методология и технологии современного анализа данных / под ред. В. П. Боровикова. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Горячая линия — Телеком, 2008. — 392 с.

112. Нечеткая логика: алгебраические основы и приложения : монография / С. Л. Блюмин, И. А. Шуйкова, П. В. Сараев, И. В. Черпаков. — Липецк : ЛЭГИ, 2002. — 113 с.

113. Немцов, В. Д. Стратегічний менеджмент : навч. посіб. / В. Д. Немцов, Л. Є. Довгань. — К. : Експрес-Поліграф, 2002. — 562 с.

114. Ніздельська, І. А. Вплив валютного регулювання на розвиток вітчизняної економіки / І. А. Ніздельська // Фінанси України. — 2010. — № 2. — С. 83 – 88.

115. Оберемчук, В. Ф. Конкуренція: поняття, аналіз, стратегія / В. Ф. Оберемчук // Стратегія економічного розвитку України. — К. : КНЕУ, 2001. — Вип. 5. — С. 211 – 217.

116. Отенко, И. П. Механизм управления потенциалом предприятия : науч. изд. / И. П. Отенко, Л. М. Малярець. — Х. : ХГЭУ, 2003. — 220 с.

117. Паламарчук, Г. М. Конкурентна політика в перехідній економіці / Г. М. Паламарчук // Актуальні проблеми економіки. — 2001. — № 3–4. — С. 20.

118. Панченко, О. М. Фактори конкурентоспроможності металургійної галузі України / О. М. Панченко, О. Г. Лищенко // Вісн. Запоріз. нац. ун-ту. — 2010. — № 1 (5). — С. 164 – 172.

119. Паршина, О. А. Управління конкурентоспроможністю машинобудівної продукції : монографія / О. А. Паршина. — Дп. : Нац. гірничий ун-т, 2008. — 280 с.

120. Паценко, О. Ю. Валютний курс в Україні: прогнозування динаміки / О. Ю. Паценко // Актуальні проблеми міжнародних відносин: зб. наук. пр. Ін-ту міжнар. відносин Київськ. нац. ун-ту ім. Т. Шевченка. — 2000. — Вип. 24. — С. 183 – 194.

121. Педро, М. Международные экономические, валютные и финансовые отношения / пер. с фр. под ред. Н. С. Бабинцевой. — М. : Прогресс, 1994. — 284 с.

122. Пегат, А. Нечеткое моделирование и управление: пер. с англ. / А. Пегат. — М. : БИНОМ. Лаборатория знаний, 2011. — 798 с.

123. Педченко, Н. С. Деякі аспекти конкуренції та конкурентоспроможності в регіональній економіці / Н. С. Педченко // Регіональні перспективи. — 2000. — № 4 (11). — С. 48.

124. Педченко, Н. С. Фінансовий моніторинг конкурентного



потенціалу виробничих підприємств / Н. С. Педченко // Регіональні перспективи. — 2001. — № 4 (17). — С. 77.

125. Печенкин, А. Об оценке конкурентоспособности товаров и производителей / А. Печенкин, В. Фомин // Маркетинг. — 2000. — № 2. — С. 27.

126. Піддубний, І. Теорія конкурентоспроможності: сучасний стан і предметно-методологічні аспекти розвитку / І. Піддубний // Економіка України. — 2007. — № 8. — С. 52 – 60.

127. Плюта, В. Сравнительный многомерный анализ в экономических исследованиях: методы таксономии и факторного анализа / В. Плюта; пер. с пол. В. В. Иванова ; науч. ред. В. М. Жуковской. — М. : Статистика, 1980. — 151 с.

128. Погасій, С. С. Прогнозування динаміки валютного курсу на основі нелінійних моделей : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.03 / Погасій Сергій Сергійович; Наук.-дослід. центр індустріальних проблем розвитку НАН України — Х., 2008. — 19 с.

129. Позняк, С. В. Конкурентні переваги і конкурентоспроможність / С. В. Позняк // Актуальні проблеми економіки. — 2002. — № 1. — С. 50 – 54.

130. Политическая экономия : словарь. — М. : Политиздат, 1983. — 188 с.

131. Пономаренко, В. С. Стратегія розвитку підприємства в умовах кризи / В. С. Пономаренко, О. М. Тридід, М. О. Кизим. — Х. : ІНЖЕК, 2003. — 328 с.

132. Попов, Е. В. Рыночный потенциал предприятия / Е. В. Попов. — М. : Экономика, 2002. — 559 с.

133. Попов, С. А. Стратегический менеджмент / С. А. Попов. — М. : Дело, 2003. — 352 с.

134. Портер, М. Е. Стратегія конкуренції / М. Е. Портер. — К. : Основи, 1998. — 356 с.

135. Портер, М. Конкуренция / М. Портер. — М. : Вильямс, 2005. — 608 с.

136. Пуцентейло, П. Р. Конкуренція як економічна категорія / П. Р. Пуцентейло // Економіка АПК. — 2007. — № 4. — С. 122–126.

137. Радєва, М. М., Комплексне оцінювання конкурентоспроможності підприємства / М. М. Радєва, П. М. Маслов // Держава та регіони. — 2004. — № 3. — С. 176 – 180.

138. Рожков, В. О. Формування системи управління конкурентоспроможністю металургійних підприємств в ринкових умовах: дис. ... канд. екон. наук: 08.00.04 / Рожков Володимир Олександрович. — Запоріжжя, 2010. — 184 с.

139. Романко, О. П. Чинники формування конкурентоспроможності машинобудівного підприємства / О. П. Романко // Актуальні проблеми економіки. — 2009. — № 3 (93). — С. 113 – 125.

140. Рыночная экономика / под общ. ред. Г. Кипермана. — М. : Республика, 1993. — С. 157–158.
141. Савченко, В. Курсова стабільність: переваги, зміст, поняття / В. Савченко, М. Демченко // Економіст. — 2010. — № 9. — С. 12 – 16.
142. Сереніс, Д. Вплив нестабільного валютного курсу на величину експортних постановок: дані стосовно чотирьох європейських країн / Д. Сереніс // Європейська економіка. — 2010. — № 3. — С. 335 – 341.
143. Сергієнко, О. А. Інструментарій дослідження оцінки та аналізу рівня конкурентної позиції підприємств / О. А. Сергієнко, М. С. Татар // Проблеми економіки. — 2011. — № 3. — С. 90 – 94.
144. Сергієнко, О. А. Просторово-динамічна оцінка та аналіз індикаторів конкурентоспроможності підприємств / О. А. Сергієнко, М. С. Татар // Бізнес Інформ. — 2012. — № 4. — С. 41 – 46.
145. Сергієнко, О. А. Моделі прогнозування валютних курсів в системі управління конкурентоспроможністю підприємств / О. А. Сергієнко, М. С. Татар // Проблеми економіки. — 2013. — № 2. — С. 268 – 278.
146. Смит, А. Исследование о природе и причинах богатства народов / А. Смит. — М. : Соцэкгиз, 1962. — 432 с.
147. Соколенко, С. Проблеми: перспективи посилення конкурентоспроможності економіки України на основі кластерів / С. Соколенко // Економіст. — 2008. — № 10. — С. 31 – 35.
148. Спиридонов, И. А. Мировая экономика : учеб. пособие / И. А. Спиридонов. — М. : ИНФРА-М, 1998. — 255 с.
149. Струнін, П. А. Конкуренція та її дефініції / П. А. Струнін // Вісн. Східноукр. нац. ун-ту ім. В. Даля. — 2008. — № 4 (122). — С. 194 – 201.
150. Супіханов, Б. К. Підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарського виробництва в умовах підготовки вступу до СОТ / Б. К. Супіханов // Економіка АПК. — 2007. — № 5. — С. 44 – 49.
151. Тараненко, І. В. Вплив реального обмінного курсу на платіжний баланс та експортну конкурентоспроможність України / І. В. Тараненко // Наук. вісн. нац. ун-ту податк. служби. — 2010. — № 1. — С. 56 – 67.
152. Татар, М. С. Деякі підходи до визначення чинників, які впливають на формування валютного курсу / М. С. Татар // Економіст. — 2011. — № 7. — С. 48 – 54.
153. Татар, М. С. Особливості концептуального визначення категорій конкуренції та конкурентоспроможності / М. С. Татар // Економіка та держава. — 2012. — № 1. — С. 61 – 65.
154. Татар, М. С. Економіко-математичне моделювання системної діагностики конкурентоспроможності підприємств / М. С. Татар // Актуальні проблеми економіки. — 2012. — № 5 (131). — С. 305 – 313.
155. Тищенко, А. Н. Стратегическое управление развитием предприятия / А. Н. Тищенко, О. С. Головкин. — Харьков : ЭДЕНА, 2003. — 198 с.
156. Тридід, О. М. Стратегія розвитку підприємства в умовах кризи :

автореф. дис. ... д-ра екон. наук : 08.06.01 / Тридід Олександр Миколайович; Донец. нац. ун-т. — Донецьк, 2004. — 323 с.

157. Унковська, Т. Є. Моделювання впливу змін обмінного курсу національної валюти на підприємства експортного, імпортного та внутрішнього секторів економіки / Т. Є. Унковська // Вісн. НБУ. — № 6. — 2005. — С. 12 – 18.

158. Управління конкурентоспроможністю підприємства : навч. посіб. / С. М. Клименко, Т. В. Омеляненко, Д. О. Барабась та ін. — К. : КНЕУ, 2008. — 520 с.

159. Фасхиев, Х. А. Как измерить конкурентоспособность предприятия? / Х. А. Фасхиев // Маркетинг в России и за рубежом. — 2003. — № 4 (36). — С. 53 – 69.

160. Фатхутдинов, Р. А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление / Р. А. Фатхутдинов. — М. : ИНФРА-М, 2000. — 351 с.

161. Федонін, О. С. Потенціал підприємства: формування та оцінка / О. С. Федонін, І. М. Рєпіна, О. І. Олексій. — К. : КНЕУ, 2003. — 316 с.

162. Федотов, Н. К. Оценка, прогноз и управление валютными рисками / Н. К. Федотов // Олимпбизнес. — 2010. — № 18. — С. 28 – 30.

163. Халафян, А. А. STATISTICA 6.0. Статистический анализ данных : учебник / А. А. Халафян. — 3-е изд. — М. : ООО «Бином-Пресс», 2007. — 512 с.

164. Ходаківська, В. П. Ринок фінансових послуг / В. П. Ходаківська, О. Д. Данілов. — Ірпінь : Академія ДПС України, 2001. — С. 251 – 252.

165. Холопов, А. Валютный курс как инструмент макроэкономического регулирования / А. Холопов // МЭ и МО. — 2004. — № 12. — С. 25 – 33.

166. Хруцкий, В. Е. Современный маркетинг : настольная книга по исследованию рынка / В. Е. Хруцкий, И. В. Корнеева. — М. : Финансы и статистика, 2002. — 400 с.

167. Царев, В. В. Оценка конкурентоспособности предприятий (организаций). Теория и методология / В. В. Царев, А. А. Кантарович, В. В. Черныш. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2008. — 295 с.

168. Целикова, Л. В. Конкурентоспособность субъектов рынка и механизм ее оценки / Л. В. Целикова // Вестн. Моск. ун-та. — 2000. — № 2. — С. 57 – 67.

169. Чевганова, В. Я. Використання потенціалу будівельних підприємств (підхід до визначення категорії) / В. Я. Чевганова, Ю. В. Карпенко // Регіональні перспективи. — 2001. — № 5–6 (18–19). — С. 226 – 227.

170. Черваньов, Д. М. Конкурентоздатність та менеджмент підприємств / Д. М. Черваньов, Л. Назанова // Теоретичні та прикладні питання економіки: зб. наук. пр.; за заг. ред. проф. Ю. І. Єханурова, А. В. Шегди. — Вип. 12. — К. : Вид.-полігр. центр "Київський університет",

2007. — С. 418 – 425.

171. Чікіна, Ю. В. Конкурентні механізми глобалізації світової економіки: дис. ... канд. екон. наук: 08.01.01 / Чікіна Юлія Володимирівна. — Харків, 2005. — 185 с.

172. Чубай, В. М. Факторна модель оцінювання конкурентоспроможності машинобудівних підприємств / В. М. Чубай // Актуальні проблеми економіки. — 2009. — № 6 (96). — С. 156–163.

173. Чубай, В. М. Формування та реалізація інноваційної стратегії машинобудівного підприємства: дис. ... канд. екон. наук: 08.00.04 / Чубай Володимир Миколайович. — Львів, 2007. — 192 с.

174. Шевченко, Л. С. Конкурентное управление : учеб. пособие / Л. С. Шевченко. — Х. : Эспада, 2004. — 520 с.

175. Шинкаренко, В. Г. Управление конкурентоспособностью предприятия / В. Г. Шинкаренко, А. С. Бондаренко. — Харьков : Изд-во ХНАДУ, 2003. — 186 с.

176. Шипуліна, В. О. Дослідження формування рівня конкурентоспроможності підприємства за умов мінливої кон'юнктури ринку / В. О. Шипуліна // Вісн. Хмельн. нац. ун-ту. Сер. Екон. науки. — 2010. — № 4 (Т. 2). — С. 234–242.

177. Шкварчук, Л. О. Ціноутворення : навч. посіб. / Л. О. Шкварчук. — К. : А. С. К., 2005. — 640 с.

178. Шпанко, А. Про сутність поняття "стратегічна конкурентоспроможність" / А. Шпанко // Економіка України. — 2007. — № 6. — С. 45 – 49.

179. Эконометрика : учебник / под. ред. И. И. Елисеевой. — М. : Проспект, 2009. — 288 с.

180. Эконометрика : учебник / И. И. Елисеева, С. В. Курышева, Т. В. Костеева и др.; под. ред. И. И. Елисеевой. — М. : Финансы и статистика, 2005. — 576 с.

181. Экономическая энциклопедия. Политическая экономия: в 4 т. / под ред. А. М. Румянцева. — М. : Сов. энциклопедия, 1972–1980. — Т. 3. — 1979. — 624 с.

182. Юданов, А. Ю. Конкуренция: теория и практика / А. Ю. Юданов. — М. : Гном-пресс, 2000. — 195 с.

183. Юрьева, Т. В. Конкурентная политика организации в условиях кризиса / Т. В. Юрьева, А. В. Волжанин, Чжан Цин. — М. : Проспект, 2010. — 144 с.

184. Ющенко, В. А. Управління валютними ризиками : навч. посіб. / В. А. Ющенко. — К. : Т-во "Знання", КОО, 1998. — 444 с.

185. Baltagi Badi, H. Econometric analysis of panel data / H. Baltagi Badi. — New York : John Wiley&Sons Inc., 1995. — 253 p.

186. Granger, C. W. Some Resent Developments in a Concept of Causality // Journal of Econometrics, 1988. — № 39.

## Додаток А

### ВИЗНАЧЕННЯ ОСНОВНИХ КАТЕГОРІЙ КОНКУРЕНЦІЇ

Визначення	Джерело
<b>Конкурентоспроможність підприємства</b>	
Конкурентоспроможність – здатність забезпечити кращу позицію порівняно з підприємством-конкурентом	Б. Карлофф [66, с. 58]
Конкурентоспроможність – це здатність конкретного предмета витримати конкуренцію (потенційну і/або реальну)	Е. А. Горбашко [34, с.15]
Конкурентоспроможність – властивість об'єкта, що характеризує ступінь реального або потенційного задоволення ним конкретної потреби порівняно з аналогічними об'єктами, представленими на конкретному ринку	Р. А. Фатхутдінов [160, с. 187]
Конкурентоспроможність – це сукупність переваг і здатності суб'єкта порівняно з йому подібними в боротьбі за досягнення мети, характерної для них, в умовах дії законів певного навколишнього середовища (системи)	А. Г. Дементьєва [69, с. 65]
Конкурентоспроможність – синтез якості й можливості успішної реалізації продукції на конкурентному вітчизняному або міжнародному ринку у певний момент часу за рахунок досягнення конкурентних переваг	Т. В. Гринько [69, с. 52]
Конкурентність (конкурентоспроможність) – відносна здатність не тільки підприємства, але й сектора народного господарства, порівняно з іншими суб'єктами економічних відносин до виробництва сучасних, технологічно інтенсивних товарів, вирішення нових технічних проблем, досягнення доходів (що постійно зростають) при високому рівні зайнятості й відносно високому рівні заробітної плати	Б. Шлюсарчик [176, с. 22]
Конкурентоспроможність є результатом створення підтримки протягом тривалого періоду часу й сукупного оцінювання конкурентних переваг	Н. А. Дробітько
<b>Конкурентний потенціал</b>	
Конкурентний потенціал – реальна і потенційна здатність компанії розробляти, виготовляти, збувати й обслуговувати в конкретних сегментах ринку конкурентні вироби	Х. А. Фасхiev [159, с. 53]
Конкурентний потенціал – сукупність виробничо-фінансових, інтелектуальних і трудових можливостей підприємства, які забезпечують йому стійкі конкурентні позиції на ринку	А. Е. Воронкова [25, с. 105]
Конкурентний потенціал – комплекс можливостей і ресурсів підприємств, що забезпечує отримання конкурентних переваг на ринку і досягнення поставлених стратегічних конкурентних цілей	В. В. Лисевич [88, с. 24]
Конкурентний потенціал – потенційна можливість зберігати й нарощувати конкурентоспроможність у довгостроковому періоді	П. В. Забелін [55, с. 26]
Конкурентний потенціал – процес формування генерального перспективного напрямку розвитку на основі визначення якісно нових цілей, узгодження внутрішніх можливостей підприємства з умовами зовнішнього середовища, які забезпечують їх досягнення, оцінювання перспективних можливостей щодо зростання ефективності функціонування й зміцнення конкурентоспроможності	Н. С. Педченко [123, с. 77]

Визначення	Джерело
<b>Конкурентна перевага</b>	
Конкурентна перевага – це те, на що націлено всі стратегії у сфері бізнесу. Конкурентні переваги формуються багаточисленними факторами: ефективним виробництвом, патентами, рекламою, грамотним менеджментом	Б. Карлофф [66, с. 59]
Конкурентна перевага – ексклюзивна цінність, яку має система, що дає їй переваги над конкурентами	А. П. Градов [35, с. 45]
Конкурентна перевага – характеристики, що створюють для організації, яка виробляє і (або) реалізує певний продукт, певні переваги над її конкурентами	С. А. Попов [133, с. 250]
Конкурентні переваги – сильні сторони підприємства, що забезпечують перевагу над конкурентами і є дуже важливими для цільового ринку	Л. В. Балабанова [12, с. 257]
Конкурентні переваги – характеристики товарів (споживчі властивості), специфічні умови виробництва й продажу, додаткові послуги, які відрізняють діяльність фірми й створюють її переваги над прямими конкурентами	Л. С. Шевченко [174, с. 89]
Конкурентна перевага – перевага, що забезпечує доходи, які перевищують середньогалузевий рівень і сприяють завоюванню міцних позицій на ринку	В. Ф. Оберемчук [115, с. 116]
Конкурентна перевага – це будь-яка ексклюзивна цінність, яку має підприємство, що забезпечує йому першість серед конкурентів	В. В. Лисевич [88, с. 16]
Конкурентна перевага – система унікальних факторів, притаманних підприємству, які вирізняють його від конкурентів і сприяють веденню успішної конкурентної боротьби	О. М. Тищенко, О. С. Головка [155, с. 23]
Конкурентна перевага – висока компетентність підприємства порівняно зі своїми конкурентами, що ґрунтується на досягнутому рівні конкурентного статусу, достатності й ефективності використання конкурентного потенціалу	В. Г. Шинкаренко, Г. С. Бондаренко [175, с. 14]
Конкурентна перевага – здатність краще своїх суперників переборювати сили конкуренції й виконувати роботи із залучення покупців	М. І. Книш [72, с. 114]
<b>Конкурентний статус</b>	
Конкурентний статус – позиція фірми в конкуренції. Це своєрідний вимірник становища фірми на ринку	І. Ансофф [9, с. 94]
Конкурентний статус – передумови досягнення підприємством того чи іншого рівня конкурентних переваг	А. П. Градов [36, с. 126]
Конкурентний статус – комплексна порівняльна характеристика стосовно конкурентів, що відбиває його внутрішній потенціал, позицію в конкретних сегментах ринку і здатність утримувати її під впливом дестабілізуювальних факторів зовнішнього середовища	О. М. Тридід [156, с. 163]
Конкурентний статус – показник, що відображає конкурентні позиції підприємства	Н. А. Дробітько
Конкурентний статус – характеристика передумов досягнення фірмою того чи іншого рівня конкурентної переваги	В. Ф. Оберемчук [115, с. 214]
Конкурентний статус – напрямок поведінки підприємства на ринку з урахуванням умов зовнішнього середовища й вірогідного характеру їх зміни, оцінки конкурентоспроможності й стратегічних конкурентних переваг	Н. С. Педченко [123, с. 77]

Додаток Б

## ОСНОВНІ МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Автор	Формула для розрахунку	Переваги й недоліки методу
<p>І. П. Голофаєва [32]</p>	<p>Формула для розрахунку</p> $K_i = K_{\text{пр}1} \cdot a + P_{\text{ак}1} \cdot b + C_{\text{в}1} \cdot c,$ <p>де <math>K_{\text{пр}1}</math> – конкурентоспроможність продукції; <math>P_{\text{ак}1}</math> – ринкова активність підприємства; <math>C_{\text{в}1}</math> – власні можливості підприємства (наявність і використання ресурсів підприємства та ступінь його залежності від зовнішніх джерел фінансування); <math>i</math> – підприємства, які аналізуються; <math>a, b, c</math> – коефіцієнти важливості конкурентоспроможності продукції, ринкової активності й власних можливостей підприємства</p>	<p>Для оцінювання ринкової активності підприємства пропонується використовувати показники обсягу реалізації продукції й прибутку, для оцінювання власних можливостей підприємства – показник його залежності від зовнішніх джерел фінансування. Однак запропоновані групи показників будуть дублюватися, оскільки як у першому, так і в другому варіантах оцінюється фінансовий стан підприємства. Крім того, проблематично визначити оптимальні значення коефіцієнтів <math>a, b, c</math> так, щоб розрахований показник <math>K_i</math> відповідав дійсності</p>
<p>В. С. Пономаренко, О. М. Тридід, М. О. Кизим [156]</p>	$M_{KS} = (FS, TP, KI),$ <p>де <math>FS</math> – оцінка фінансового стану підприємства; <math>TP</math> – оцінка технічного рівня виробництва підприємства; <math>KP</math> – оцінка конкурентоспроможності продукції підприємства</p>	<p>Цей метод розроблено спеціально для виробників тракторної та іншої сільськогосподарської техніки, тому без додаткової адаптації його використання для інших підприємств є проблематичним</p>
<p>С. М. Клименко, Т. В. Омеляненко, Д. О. Барабась [158]</p>	$K_i = RaK_{\text{вир}} b D c,$ <p>де <math>R</math> – рейтингова оцінка фінансового стану підприємства; <math>K_{\text{вир}}</math> – конкурентоспроможність продукції підприємства; <math>D</math> – величина частки ринку підприємства; <math>a, b, c</math> – коефіцієнти важливості відповідних показників</p>	<p>Слід зауважити, що конкурентоспроможним може бути як мале, так і велике підприємство. Іншими словами, за часткою ринку, яку займає підприємство, не можна порівнювати підприємства, які орієнтуються на масового споживача, з тими, які орієнтуються на певні сегменти ринку</p>

Продовження дод. Б

Автор	Формула для розрахунку	Переваги й недоліки методу
<p>А. А. Воронов [27]</p>	$J_{\text{підпр}} = \frac{\sum_{i=1}^m J_{i/1} + \sum_{i=1}^m J_{i/2} + \dots + \sum_{i=1}^m J_{i/m}}{m} + \frac{\sum_{j=1}^n J_{j/1} + \sum_{j=1}^n J_{j/2} + \dots + \sum_{j=1}^n J_{j/n}}{n} + \frac{R}{P},$ <p>де <math>J_{j/1}</math> – конкурентоспроможність <math>i</math>-ї продукції підприємства відносно продукції першого конкурента; <math>m</math> – кількість конкурентів за <math>i</math>-ю продукцією; <math>J_{j/1}</math> – конкурентоспроможність <math>j</math>-ї продукції підприємства відносно продукції першого конкурента; <math>n</math> – кількість конкурентів за <math>j</math>-ю продукцією; <math>k</math> – кількість видів продукції; <math>r</math> – кількість конкурентів за <math>k</math>-ю продукцією; <math>R</math> – загальна кількість конкурентів</p>	<p>Автор методики вважає, що конкурентоспроможність товару і конкурентоспроможність підприємства є одним і тим самим, з чим важко погодитися. Конкурентоспроможність продукції – це обов'язкова складова конкурентоспроможності підприємства, але недостатня. При визначенні конкурентоспроможності підприємства слід також ураховувати його потенційні можливості</p>
<p>Р. А. Фатхутдінов [160]</p>	$K = \sum_{i=1}^n a_i b_j K_{ij},$ <p>де <math>a_i</math> – частка реалізації <math>i</math>-го товару підприємства в загальному обсязі реалізованих ним товарів за певний період; <math>b_j</math> – показник значущості ринку, на якому реалізується товар підприємства; <math>K_{ij}</math> – показник конкурентоспроможності <math>i</math>-го товару підприємства на <math>j</math>-му ринку</p>	<p>Недоліком цього методу є те, що конкурентоспроможність підприємства залежить від обсягу реалізації, місця продажу й конкурентоспроможності продукції. Однак цих показників недостатньо, щоб об'єктивно оцінити рівень конкурентоспроможності підприємства</p>
<p>В. Д. Немцов, Л. Є. Довгань [113]</p>	$K_{\text{П}} = 0,15EO + 0,29\Phi O + 0,23E3 + 0,33KT,$ <p>де <math>EO</math> – критерій ефективності виробничої діяльності підприємства; <math>\Phi O</math> – критерій фінансового стану підприємства; <math>E3</math> – критерій ефективності організації збуту й просування товару; <math>KT</math> – критерій конкурентоспроможності товару; <math>0,15</math>; <math>0,29</math>; <math>0,23</math>; <math>0,33</math> – коефіцієнти вагомості критеріїв, визначені експертним методом</p>	<p>Перш за все, основою цього методу є експертні оцінки коефіцієнтів вагомості кожного критерію, що в разі неправильного їх визначення призведе до суттєвого викривлення кінцевого результату розрахунків. Крім того, не доведено, що наведені у формулі критерії необхідно сумувати</p>



Продовження дод. Б

Автор	Формула для розрахунку	Переваги й недоліки методу
Д. А. Мільгром	$Q = f ( P_e^N P_T^m P^x_{екол} P^y_{соц} P^z_{юр} )^{1/(N+m+x+y+z)}$ <p>де <math>P_j</math> – показник конкурентоспроможності підприємства на основі норми споживчої вартості за <math>j</math>-м блоком значущих якостей;  <math>N, m, x, y, z</math> – коефіцієнти вагомості</p>	<p>Метод оцінювання конкурентоспроможності підприємства на основі норми споживчої вартості ґрунтується на оцінюванні сукупності маркетингових, управлінських та організаційних рішень фірми. Це дає можливість точно визначити реальні потреби потенційних покупців і достатній рівень ефективності підприємства щодо їх задоволення. Недолік цього методу полягає у відсутності об'єктивного визначення показників конкурентоспроможності, що обумовлено необхідністю їх експертного оцінювання. Крім того, не визначено методику встановлення розміру коефіцієнта вагомості</p>
І. О. Оберемчук	$K_{II} = \sqrt[8]{0,22\Pi_1 \times 0,14\Pi_2 \times 0,10\Pi_3 \times 0,19\Pi_4 \times 0,14\Pi_5 \times 0,07\Pi_6 \times 0,04\Pi_7 \times 0,10\Pi_8}$ <p>де <math>\Pi_1</math> – конкурентоспроможність продукції; <math>\Pi_2</math> – фінансовий стан підприємства; <math>\Pi_3</math> – ефективність збуту і просування товарів; <math>\Pi_4</math> – ефективність виробництва; <math>\Pi_5</math> – конкурентний потенціал; <math>\Pi_6</math> – екологічність виробництва; <math>\Pi_7</math> – соціальна ефективність; <math>\Pi_8</math> – імідж підприємства</p>	<p>Недоліком цього методу є одночасне використання показників, які характеризують конкурентоспроможність, і показників, які є похідними від них, що призводить до викривлення кінцевого результату. Метод також містить деяку неточність, пов'язану з використанням коефіцієнтів вагомості, оскільки при зміні значень будь-якої з складових конкурентоспроможності остання буде змінюватися пропорційно кореню восьмого ступеня цієї складової. А, отже, зміна будь-якої з складових конкурентоспроможності на певну величину приведе до однакової зміни конкурентоспроможності</p>

## Закінчення дод. Б

Автор	Формула для розрахунку	Переваги й недоліки методу
<p>А. Печенкін, В. Фомін [125]</p>	$B_0 = 1 / \left\{ 1 + \sum_{i=1}^N (1 - B_{0i}) / B_{0i} \right\}, \quad B_j = 1 / \left\{ 1 + \sum_{i=1}^N (1 - B_{ij}) / B_{ij} \right\}.$ <p>Рівень конкурентоспроможності підприємства можна оцінити як імовірність <math>B_{0i}</math> того, що на певному ринку споживач, купуючи товар, надасть перевагу саме товару цього підприємства, а не товару конкурента. Ймовірність <math>B_{0i}</math> – це перевага одного товару над іншим. Таку оцінку можна одержати за допомогою експертних методів. Отримані значення <math>B_{0i}</math> дають змогу визначити очікувану частку продажів на ринку товарів (<math>B_0</math>) та їхніх аналогів (<math>B_i</math>)</p>	<p>Оцінювання конкурентоспроможності підприємства за цим методом базується на визначенні позиції товару на ринку. Переваги методу: ураховується вплив різних факторів зовнішнього середовища і є можливість визначити позицію товару на ринку. Недоліком методу слід вважати те, що його основою є експертні оцінки</p>
<p>А. С. Шальмінова</p>	$K = \sqrt{(\alpha_1 + \alpha_2 + \alpha_3 + \alpha_4 + \alpha_5)} e_1^{\alpha_1} \cdot e_2^{\alpha_2} \cdot e_3^{\alpha_3} \cdot e_4^{\alpha_4} \cdot e_5^{\alpha_5},$ <p>де <math>\alpha_1, \alpha_2, \alpha_3, \alpha_4, \alpha_5</math> – коефіцієнти вагомості показників ефективності; <math>e_1, e_2, e_3, e_4, e_5</math> – показники ефективності діяльності підприємства</p>	<p>Оцінювання конкурентоспроможності підприємства згідно з цією методикою є досить суб'єктивним процесом, оскільки інтегральний показник розраховується з використанням коефіцієнта вагомості, який визначається експертом. Результати оцінювання залежать від кваліфікації експерта</p>
<p>Л. В. Целікова [168, с. 57–67]</p>	$R_{ij} = \sqrt{A_1^2 + A_2^2 + A_3^2 + \dots + A_{ij}^2},$ <p>де <math>R_{ij}</math> – рівень конкурентоспроможності продукції досліджуваного суб'єкта ринку та конкурентів; <math>A_1, A_2, A_3</math> – одиничні показники оцінювання конкурентоспроможності продукції. Показники поділено на такі групи: показники ліквідності й платоспроможності; показники ринкової стійкості; показники рентабельності результатів фінансово-господарської діяльності; показники рентабельності використання організаційно-управлінського потенціалу; показники комерційної активності; показники конкурентоспроможності товару; показники якості торгового обслуговування; імідж системи</p>	<p>За цим методом найбільш конкурентоспроможним є той суб'єкт ринку, сумарний результат всіх показників якого є вищим, ніж конкурентів. Одержаний результат співвідноситься з еталонним значенням або результатом конкурента. Отримане значення має знаходитися в інтервалі від 0 до 1. Розраховані за такою методикою інтегральні показники переводяться на якісний рівень, що є зручним, оскільки достатньо було б їх порівняти із показниками конкурентів</p>

Додаток В

## ПОГЛЯДИ ДОСЛІДНИКІВ НА ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

№ п/п	Дослідники	Чинники формування конкурентоспроможності підприємства	Власний коментар
1	Р. А. Фатхутдінов [160]	<p>Зовнішні (впливають на мезоекономічному рівні):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- використання доступних і дешевих ресурсів;</li> <li>- прозорість ринку;</li> <li>- система підготовки кадрів;</li> <li>- рівень інтеграції всередині країни;</li> <li>- низькі процентні ставки;</li> <li>- якісне правове регулювання;</li> <li>- сприяння місцевих органів;</li> <li>- гармонізація системи сертифікації.</li> </ul> <p>Внутрішні (впливають на галузевому рівні):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- попит на товар галузі;</li> <li>- оптимальний рівень уніфікації й стандартизації продукції;</li> <li>- експорт наукомісткої продукції;</li> <li>- наявність конкурентоспроможного персоналу в галузі;</li> <li>- оптимальний рівень галузевої концентрації;</li> <li>- наявність конкурентоспроможних постачальників;</li> <li>- оптимізація ефективності використання ресурсів;</li> <li>- наявність радикальних нововведень;</li> <li>- великий обсяг конкурентоспроможних підприємств у галузі;</li> <li>- сертифікація та ексклюзивність продукції</li> </ul>	Немає чіткого поділу чинників на внутрішні й зовнішні, унаслідок чого виникає плутанина, яка заважає чітко зрозуміти, які саме чинники залежать від діяльності суб'єкта господарювання, які від його контрагентів, а які формуються на макроекономічному рівні
2	М. М. Радева, П. М. Маслов [137]	<p>Зовнішні:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- географічні межі ринку;</li> <li>- місткість ринку;</li> <li>- конкуренти.</li> </ul> <p>Внутрішні:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- використання засобів виробництва;</li> <li>- застосування предметів праці;</li> <li>- використання трудових ресурсів;</li> <li>- використання фінансових ресурсів</li> </ul>	Запропоновано надзвичайно обмежений склад зовнішніх чинників, серед яких не враховано вплив постачальників, законодавства тощо

№ п/п	Дослідники	Чинники формування конкурентоспроможності підприємства	Власний коментар
3	О. Є. Кузьмін, Н. І. Горбаль [85]	<p>Зовнішні:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- рівень конкурентоспроможності країни;</li> <li>- рівень конкурентоспроможності галузі й регіону;</li> <li>- державна підтримка малого й середнього бізнесу у країні та регіонах;</li> <li>- правове регулювання функціонування економіки країни та регіонів;</li> <li>- відкритість суспільства й ринків;</li> <li>- науковий рівень управління економікою країни, галузі, регіону;</li> <li>- національна система стандартизації та сертифікації;</li> <li>- державна підтримка розвитку людини;</li> <li>- державна підтримка науки й інноваційної діяльності;</li> <li>- якість інформаційного забезпечення управління на всіх рівнях ієрархії;</li> <li>- рівень інтеграції всередині країни і в межах світового господарства;</li> <li>- податкові ставки у країні та регіонах;</li> <li>- відсоткові ставки у країні та регіонах;</li> <li>- наявність доступних і дешевих природних ресурсів;</li> <li>- система підготовки й перепідготовки управлінських кадрів;</li> <li>- кліматичні умови і географічне розташування країни та регіонів;</li> <li>- рівень конкуренції в усіх сферах діяльності в країні.</li> </ul> <p>Внутрішні:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- структурні (виробнича структура організації; місія організації; організаційна структура; спеціалізація і концентрація виробництва);</li> <li>- рівень уніфікації та стандартизації продукції і складових частин; облік і регулювання виробничих процесів; персонал; інформаційна й нормативно-методична база управління; сила конкуренції на вході в систему й виході із неї);</li> <li>- ресурсні (постачальники; доступ до якісної дешевої сировини й інших ресурсів за всіма стадіями життєвого циклу великих організацій; функціонально-вартісний аналіз продукції; оптимізація ефективності використання ресурсів);</li> <li>- технічні (патентований товар; патентована технологія; обладнання; якість виготовлення товару)</li> </ul>	<p>Перелік здебільшого складається з внутрішніх чинників, тоді як зовнішніх чинників наведено лише декілька. Спостерігається дублювання змісту чинників, виокремлених за однією ознакою, охоплення одним чинником інших чинників із переліку, зокрема, правове регулювання функціонування економіки й регіонів включає податкові ставки в країні та регіонах, національну систему стандартизації та сертифікації тощо. Існують деякі суперечності щодо включення тих чи інших внутрішніх чинників до запропонованих груп (наприклад, місію організації доцільно було б віднести не до структурних, а до управлінських чинників тощо). Крім цього, дискусійним є поділ чинників внутрішнього середовища. Так, неправильним є те, що до складу ринкових входять також чинники зовнішнього середовища підприємства, зокрема постачальники</p>

Продовження дод. В

№ п/п	Дослідники	Чинники формування конкурентоспроможності підприємства	Власний коментар
4	В. І. Крамаренко	<p>Чинники формування конкурентоспроможності підприємства</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- управлінські (менеджери; аналіз виконання законів організації; функціонування системи менеджменту; система управління якістю; здійснення внутрішньої й зовнішньої сертифікації продукції і систем);</li> <li>- ринкові (доступ до ринків необхідних ресурсів; доступ до ринку нових технологій; головні позиції на ринку товарів; ексклюзивність товарів організації; ексклюзивність каналів розподілу; ексклюзивність реклами товарів організації; ефективна система стимулювання збуту й післяпродажного обслуговування; прогнозування політики ціноутворення й ринкової інфраструктури);</li> <li>- ефективність функціонування організації (показники рентабельності, оборотності, фінансової стійкості; частка експорту наукомістких товарів)</li> </ul> <p>Зовнішні:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- законодавча база;</li> <li>- фінансово-кредитна й податкова політика;</li> <li>- тип і місткість ринку;</li> <li>- характеристики конкурентів;</li> <li>- особливості впливу громадських організацій і політичних партій;</li> <li>- ринкова інфраструктура;</li> <li>- природно-ресурсний потенціал країни;</li> <li>- соціальна ситуація.</li> </ul> <p>Внутрішні:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- характер і швидкість впровадження інновацій;</li> <li>- ефективність комунікацій;</li> <li>- трудовий потенціал;</li> <li>- мотивація персоналу;</li> <li>- організаційна структура підприємства;</li> <li>- ефективність технологій;</li> <li>- маркетингова діяльність;</li> <li>- фінансове забезпечення;</li> <li>- організаційна культура</li> </ul>	<p>Немає чіткого поділу зовнішніх чинників на чинники макrorівня (непрямої дії) і мезорівня (прямої дії).</p> <p>Дискусійним є підхід до виокремлення внутрішніх чинників. Наприклад, виділено чинник «мотивація персоналу», проте не розглянуто інші функції менеджменту: планування, організація тощо. Окрім цього, серед внутрішніх чинників не акцентовано увагу на конкурентоспроможності продукції підприємства</p>

Продовження Дод. В

№ п/п	Дослідники	Чинники формування конкурентоспроможності підприємства	Власний коментар
5	Д. М. Черваньов, Л. Названова [170]	<p>Чинники формування конкурентоспроможності підприємства</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- виробництво (вигідне місце розташування підприємства; високий ступінь використання виробничих потужностей; можливість виготовлення великої кількості моделей продукції різних розмірів; низька собівартість продукції; якість продукції; доступ до кваліфікованої робочої сили; висока продуктивність праці; можливість виконання замовлень споживачів);</li> <li>- персонал (особливий талант, ноу-хау у сфері контролю за якістю, компетентність в області дизайну; ступінь оволодіння певною технологією; здатність створювати ефективну рекламу; здатність швидко переводити нові товари зі стадії розроблення у промислове виробництво);</li> <li>- маркетинг (широка мережа оптових дистриб'ютерів; наявність власних точок роздрібно торгівлі; низькі витрати на реалізацію; швидка доставка; висока кваліфікація співробітників відділу реалізації; доступна для клієнтів система технічної допомоги при купівлі й використанні продукції; чітке виконання замовлень покупців; різноманітність моделей; мистецтво продажу; привабливий дизайн; гарантія для покупців);</li> <li>- організація (рівень інформаційних систем; здатність швидко реагувати на ринкову ситуацію; великий досвід і ноу-хау у сфері менеджменту);</li> <li>- НДДКР (якість наукових досліджень; можливість інновацій у виробничому процесі; можливість розроблення нових товарів; ступінь оволодіння існуючими технологіями);</li> <li>- інше (сприятливий імідж; загальні низькі витрати; вигідне розташування; доброзичливі й приємні в спілкуванні службовці; доступ на фінансові ринки; наявність патентів)</li> </ul>	<p>Акцентується увага лише на чинниках внутрішнього середовища (наприклад, не враховано значний перелік складових системи менеджменту підприємства). Дискусійним залишається віднесення тих чи інших чинників до ознак. Виділені чинники є більш загальними і не враховують особливостей формування конкурентоспроможності промислових підприємств</p>
6	О. Н. Бабій, Н. А. Бахвалова, А. Л. Садирьова [11]	<ul style="list-style-type: none"> <li>- імідж підприємства;</li> <li>- концепція продукту, на якій базується діяльність фірми;</li> <li>- якість товарів, їх відповідність світовому рівню;</li> <li>- рівень диверсифікованості виробничо-господарської діяльності, різноманітність номенклатури продуктів;</li> <li>- сумарна ринкова частка головних видів бізнесу</li> </ul>	<p>Немає ознаки поділу чинників конкурентоспроможності, перетинаються змістова характеристика, рівень впливу чинників, їх належність до середовища функціонування</p>

Закінчення Дод. В

№ п/п	Дослідники	Чинники формування конкурентоспроможності підприємства	Власний коментар
		<p>Чинники формування конкурентоспроможності підприємства</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- потужність науково-дослідної і конструкторської баз, яка характеризує можливість переналагодження на випуск нових продуктів (розмір бюджету; кількість співробітників; забезпечення предметами і засобами праці; ефективність розробок);</li> <li>- потужність виробничої бази, яка характеризує можливість переналагодження на випуск нових продуктів і нарощення обсягів випуску освоєних продуктів (кількість зайнятих; оснащеність основними фондами, їх рівень і ефективність використання; структура витрат, у тому числі використання чинника економії залежно від обсягу й освоєння випуску);</li> <li>- фінанси;</li> <li>- ринкова ціна продукції з урахуванням можливих знижок або націнок;</li> <li>- чистота й глибина проведених маркетингових досліджень, їхній бюджет;</li> <li>- передпродажна підготовка;</li> <li>- ефективність збуту з огляду на канали товарообігу;</li> <li>- рівень стимулювання збуту;</li> <li>- рівень рекламної діяльності;</li> <li>- рівень обслуговування після продажу;</li> <li>- політика фірми у зовнішньому підприємницькому середовищі</li> </ul>	<p>Окрім цього, спостерігається дублювання маркетингових чинників, які явно переважають серед запропонованих чинників</p>
7	Н. Грицишин [38]	<p>Макроекономічні:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- кількість і якість чинників виробництва;</li> <li>- обсяг поточних інвестицій;</li> <li>- процентні ставки;</li> <li>- вартість капіталу;</li> <li>- валютний курс;</li> <li>- особливості механізмів державного регулювання;</li> <li>- умови конкуренції.</li> </ul> <p>Мікроекономічні:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- які впливають на витрати виробництва;</li> <li>- які визначають властивості продукції (дизайн і надійність)</li> </ul>	<p>У наведеній класифікації немає чіткого розмежування чинників зовнішнього середовища прямої дії (споживачі, постачальники, конкуренти тощо) і непрямої дії, що може завадити суб'єктам господарювання в прийнятті рішень стосовно можливого впливу на зовнішнє середовище</p>

Навчальне видання

**Татар Марина Сергіївна**

**ВПЛИВ ЧИННИКІВ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА  
НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ**

Редактор А. М. Ємленінова

Зв. план, 2015

Підписано до друку 25.12.2015

Формат 60×84 1/16. Папір офс. № 2. Офс. друк

Ум. друк. арк. 4,4. Обл.-вид. арк. 5. Наклад 100 пр.

Замовлення 359. Ціна вільна

---

Видавець і виготовлювач

Національний аерокосмічний університет ім. М. Є. Жуковського

«Харківський авіаційний інститут»

61070, Харків-70, вул. Чкалова, 17

<http://www.khai.edu>

61070, Харків-70, вул. Чкалова, 17

[izdat@khai.edu](mailto:izdat@khai.edu)

Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи  
до Державного реєстру видавців, виготовлювачів і розповсюджувачів  
видавничої продукції сер. ДК № 391 від 30.03.2001