

економіці. / Т.М. Гродецька // Проблеми економіки. – 2007. – №44. – С.49.

3.Згуровський М. З. Сталий розвиток регіонів України [Електронний ресурс] / М. З. Згуровський. – К.: НТУУ «КПІ», 2009. – 197 с. - Режим доступу: <[http://activity.wdc.org.ua/ukraine/Isd\\_ukr-2400dpi-10.pdf](http://activity.wdc.org.ua/ukraine/Isd_ukr-2400dpi-10.pdf)>.

4.Деякі питання продовольчої безпеки: Постанова Кабінету Міністрів України від 5 грудня

2007 р. №1379 // Офіційний вісник України. – 2007. – №93. – С.48

5.Лігоненко Л.О. Споживчий ринок України: методологія дослідження та регулювання: Монографія/ Л.О. Лігоненко. – К.: Київ.нац.торг.-екон. ун-т, 2007. –С. 10.

6. Мазаракі А.А. Перспективи розвитку внутрішньої торгівлі в Україні: критичний погляд / А.А.Мазаракі, І.О. Бланк та ін. // Вісник КНТЕУ. – 2002. - №6. – С.3-29

**Анотація.** В работе рассмотрен порядок формирования индикатора потребительского рынка. Выявлено новое, которое вносится в методику диагностики потребительского рынка.

**Ключевые слова:** диагностика, потребительский рынок, индикаторы.

**Summary.** In this paper the procedure of forming an indicator of consumer market. Found a new one that is introduced into the methodology of diagnosis of the consumer market.

**Keywords:** diagnostics, the consumer market, indicators.

*Рецензент к.е.н., доцент ХТЕІ КНТЕУ Кучумова І.Ю.*

*Експерт редакційної колегії к.е.н., доцент УкрДАЗТ Якименко Н.В.*

УДК 339.5:629.7

## МЕТОД ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ГАЛУЗЕЙ

*Лісовенко С.А., аспірант (КНЕУ ім.В.Гетьмана)*

*В статті визначено поняття “конкурентоспроможність галузі”. Узагальнено основні методи розрахунку конкурентоспроможності галузі. Проведено аналіз узагальнених методів та визначено переваги та недоліки. Запропоновано метод оцінки конкурентоспроможності галузей промисловості.*

**Ключові слова:** метод оцінки, конкурентоспроможність, галузь, профільна підгалузь, методика, валова продукція, конкурентні переваги.

**Постановка проблеми.** В сучасних умовах всеосяжної глобалізації конкурентоспроможність галузі є однією з найважливіших категорій ринкової економіки що характеризує можливість й ефективність адаптації її підприємств до умов конкурентного середовища на світовому ринку. Промислові, особливо високотехнологічні, галузі, які прагнуть займати відповідну частку на міжнародному ринку, а не лише виживати, повинні використовувати нові та комплексні методи забезпечення конкурентоспроможності виробництва з метою створення переконливих конкурентних переваг.

На сьогоднішній день практично відсутня загальноприйнята методика оцінки конкурентоспроможності галузі промисловості. Кожна галузь промисловості свою конкурентну позицію на ринку визначає самостійно не враховуючи багатьох чинників. Зважаючи на те, що оцінка конкурентоспроможності в визначений час та в конкретній фазі економічного розвитку являє собою складне та багатоступеневе завдання, то виникає необхідність в комплексній оцінці

показників, котрі формують рівень конкурентоспроможності тієї чи іншої галузі промисловості.

На практиці, визначення конкурентоспроможності вітчизняних галузей промисловості зводиться лише до вирішення технічних проблем та формування цінової політики і то лише для статистики, але ці напрями забезпечують конкуренцію на світовому ринку лише з одного боку. Тому постає гостра потреба в методах досконалої та практичної оцінки рівня конкурентоспроможності національних галузей промисловості які безпосередньо працюють на експорт.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідженню теоретичних проблем конкуренції, конкурентних стратегій, конкурентоспроможності, конкурентних переваг галузей та методів їх оцінки присвятили свої творчі здобутки такі вчені: Друкер [8], Ф. Котлер [9], Р. Коуз [10], К. Крістенсон [11], М. Портер [13], К. Прахалад [12], А. Сміт [15], Р. Фатхутдінов [17-19], Ф. Хайск [22], Й. Шумпетер [21] та багато інших.

Значний внесок в дослідження

конкурентоспроможності економічних суб'єктів в тому числі й галузей промисловості також здійснили і вітчизняні економісти такі, як: А.Амоша [1], Л.Антонюк [6], О.Білорус [2], А.Гальчинський [3], В.Геєць [4], Б.Губський [5], Д.Лук'яненко [6], Ю.Пахомов [7], М.Поручник [6], А.Савчук [16] та інші. В роботах згаданих вчених конкурентоспроможність галузі промисловості та її оцінка розглядається в наступних аспектах: умови формування, зарубіжний досвід, оцінка та показники, методологія дослідження, галузь та підприємства, управління, фактори формування.

**Метою дослідження** є розробка досконалої методики для оцінки конкурентоспроможності галузі промисловості.

**Основні результати дослідження.**

Конкурентоспроможність національних галузей промисловості на міжнародному ринку - це одне із базових завдань в розвитку вітчизняної економіки, мета якого забезпечити здатність країни виживати та розвиватися в "агресивному середовищі" світової економіки.

Так як, на світових ринках конкурують національні економіки, які мають переважно галузеву міжнародну спеціалізацію, то основною складовою становлення конкурентоспроможності національної економіки є досягнення конкурентоспроможності галузі.

Особливо слід наголосити на тому що галузь на міжнародному ринку не являє собою певну структурну одиницю, це призводить до того, що конкуренції між різними галузями як такої не існує. Конкурувати можуть між собою та із зарубіжними підприємствами окремі підприємства певної галузі. Тому конкурентоспроможність галузі – це підсумовуючий показник стійкої роботи підприємств галузі, спроможних створювати високий рівень доходу на стійкій та довготривалій основі в умовах конкуренції, ефективно використовуючи технологічний, людський та фінансовий капітал.

На сьогоднішній день у світовій практиці найбільш поширеним є індексний метод оцінки конкурентоспроможності об'єктів. Наочним прикладом є щорічні звіти Всесвітньо Економічного Форуму "Рейтинг глобальної конкурентоспроможності"[25]. Даний рейтинг базується на певному наборі індексів для оцінки конкурентоспроможності тих чи інших об'єктів міжнародного ринку.

Так важливим теоретичним та практичним надбанням в оцінці конкурентоспроможності саме галузей промисловості є індексний метод оцінки, який описується в роботі Т. Вайраса та С. Тенга [24]. Даний метод оцінки передбачає розрахунок двох індексів – індексу технологічної та індексу торгівельної діяльності, котрі визначаються за допомогою експертних оцінок.

При розрахунку конкурентоспроможності галузі важливим показником є рівень розвитку

міжнародної торгівлі, інакше кажучи індекс «умови торгівлі», що дає можливість проведення міжнародних зіставлень та аналізу участі галузі промисловості в міжнародній взаємодії.

Індекс «умови торгівлі» — це відношення експортних цін країни до її імпортних цін. Якщо розглядати випадок, коли країна експортує та імпортує один товар, то умови торгівлі показують, яку кількість товару А отримує країна за кожну одиницю проданого товару В.

Якщо індекс розраховується по відношенню до великої сукупності товарів, то він визначається як співвідношення індексів експортних та імпортних цін. Для цього розраховується індекс експортних цін (в одиницях національної чи іншої валюти):

$$P_x = \sum_{i=1}^n x_i p_i, \quad (1)$$

де  $P_x$  — індекс експортних цін;

$x_i$  — частка кожного і-го товару в загальній вартості експорту в базовому році;

$p_i$  — відношення поточної експортної ціни на цей товар до його ціни в базовому році.

Аналогічно розраховується й індекс імпортних цін:

$$P_m = \sum_{i=1}^n m_i p_i, \quad (2)$$

де  $P_m$  — індекс імпортних цін;

$m_i$  — частка кожного і-го товару в загальній вартості імпорту в базовому році;

$p_i$  — відношення поточної імпортної ціни на цей товар до його ціни в базовому році.

Остаточню індекс «умови торгівлі» розраховується як співвідношення двох індексів:

$$I_t = \frac{P_x}{P_m} = \frac{\sum_{i=1}^n x_i p_{ei}}{\sum_{i=1}^n m_i p_{ii}}, \quad (3)$$

де  $I_t$  — індекс «умови торгівлі»;

$P_x$  — індекс експортних цін (в одиницях національної чи іншої валюти);

$P_m$  — індекс імпортних цін.

“Умови торгівлі” є одним з показників, що характеризують зміну становища країни у світовій торгівлі. Самі умови торгівлі, в свою чергу, залежать від коливань попиту на світовому та внутрішньому ринках, від змін в умовах виробництва, від ступеня монополізації окремих товарних ринків. Але розмір виграшу, який отримує країна від зовнішньої торгівлі, залежить не лише від цін, а й від фізичних обсягів експорту та імпорту[20].

Використання даного індексу дозволяє порівняти цінні параметри конкурентоспроможності національної галузі промисловості з аналогічними показниками галузей інших країн. Якщо зниження цін на продукцію галузі промисловості, що експортується, зумовлено підвищенням ефективності її виробництва, то при достатньо еластичному попиті на світовому ринку країна може збільшити фізичні обсяги свого експорту.

Також варто, при оцінці конкурентоспроможності галузі промисловості, брати до уваги показник «експортна квота», який розраховується за наступною формулою:

$$K_e = \frac{E}{GDP} \times 100\%, \quad (4)$$

де  $K_e$  – експортна квота;  
 $E$  – річний обсяг експорту країни;  
 $GDP$  – валовий внутрішній продукт країни за аналогічний період.

Зазначений показник дає можливість непрямо охарактеризувати конкурентоспроможність промисловості країни, оскільки експортна квота тим більше, чим вищий рівень розвитку виробничих сил країни, чим більше в її галузевій структурі виробництв з поглибленим технологічним розподілом праці. Разом з тим, слід враховувати той факт, що високий рівень експортної квоти може бути зумовлений наявністю великих обсягів реекспорту, який статистично належить до експорту, але до ВВП даної країни ніякого відношення не має [20].

Особливої уваги в оцінці конкурентоспроможності галузі відіграє показник внутрішньогалузевої торгівлі, який доцільно розраховувати за методикою Грубела-Ллойда [14]. Рівень внутрішньогалузевої торгівлі за згаданою методикою визначається як різниця загального обігу окремо взятої галузі та обсягу міжгалузевої торгівлі цієї галузі:

$$H_i = (E_i + I_i) - |E_i - I_i|, \quad (5)$$

де  $H_i$  – рівень внутрішньогалузевої торгівлі;  
 $E_i$  – експорт і – галузі;  
 $I_i$  – імпорт і-галузі;  
 $(E_i + I_i)$  – вартість зовнішньоторговельного обігу і-галузі;  
 $|E_i - I_i|$  – абсолютна вартість різниці між експортом та імпортом виробів даної галузі, що дорівнює обсягу міжгалузевої торгівлі і-галузі.

Виходячи з даного методу можна визначити інтенсивність внутрішньогалузевої торгівлі між країнами за формулою:

$$U_s = \frac{((E_i + I_i) - |E_i - I_i|)}{(E_i + I_i)} \times 100\%, \quad (6)$$

де  $U_i$  – інтенсивність внутрішньогалузевої торгівлі між країнами;  
 $E_i$  – експорт і – галузі;  
 $I_i$  – імпорт і-галузі.

Оцінка конкурентоспроможності галузі за методом Грубела-Ллойда має основний недолік в тому, що вона носить переважно інформативний характер та має низький зміст для практики.

Варто відзначити також метод оцінки конкурентоспроможності, що базується на теорії ефективної конкуренції. В її основі лежить твердження: чим міцніші ринкові позиції підприємств конкретної галузі, тим конкурентоспроможніша вся галузь.

Важливим внеском в вирішення проблеми оцінки конкурентоспроможності галузі як суб'єкта міжнародних економічних відносин зробив російський вчений Р. А. Фатхутдінов [18, 19] Його роботи були першою та найбільш вдалою спробою оцінити конкурентоздатність галузі в умовах розгортання глобалізації виробництва. Р. А. Фатхутдінов запропонував розраховувати таку оцінку:

1) на основі показників конкурентоспроможності тридцяти найбільш вагомих за обсягом продажу товарів певної національної галузі [18].

$$K_{br} = \sum_{i=1}^{30} K_{mi}, \quad (7)$$

де  $K_{br}$  – конкурентоспроможність галузі,  
 $K_{mi}$  – конкурентоспроможність і-товару у певному році, долі одиниці,  
 $i = 1, 2, 3...30$  – товари галузі, які є лідерами за обсягом продажу у певному році.

В свою чергу, конкурентоспроможність товару автор пропонує розраховувати за формулою :

$$K_m = (E_m / E_{me}) \times k_1 \times k_2 \times k_n, \quad (8)$$

де  $K_m$  – конкурентоспроможність товару на конкретному ринку, долі одиниці,  
 $E_m$  - ефективність товару на конкретному ринку, одиниця корисного ефекту/ грошова одиниця,  
 $E_{mk}$  - ефективність найкращого зразку товару – конкурента, що пропонується на даному ринку,  
 $k_1, k_2, k_n$  - коефіцієнти-коректори, що враховують конкурентні переваги.

2) на основі провідних великим організацій, питома вага яких складає приблизно 60% від обсягу продажів у всій галузі, за формулою [19]:

$$K_{br} = \sum_{i=1}^n a_i K_{opri}, \quad (9)$$

де  $n$  - кількість провідних організацій галузі;  
 $a_i$  - питома вага і-й організації за обсягом продажів серед  $n$ -організацій, частки одиниці,  $i = 1;$

$$\sum_{i=1}^n a_i = 1;$$

$K_{opri}$  - конкурентоспроможність і-й організації.

Але на нашу думку, використання як першого так і другого методу оцінки конкурентоспроможності галузі на ринку не дасть бажаного результату. Перш за все, тому що автор неявно отожднює конкурентоспроможність різних об'єктів: товару-галузі та провідної організації-галузі. Далі, в роботі не наведено методики визначення коефіцієнтів-коректорів, що враховують конкурентні переваги, а також не визначено суті використання вищезгаданих коефіцієнтів. І саме головне - не зрозуміло, чому автор пропонує розглядати саме тридцять зразків конкурентоспроможних товарів галузі в першому методі та виробників шістдесяти відсотків продукції в іншому методі, а не будь-яку іншу кількість.

Перевагою даного методу є наочність в визначенні оцінки конкурентоспроможності галузі та можливість порівняння показників з показниками конкурентів на міжнародному ринку.

Отже, провівши аналіз наукових напрацювань, з результатів даного дослідження випливає, що у сучасній теорії і практиці фактично відсутні загальноприйняті методи оцінки конкурентоспроможності галузей промисловості.

Більшість авторів пропонують оцінювати конкурентоспроможність галузі за показниками конкурентоспроможності підприємств цієї галузі. Такий підхід має певні переваги з огляду на загальновідоме визначення галузі, як сукупності підприємств, що об'єднані економічним призначенням, характером профільної продукції та характеризуються схожістю сировини, вихідних матеріалів, технології виробництва та професійного складу кадрів.

Проаналізувавши основні підходи розрахунку конкурентоспроможності галузей промисловості можна углядіти такі факти:

- Розрахунок базується на основі загально реалізованої продукції (готові вироби різного роду, комплектуючі частини як до нових так і до старих зразків продукції тощо), більш доцільніше розраховувати на основі загальної готової продукції реалізованої за певний період;

- Не враховується показник вітчизняних НДДКР в кінцевій продукції;

- Не враховується показник вітчизняних комплектуючих в кінцевій продукції;

- В розрахунках не береться до уваги сегментація ринку;

- В розрахунках не враховується технологічний термін виробництва готової продукції;

- Не враховуються показники затребуваності виробляємої продукції на національному ринку тощо.

З вищенаведених методів оцінки конкурентоспроможності галузі на особливу увагу заслуговують методи Р.А. Фатхутдінова.

Перший метод, який наводиться в роботі Р.А. Фатхутдінова "Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление", розраховується на основі показників конкурентоспроможності тридцяти найбільш значущих за обсягом продажу товарів (формула 7). В другому ж методі, який наводиться в роботі "Стратегический маркетинг", Р.А. Фатхутдінов пропонує визначати по провідним організаціям, питома вага яких складає приблизно шістдесят відсотків від обсягу продажів у всій галузі (формула 9).

Переваги та недоліки даних методів було проаналізовано вище з чого відповідно зроблені висновки виходячи з яких автор пропонує розраховувати міжнародну конкурентоспроможність галузі промисловості використовуючи показники конкурентоспроможності профільних підгалузей які виготовляють кінцеву продукцію без врахування виробників комплектуючих та запасних частин (наприклад авіакосмічна галузь – пасажирські літаки, вантажні літаки, супутники, ракетносії тощо.).

$$K_{br} = \sum_{i=1}^n K_{mi}, \quad (10)$$

де  $K_{br}$  – конкурентоспроможність галузі,

$K_{mi}$  – конкурентоспроможність і-підгалузі за розрахунковий період, долі одиниці,

$i = 1, 2, 3...n$  – профільні підгалузі, які є лідерами за обсягом продажу у розрахунковому періоді.

В свою чергу, конкурентоспроможність підгалузі пропонуємо розраховувати за формулою:

$$K_m = (E_m / E_{me}), \quad (11)$$

де  $K_m$  – конкурентоспроможність підгалузі за розрахунковий період, долі одиниці,

$E_m$  - ефективність готової продукції підгалузі (без врахування сировини та комплектуючих частин) на конкретному ринку, одиниця корисного ефекту/ грошова одиниця,

$E_{me}$  - ефективність готової продукції підгалузі лідера з продажу на конкретному ринку, одиниця корисного ефекту/ грошова одиниця.

Варто наголосити, що порівнюючи відповідні галузі різних країн обов'язково порівняння повинно проводитись лише на базі аналогічних підгалузей. При розрахунку коефіцієнта конкурентоспроможності галузі промисловості можна допускати лише певну невідповідність підгалузей, але при однаковій їх кількості та з як найближчою спорідненістю (наприклад: пасажирські літаки – вантажні літаки тощо).

**Висновки.** Конкуренція – це перш за все взаємодія суб'єктів господарювання, яка супроводжується процвітанням одних і занепадом інших.

Економічні суб'єкти "виходять" у єдиний ринковий простір, маючи на меті переслідування

корисних цілей та збагачення, з цілком нерівноцінними й часто неочікуваними результатами (доходами або збитками). Непередбачуваність цих результатів породжується не тільки анархічною реалізацією суспільного виробництва, а й нерівною здібністю різних індивідів і організацій ефективно використовувати систему співробітництва для реалізації своїх цілей.

Запропонований автором статті метод оцінки конкурентоспроможності галузей промисловості дає можливість, спираючись на сучасні економічні знання, глобальні тенденції розвитку промислового виробництва та кон'юнктуру світового ринку всебічно, повно та об'єктивно оцінити стан промислових галузей України; виявити потенційні можливості українських галузевих комплексів щодо організації та випуску якісної продукції, конкурентоспроможної на зовнішньому ринку, а також встановити причини, які цьому перешкоджають; встановити частку продукції іноземного виробництва у кінцевій продукції, виробленій в Україні; визначити вплив діяльності національних основних галузей промисловості на роботу суміжних галузей та економіку країни в цілому.

Отже, сучасна конкуренція потребує нових підходів до її дослідження. Запропонована автором методика оцінювання конкурентоспроможності галузей промисловості має значні можливості для вдосконалення і пристосування до конкретних вимог. Вона включає оптимальний перелік показників, які дозволяють об'єктивно вимірювати складові конкурентоспроможності галузі, встановити динаміку і взаємозв'язок загальних та індивідуальних тенденцій її розвитку. В той же час вона підвищує науково-теоретичну обґрунтованість прийняття рішень стосовно перспектив формування конкурентних переваг галузі та може бути корисною для подальшого вдосконалення організації її діяльності.

### СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Амоша О.І. Інноваційний шлях розвитку України: проблеми та рішення / О.Амоша // Економіст. – 2005. – № 6. – С. 28-32.
2. Білорус О.Г., Мацейко Ю. М. Конкурентоспроможність у сучасному глобальному світі. // Економічний часопис. 2002. № 9 – С. 7–13.
3. Гальчинський А.С. Інноваційна стратегія українських реформ / А.С. Гальчинський, В.М. Геєць, А.К. Кінах, В. П. Семиноженко. – К. : Знання України, 2002. – 336 с.
4. Геєць, В.М. Цінова конкурентоспроможність чи цінова стабільність: дуалізм політики економічного зростання / В.М. Геєць. // Економіка і прогнозування. – 2005. – № 4. – С. 9-31.
5. Губський Б.В. Конкурентоспроможність

української економіки: орієнтири макрополітики в кризових умовах // Економіка України. – 1999. - №4. - С. 4-14.

6. Лук'яненко Д.Г., Поручник А.М., Антонюк Л.Л. та ін. Управління міжнародною конкурентоспроможністю в умовах глобалізації економічного розвитку: Монографія: У 2т./ За загальною редакцією Д.Г.Лук'яненко, А.М.Поручника - К.:КНЕУ, 2006. Т.1. - 812 с., Т.2. - 592 с.

7. Пахомов Ю.М. Національні економіки в глобальному конкурентному середовищі. - К.: Україна, 1997.- 222с.

8. Друкер П. Энциклопедия менеджмента.: Пер. с англ. - М.: Издательский дом "Вильямс", 2004. - 432 с.

9. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс. 2-е изд - СПб.: Питер, 2006. — 464 с.

10. Коуз Р. Фирма, рынок и право: сб. статей / пер. с англ. Пинскера Б.; науч. ред. Капелюшников Р. — М.: Новое издательство, 2007. — 224 с.

11. Кристенсен К. “Дилемма инноватора. Как из-за новых технологий погибают сильные компании?”; Пер. с англ.— М.: Альпина Бизнес Букс, 2004. — 239 с.

12. Прахалад К., Кришнан М. “Пространство бизнес-инноваций. Создание ценности совместно с потребителем”; Пер. с англ.— М.: Альпина Бизнес Букс, 2010. — 258 с.

13. Портер М. Конкуренция.: Пер. с англ. – М. : Издательский дом “Вильямс”, 2005. – 680 с.

14. Пелих А.С. Экономика предприятия и отрасли промышленности. ... Ростов- на-Дону: «Феникс». 2001. - 544 с.

15. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. – М.: Эксмо, 2007. - 960 с.

16. Савчук А.В. Системный подход к анализу конкурентоспособности промышленного производства // Економіст. – 2001. - №12. – С.58-61.

17. Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организации. Учебник. - 2-е изд., испр. и доп. – М.: Изд-во Эксмо, 2005. – 544 с.

18. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление. — М.: ИНФРА-М. — 2000. — 312 с.

19. Фатхутдинов Р.А. Стратегический маркетинг. М.: Бизнес-школа "Интел- Синтез", 2000. — 640 с.

20. 15. Циганкова Т. М., Петрашко Л. П., Кальченко Т. В. Міжнародна торгівля: Навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. — К.: КНЕУ, 2003. — 256 с.]

21. Шумпетер Й. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия / предисл. Автономова В. — М.: Эксмо, 2007. — 864 с.

22. Хайек Ф. Индивидуализм и экономический порядок. — М.: Изограф, 2000. —

256 с.

23. Міністерство економіки України наказ від 19.10.2010 року N 1330 "Про затвердження Методичних рекомендацій розрахунку внутрішньогалузевої конкурентоспроможності підприємств".

24. Thanapol Virasa, John C.S. Tang. The Role of Technology in International Trade: A Conceptual Model for Developing Countries // The Journal of High Technology Management Research. –vol. 9, Issue 2, Autumn 1998, p.195-205.

25. <http://www.weforum.org>.

**Анотація.** В статті определено поняття "конкурентоспособность отрасли". Обобщенно основные методы расчета конкурентоспособности отрасли. Проведен анализ обобщенных методов и определены преимущества и недостатки. Предложен метод оценки конкурентоспособности отраслей промышленности.

**Ключевые слова:** метод оценки, конкурентоспособность, отрасль, профильная подотрасль, методика, валовая продукция, конкурентные преимущества.

**Summary.** The article defines the term "competitive of branch". The basic methods of calculating the competitiveness of branch was generalized. The methods was analyzed, the advantages and the disadvantages of the methods was determined. The method of the competitiveness of branch was proposed.

**Keywords:** method of rating, competitive, branch, profile industry sector, methods, gross, competitive advantage.

*Рецензент д.е.н., професор КНЕУ Оболенська Т.С.*

*Експерт редакційної колегії к.е.н., доцент УкрДАЗТ Уткіна Ю.М.*

УДК 657.6 (470)

## ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО РИНКУ АУДИТОРСЬКИХ ПОСЛУГ В РОСІЇ

*Пономарьова Т.В., к.е.н., ст. викладач (ХНУ ім. В.Н.Каразіна)*

*У статті проводиться детальний аналіз основних тенденцій, що склалися на ринку аудиторських послуг в Росії. Висвітлюються основні напрями дослідження ринку аудиторських послуг.*

**Ключові слова:** *ринку аудиторських послуг, аудиторсько-консалтингова група, доход від аудиту.*

**Постановка проблеми.** Аудиторська діяльність є одним із найважливіших напрямків сфери бізнес-послуг, що активно розвивається у сучасній економіці Росії. Виникнення попиту на аудиторську послугу і розвиток даного виду діяльності обумовлено розподілом інтересів власників і менеджменту, зростанням усвідомлення суспільної значущості аудиту. Причиною виникнення ринку аудиторських послуг стало делегування державними контролюючими органами частини повноважень комерційним структурам і формування відповідної нормативної бази, у зв'язку з чим основним чинником придбання послуги є не усвідомлення її необхідності, а обов'язковість споживання. В даний час у зв'язку зі зниженням темпів зростання обсягу ринку аудиторських послуг і високим рівнем конкуренції з боку великих російських і зарубіжних аудиторських компаній для подальшого розширення регіонального ринку аудиторських послуг необхідно використання маркетингової складової в діяльності регіональних аудиторських фірм, що сприяє збільшенню частки ініціативного аудиту.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питання економіки сфери послуг, теорії і практики аудиту, розвитку ринку аудиторських послуг,

специфіки функціонування аудиторських організацій розглянуті в працях таких вчених і практиків як М. Е. Єгоров, Ю. А. Золотухіна Ю. Ю. Кочінев, Н. А. Ремізов та ін. [2, 3, 6].

**Виділення невирішених частин загальної проблеми.** В умовах, коли становлення ринку аудиторських послуг в Росії в цілому завершилося, підвищується актуальність постійного аналізу його стану як передумови вдосконалення даного ринку в цілому і надання допомоги його конкретним учасникам у прийнятті різноманітних управлінських рішень. Обумовлено це наступним: по-перше, процеси на ринку аудиторських послуг ускладнюються; по-друге, поступово слабшає роль такого інструменту вдосконалення ринку, як використання західного досвіду, надзвичайно важливого на перших етапах розвитку російського аудиту; по-третє, аналіз ситуації завжди був істотною частиною інструменту її поліпшення, особливо тоді, коли вона виявлялася далекою від досконалості.

**Постановка завдання.** Враховуючи зазначене, метою даної статті є визначення основних тенденцій та перспектив розвитку сучасного ринку аудиторських послуг в Росії на основі проведеного аналізу діяльності російських аудиторсько-консалтингових груп.