

УДК 339.137.2:656.13

В.А. Познаховський, О.Г. Кірічок, М.Д. Швець*Національний університет водного господарства та природокористування***ПОРІВНЯННЯ МЕТОДІВ ОЦІНЮВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ АВТОМОБІЛЬНОГО ТРАНСПОРТУ**

У статті досліджено існуючі методи оцінки забезпечення належного рівня конкурентоспроможності автотранспортного підприємства. Запропоновано розширену класифікацію методичних підходів оцінки конкурентоспроможності автотранспортного підприємства. Сформульовано переваги та недоліки систематизованих груп методів та доведено необхідність застосування найбільш оптимальної методики. Доведено необхідність використання різних методів оцінки конкурентоздатності залежно від: мети проведення оцінювання; сфери бізнесу; наявної інформації; кількості часу, відведеного для ухвалення рішення.

Ключові слова: конкурентоспроможність, конкуренція, конкурентні переваги, стратегія, методи оцінки.

В.А.,Познаховский, А.Г. Киричок, М.Д. Швец**СОПОСТАВЛЕНИЕ МЕТОДОВ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ АВТОМОБИЛЬНОГО ТРАНСПОРТА**

В статье исследованы существующие методы оценки обеспечения надлежащего уровня конкурентоспособности автотранспортного предприятия. Предложено расширенную классификацию методических подходов оценки конкурентоспособности автотранспортного предприятия. Сформулированы преимущества и недостатки систематизированных групп методов и доказана необходимость применения наиболее оптимальной методики. Доказана необходимость использования различных методов оценки конкурентоспособности в зависимости от: цели проведения оценки; сферы бизнеса; имеющейся информации; количества времени, отведенного для принятия решения.

Ключевые слова: конкурентоспособность, конкуренция, конкурентные преимущества, стратегия, методы оценки.

V. Poznakhovskiy, O. Kirichok, M. Shvets**COMPARISON OF METHODS FOR ASSESSING OF ROAD TRANSPORT ENTERPRISES' COMPETITIVENESS**

The article analyzes the existing methods for assessing the provision of an adequate level of competitiveness of a motor transport enterprise. An expanded classification of methodical approaches for assessing the competitiveness of an automobile enterprise is proposed. The advantages and disadvantages of the systematized groups of methods are formulated and the necessity of applying the most optimal methodology is proved. The necessity of using various methods of assessing competitiveness is proved, depending on: the purpose of the evaluation; the sphere of business; available information; the amount of time allocated for the decision.

Keywords: competitiveness, competition, competitive advantages, strategy, methods of evaluation.

Постановка проблеми. Конкурентоспроможність автотранспортних підприємств багато в чому залежить від досконалого володіння ринковою інформацією, вміння своєчасно враховувати фактори ризику і невизначеності у господарській діяльності.

Однак, в умовах становлення ринкового конкурентного середовища в Україні та зростання ролі конкурентоспроможності підприємств як основного критерію, що забезпечує ефективність виробництва, відсутні єдині науково-методологічні основи її виміру та оцінки. Це ускладнює дослідження діяльності суб'єктів господарювання і визначення ролі та місця кожного підприємства в галузі.

Теоретичним витокам та прикладним аспектам оцінки конкурентоспроможності підприємства присвячені дослідження таких вчених, як В. Гайдук, А. Гончарук, О. Гудзинський, В. Дикань, І. Должанский, Т. Загорна, Л. Квятковська, О. Коковіхіна, Л. Костюк, Д. Погребняк, М. Портер, С. Савчук, О. Янковий та інші.

Дослідження показують, що в даний час існує багатоваріантність та неоднозначність підходів щодо оцінки конкурентоспроможності підприємства, кожен з яких спирається на вибір відповідного критерію та показників. Так, О. Коковіхіна аналізує термін «конкурентоспроможність підприємства» в порівняльному аспекті [1, с. 89-90]; О. Капліна, Д. Зайченко пропонують оцінювати його з точки зору процесного підходу [2, с. 27]; Н. Купріна – як систему оціночних характеристик, яка дозволяє йому ефективно функціонувати на споживчому ринку на більш вигідних, порівняно з конкурентами, умовах, що сприяє ефективному управлінському процесу, просуванню продукції та збуту її на ринку [3, с. 570]; деякі науковці – як агрегований показник конкурентних можливостей та здатності оперативно реагувати та

приспосовуватися до чинників мінливого зовнішнього середовища [4, с. 232-233]. На думку Д. Погребняка, конкурентоспроможність підприємства може бути визначена як комплексна характеристика, яка відображає ступінь переваги сукупності оціночних показників діяльності підприємства, що визначають успіх на ринку за певний проміжок часу щодо сукупності показників конкурентів [5, с. 45]. Ряд науковців розглядають конкурентоспроможність через призму соціально-економічної системи, яка матеріалізована у формі товару чи послуги і визначається в процесі стратегічної діяльності підприємства [6, с. 45].

Кожен з авторів пропонує власну класифікацію існуючих методів оцінки, які різняться за своєю сутністю, алгоритмами отримання стандартизованих показників та можливістю використання в динаміці. Проте автори ще не прийшли до єдиної думки щодо визначення категорії «конкурентоспроможність»; поки що не існує в завершеному вигляді єдиної науково обгрунтованої системи показників, що дозволяє оцінити конкурентоспроможність суб'єктів господарювання. Багато теоретичних і прикладних питань з формування конкурентоспроможності підприємств через їх багатогранність і складність залишаються маловивченими й невирішеними, тому потребують подальшого дослідження і науково-методичного обгрунтування, що і обумовлює актуальність даної статті. У зв'язку з цим **метою роботи** є аналіз існуючих методів оцінки конкурентоспроможності автотранспортних підприємств, систематизація і характеристика основних груп даних методів і на основі практичних прикладів довести необхідність використання різних методів оцінки.

Результати досліджень. В існуючій практиці дослідження конкурентоспроможність автотранспортного підприємства часто визначається показниками, що характеризують його виробничий потенціал і результати діяльності та зводиться до можливості використання усіх видів ресурсів ефективнішим, ніж конкуренти, способом. Тобто акцент робиться, в основному, на чинниках внутрішнього середовища підприємства.

Однак конкурентоспроможність є комплексною категорією, що формується під впливом цілої низки факторів внутрішнього і зовнішнього середовища, які діють у взаємозв'язку і взаємозалежності.

Якщо елементи внутрішнього середовища впливають на конкурентоспроможність безпосередньо, то вплив зовнішніх умов не завжди помітний відразу. Проте вивчення зовнішнього оточення дозволяє оперативніше реагувати на загрози, що з'являються на ринку, і розробляти заходи, здатні не лише їх врахувати, а й уникнути, отримавши з цієї ситуації нові вигідні можливості. При цьому дослідження елементів внутрішнього середовища дає змогу оцінити здатність автотранспортного підприємства швидко реагувати на дії конкурентів, залучаючи наявні резерви. В табл. 1 наведені основні фактори впливу на конкурентоспроможність з групуванням їх на елементи внутрішнього та зовнішнього середовища.

Таблиця 1

Фактори впливу на конкурентоспроможність автотранспортного підприємства

Елементи	Характеристика
Елементи внутрішнього середовища	
Виробничі можливості	Виробничий потенціал
Система обліку	Облікова політика на підприємстві; облік запасів, незавершеного виробництва, готової продукції тощо.
Маркетингові дослідження	Рівень врахування та задоволення потреб та можливостей споживачів; вихід на вільні ніші ринку
Система постачання	Терміновість і надійність поставок; можливість швидкої переорієнтації на інші види сировини
Логістика і збут	Наявність власних каналів розподілу, мережі фірмових магазинів, рівень збутових витрат
Фінансові можливості	Вільні ресурси підприємства і співвідношення між власними і запозиченими коштами; доступ до фінансових ресурсів
Інформаційні ресурси	Наявність баз даних; можливість їх постійного оновлення
Місце знаходження	Наявність розвинутої інфраструктури; відстань до постачальників і споживачів
Організаційна структура	Здатність швидкої передачі управлінського рішення до виконавця і можливості контролю за виконавцем

Елементи зовнішнього середовища	
Державна політика	Ступінь участі країни у світових інтеграційних процесах; напрямки зовнішньої політики, стан і напрямки реформ; пріоритети розвитку країни; стабільність обраного курсу
Соціальні умови	Структура робочої сили; рівень підготовки фахівців; ціна робочої сили; співвідношення між категоріями працівників; рівень зайнятості; культурний рівень розвитку суспільства
Економічні умови	Середній рівень заробітної плати; податки і пільги; інфляція; інвестиційний потенціал країни; рівень розвитку галузей
Природно-ресурсний потенціал	Рівень забезпечення економіки власними природними ресурсами; рівень від'ємного екологічного навантаження; стан ресурсів
Правове середовище	Гармонійність законодавчої бази, спрямування на розвиток; дієвість нормативних актів
Монополізація економіки	Загальний рівень концентрації продавців; антимонопольне регулювання; вертикальна інтеграція
Ринкова інфраструктура	Стан банківського і страхового обслуговування; розгалуженість, насиченість транспорту; розвиток посередницьких організацій

Для успішного функціонування автотранспортного підприємства необхідно регулярно здійснювати оцінку його конкурентоспроможності. Така оцінка дає можливість визначити сильні та слабкі сторони автотранспортного підприємства, виявляти його приховані потенційні можливості і відповідно до цього максимального удосконалювати його стратегію функціонування, приймати раціональні управлінські рішення, розробляти заходи щодо розвитку конкурентних переваг та адаптувати підприємство в мінливих умовах господарювання, що дає можливість перемагати в конкурентній боротьбі.

Аналіз існуючих у сучасній літературі теоретичних підходів до оцінки конкурентоспроможності підприємств дає підстави для їх класифікації на дві основні групи: аналітичні і графічні (метод, що базується на теорії життєвого циклу, метод конкурентних стратегій Ж.-Ж. Ламбена, багатокутник профілів та ін.). Методи такої оцінки різних об'єктів можна класифікувати за двома основними критеріями: за ступенем об'єктивності (суб'єктивності) результатів оцінки та за підходом до оцінки – якісна чи кількісна. До якісних методів оцінки конкурентоспроможності відносять моделі оцінки конкурентних сил, матричні, методи аналізу (п'ятифакторна модель та «національного ромба» М. Портера, SWOT-аналіз, STEP-аналіз, матриця BCG). Узагальнюючи наукові дослідження з цього питання, можемо представити класифікацію всієї сукупності методів (табл. 2).

Таблиця 2

Класифікація методів оцінки конкурентоспроможності підприємства

Класифікаційна ознака	Групи методів оцінки конкурентоспроможності підприємства
За способом оцінки	Якісні, кількісні
За способом відображення кінцевого результату	Матричні, графічні, індексні, аналітичні, комплексні, логістичні
За можливістю прийняття управлінських рішень	Поточні, стратегічні
За напрямом формування інформаційної бази	Критеріальні, експертні
Залежно від об'єкта оцінки	Оцінка конкурентоспроможності персоналу, організації, продукції
Залежно від мети оцінки	Визначення конкурентних переваг, позиціонування у групі, динаміка позицій у групі

За статусом методи оцінки конкурентоспроможності автотранспортного підприємства є науковими, вони мають рекомендаційний характер і не є обов'язковими для їх застосування. Державних методик оцінки рівня конкурентоспроможності підприємств в Україні донині не існує і це, як справедливо зазначають окремі фахівці, є однією з причин низького рівня управління конкурентоспроможністю.

Поряд з цим, існує ряд моделей, за допомогою яких можна визначити рівень конкурентоспроможності продукції.

Рейтингові моделі оцінки конкурентоспроможності підприємства ґрунтуються на:

- 1) визначенні системи показників оцінки результатів економічної діяльності підприємства;
- 2) їх стандартизації (приведення до порівняльної шкали та надання ваги окремим показникам);
- 3) розрахунку єдиного інтегрального показника – рейтингової оцінки стану діяльності підприємства;
- 4) ранжування підприємства за величиною рейтингу та визначення його місця (статусу) в межах певної сфери діяльності або релевантного ринку.

Найважливішими моментами рейтингових систем оцінювання є відбір показників результатів господарської діяльності підприємства та визначення «ваги» того чи іншого показника в загальній рейтинговій оцінці.

Методика розрахунку «індекса мікроекономічної конкурентоспроможності», яка розроблена групою вчених Інституту стратегії та конкурентоспроможності Гарвардської школи бізнесу (США) під керівництвом М. Портера, ґрунтується на концепції конкурентоспроможності, згідно з якою конкурентна стратегія та якість бізнес-середовища є вирішальними у формуванні конкурентних переваг підприємства. Згідно з нею субіндекс «діяльність і стратегія компаній» розраховується на основі 16 показників, а субіндекс «якість бізнес-середовища» – 31 показника. У розрахунках цих субіндексів «вага» (вплив) першого визначається коефіцієнтом 0,37, а другого – 0,63.

Найбільш суттєвим недоліком рейтингових систем оцінювання конкурентоспроможності, як зазначають їхні опоненти, є надмірне використання експертних методів. І вибір критеріїв відбору субіндексів, і визначення вагових коефіцієнтів в цих системах повністю залежать від суб'єкта оцінювання, що суттєво знижує об'єктивність узагальнюючого висновку.

Метод оцінювання конкурентоспроможності підприємства на основі розрахунку ринкової частини ґрунтується на уявленні, згідно з яким між часткою і рентабельністю існує такий сильний кореляційний зв'язок, що його існування, як зазначає Р. Мінітер, доходить до «релігійних переконань». Згідно з цим підходом ринкова частка підприємства – це питома вага його бізнес-операцій в загальному обсязі операцій на даному ринку. Оцінювання конкурентоспроможності за показником ринкової частки підприємства супроводжується виділенням певних стандартних положень та віднесенням підприємства до класу аутсайдерів, середняків, лідерів або так званих «пацієнтів», «сірих мишей», «слонів» та «бегемотів».

Модель оцінки конкурентоспроможності на основі норми споживчої вартості ґрунтується на визначенні обсягу потреб потенційних споживачів та їх зіставленні з реальними властивостями певного товару. Інакше кажучи, «формула споживчої вартості – це співвідношення між сумою властивостей товару та сферою потреб у цих властивостях товару». Оцінювання конкурентоспроможності за цією моделлю передбачає детальну сегментацію ринків за певними ознаками та розрахунок узагальнюючого показника конкурентоспроможності підприємства. Як і в межах рейтингових систем, модель оцінки конкурентоспроможності підприємства на основі споживчої вартості ґрунтується виключно на експертному підході, що суттєво знижує об'єктивність узагальнюючого висновку.

Модель оцінки конкурентоспроможності на основі положень теорії ефективної конкуренції базується на ресурсній парадигмі конкурентного успіху і передбачає оцінку ефективності використання матеріальних, фінансових, інтелектуальних та управлінських ресурсів підприємства, які поділяються на певні групи з відповідними показниками та коефіцієнтами вагомості. Модель оцінювання конкурентоспроможності на основі положень теорії ефективної конкуренції більш широко охоплює ресурсні джерела формування конкурентоспроможності, проте, як і попередні моделі, вона ґрунтується виключно на суб'єктивній (бальній) оцінці ресурсних джерел, що також знижує об'єктивність оцінювання.

Графічні моделі оцінювання конкурентоспроможності передбачають побудову певних матриць, або «поля оцінювання», поділ їх на квадранти (зони), які відповідають певному рівню конкурентоспроможності, та визначення конкурентного статусу підприємства. Графічним інструментом порівняння стану функціонування підприємства та його конкурентів є побудова багатокутників конкурентоспроможності – у вигляді векторів-осей, зіставлення яких дозволяє виявити слабкі та сильні сторони підприємства. Для кількісного вимірювання цих сторін також використовується експертний підхід – метод шкалювання. Загальним недоліком графічних методів

є їх функціональна обмеженість: вони дозволяють сформулювати певні висновки щодо напрямків підвищення конкурентоспроможності підприємства, але не забезпечують головного – інтегральної оцінки реального рівня конкурентоспроможності підприємства.

Аналіз наведених методів оцінки конкурентоспроможності підприємства вказує на наявність розбіжностей не тільки методологічного характеру, а й підходу до формування переліку показників. У ряді моделей для оцінки конкурентоспроможності пропонується використання одного показника (метод ринкової частки), в інших – двох або більше показників.

Необхідно зазначити, що конкурентоспроможність автотранспортного підприємства може визначатися на основі різних методичних підходів, таких, як матричні, індексні, критеріальні, експертні, графічні, розрахункові та комбіновані [7].

Вибір методу оцінки конкурентоспроможності залежить від того, хто та з якою метою цю оцінку проводить. Наприклад, узагальнити ситуацію на автотранспортному підприємстві і на ринку, побачити шанси та загрози допомагає *SWOT-аналіз*, що будується на основі визначення слабких і сильних сторін підприємства і його конкурентів. Процес такого аналізу охоплює три етапи: ідентифікацію сильних і слабких сторін; ідентифікацію шансів і загроз та відображення їх з точки зору слабких і сильних сторін підприємства; пошук можливості діяти на межі відповідних характеристик підприємства і його конкурентів.

Даний метод оцінки конкурентоспроможності автотранспортного підприємства рекомендується застосовувати в умовах обмеженості існуючої інформації та часу для прийняття рішень, він має на меті дослідити у взаємозв'язку такі групи факторів: сильні сторони, слабкі сторони, можливості, загрози. Побудована на основі проведеного дослідження матриця дає змогу проаналізувати парні комбінації сильних і слабких сторін з можливостями і загрозами, а також виявити пріоритетні сфери ділової активності та сформувати управлінські акценти.

Для дослідження зовнішнього середовища автотранспортного підприємства та розроблення заходів щодо мінімізації впливу негативних факторів та можливості використання позитивних факторів розвитку підприємства рекомендується застосовувати *STEP (PEST)-аналіз*, назва якого сформувалася за початковими буквами англійських слів: суспільство, технологія, економіка, політика. Даний метод здійснюється за схемою «чинник-підприємство». Результати аналізу оформлюються у вигляді матриці, на горизонтальній осі якої визначаються чинники макросередовища, на вертикальній – сила їхнього впливу в балах, рангах або інших одиницях виміру.

Основною особливістю PEST-аналізу є оцінка макросередовища функціонування підприємства, при цьому зовсім не враховується стан мікросередовища, що і обумовлює обмеженість його використання.

Одним із найбільш цікавих комплексних методів оцінювання конкурентоспроможності, що дозволяє визначити конкуренту позицію підприємства на ринку порівняно із його стратегічними конкурентами, виступає *побудова багатокутників конкурентоспроможності*. Цей метод передбачає графічне відображення оцінок становища підприємства і конкурентів із найбільш значущих напрямів діяльності, зображених у вигляді векторів-осей. При побудові піраміди конкурентоздатності на радіальних осях відображаються розраховані показники підприємства.

Графічний метод оцінки конкурентоздатності автотранспортного підприємства, на нашу думку, є найбільш універсальним тому, що дозволяє вибирати номенклатуру параметрів, що оцінюються, виходячи з інформаційних можливостей, рівня кваліфікації експертів, ступеня спеціалізації виробництва. Такий методичний підхід дає можливість аналізувати вплив окремих чинників, що забезпечують конкурентне положення підприємства на ринку, а також оцінювати можливі наслідки їх зміни в майбутньому. Багатокутник конкурентоспроможності може служити базою для побудови імітаційної моделі ринкової рівноваги в конкурентному середовищі.

Висновки. Тривала практика діяльності суб'єктів господарювання в умовах жорсткої конкуренції на внутрішньому та зовнішньому ринках привела до усвідомлення того, що неможливо запропонувати єдиної методики оцінювання рівня конкурентоспроможності автотранспортного підприємства, що може застосовуватися для усіх випадків. У практичних ситуаціях, особливо в умовах доступності різних видів інформації, корисно застосовувати різні методичні підходи, аналізувати їх результати і вибирати найбільш прийнятний варіант, зваживши всі показники. Описані вище методи різняться за своєю сутністю, базою формування показників конкурентоспроможності. Вибір показників оцінювання конкурентоспроможності автотранспортного підприємства, методики в цілому залежить від багатьох факторів: мети проведення оцінювання, сфери бізнесу, наявної інформації, постановки проблеми, переваг особи,

що приймає рішення, кількості часу, відведеного для ухвалення рішення, професійної підготовки особи, що приймає рішення.

1. Коковіхіна О.О. Систематизація основних категорій формування конкурентоспроможності підприємства / О.О. Коковіхіна // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2009. – № 26. – С. 88-93.
2. Каплина О., Зайченко Д. Оценка конкурентоспособности предприятия на основе процессного подхода / О. Каплина, Д. Зайченко // Маркетинг. – 2005. – № 4. – С. 24-38.
3. Куприна Н.М. Конкурентоспособность деятельности предприятия: виды и уровень / Н.М. Куприна // I Міжнародна наук.-практ. конф., зб. наук. праць «Формування ринкової економіки». – К. : КНЕУ, 2011. – С. 564-571.
4. Конкурентоспроможність підприємств в умовах ринкової економіки: у 3-х томах: Т. 3: Галузеві особливості конкурентоспроможності в умовах глобалізації: монографія / Т.Л. Мостенська, В.Я. Омельченко, О.О. Красноруцький, Ю.В. Ушкаренко, Н.С. Скопенко та ін.; За заг. ред. О.В. Захарченка, М.А. Зайця, В.С. Ніценка. – Одеса : ВМВ, 2015. – 572 с.
5. Погребняк Д.В. Методи діагностики конкурентоспроможності підприємства / Д.В. Погребняк // Проблеми підвищення ефективності інфраструктури: Зб. наук. праць. – 2011. – Вип. 32. – С. 45-51.
6. Гудзинський О.Д. Управління формуванням конкурентоспроможного потенціалу підприємств (теоретико-методологічний аспект) : монографія / О.Д. Гудзинський, С.М. Судомир, Т.О. Гуренко; Інститут підготовки кадрів державної служби зайнятості України. – К. : ІПК ДСЗУ, 2010. – 212 с.
7. Дикань В.Л. Методичні підходи до оцінки конкурентоспроможності підприємства / В.Л. Дикань, Т.В. Пономарьова // Вісник економіки транспорту і промисловості. Серія «Економіка». – 2011. – Вип. 36. – С. 100-105.

Рецензент:

Налобіна О.О., доктор технічних наук, професор, професор кафедри будівельних, дорожніх, меліоративних, сільськогосподарських машин та обладнання, Національний університет водного господарства та природокористування, Рівне, Україна.