

зовнішньоекономічної діяльності за своїм характером має бути комплексним і обов'язково включати такі важелі, котрі здатні забезпечувати зростання конкурентоспроможності товарів АПК на світових ринках і, в першу чергу, завдяки зниженню собівартості продукції щонайменше на 20 - 40 відсотків.

Список літератури

1. Береза І.В. Економічна безпека зовнішньоекономічної діяльності АПК / І.В. Береза // Вісник аграрної науки. – 1998. - №9. – С.73.
2. Лузан Ю.Я. Організаційно - економічний механізм забезпечення розвитку агропромислового виробництва України : теоретико – методологічний аспект / Ю.Я. Лузан // Економіка АПК. – 2011. - №2. – С.3.
3. Коломієць В.В. Прийняття стратегічних рішень у сфері експертно-імпорتنних операцій в умовах ринку / В.В. Коломієць // Економічні науки. – 2004. - №10. – С.103.
4. Грицюк Н.А. Іноваційні підходи до вивчення стану фінансової безпеки підприємств України / Н.А. Грицюк // Проблеми науки. – 2009. - №1. – С.16.
5. Береза І.В. Лізинг імпортної техніки в АПК / І.В. Береза // Агроінком. – 1998. - №6. – С.16.

В. Переверзев, В. Козачкова
Экономическая безопасность АПК

В статье раскрыто проблема экономической безопасности АПК в контексте современной ситуации на внутреннем и внешнем рынке.

V. Pereverzev, V. Kozachcova
Economic security of AIC

In the article it is exposed problem of economic security of AIC in the context of modern situation at the intenal and externat market.

Одержано 30.03.11

УДК 65.011: 338.242.2

Р.І. Жовновач, докторант, канд. екон. наук
Класичний приватний університет, м. Запоріжжя

Теоретико-методологічні підходи до оцінки конкурентоспроможності підприємств

В статті наведено теоретико-методологічні підходи до оцінки конкурентоспроможності підприємств. Встановлено об'єкт, мету, завдання та критерії визначення конкурентоспроможності підприємства залежно від суб'єктів її оцінювання. Представлено методику оцінки конкурентоспроможності підприємства.

конкурентоспроможність, рівень конкурентоспроможності, методи оцінки конкурентоспроможності

Постановка проблеми. Конкурентоспроможність підприємства виступає критерієм ефективності здійснення їх фінансово-господарської діяльності. Визначення рівня конкурентоспроможності – одне з актуальних питань в системі управління будь-якого підприємства. Потреба у вимірюванні конкурентоспроможності підприємства полягає в тому, що з'являються реальні шанси та можливості, *по-перше*, встановити

чинники, що впливають на конкурентоспроможність; *по-друге* – усвідомити, що показники конкурентоспроможності можуть бути надійним інструментом (хоча й не єдиним) для дослідження стану та перспектив розвитку діяльності підприємств; *по-третє* – дійсно стати конкурентоспроможним.

Таким чином, розробка і впровадження моделей і методів кількісної оцінки, аналізу і прогнозування конкурентоспроможності є одним із головних напрямів управління конкурентоспроможністю, що обумовлює необхідність виділення оцінки конкурентоспроможності підприємства в самостійну ділянку аналітичної роботи, результати якої повинні стати складовою прийняття управлінських рішень.

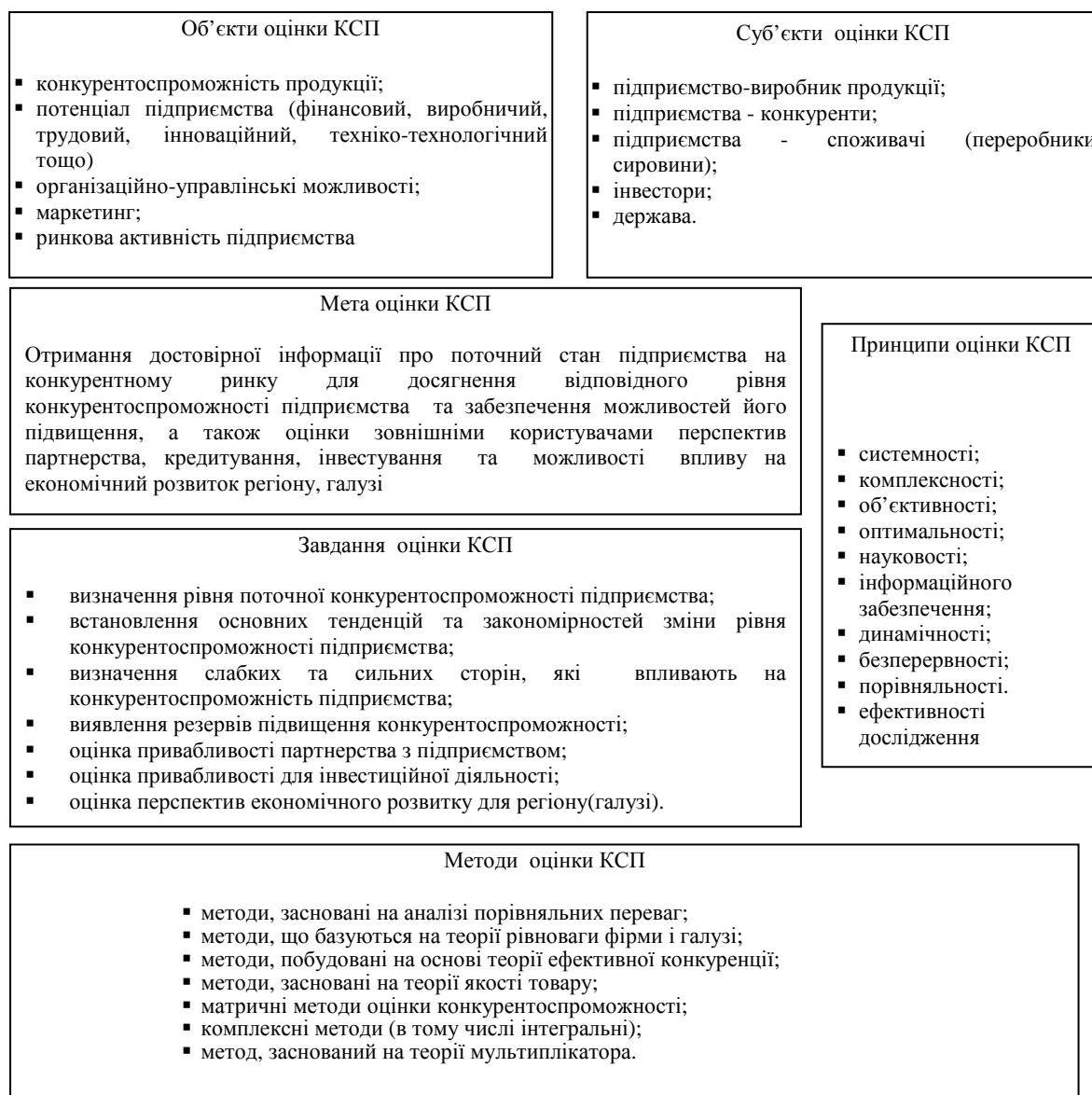
Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема оцінки конкурентоспроможності підприємства посідає важливе місце у сучасних економічних дослідженнях. Теоретико-методологічним і практичним аспектам формування механізму оцінки конкурентоспроможності підприємства присвячено праці таких зарубіжних науковців, як Ансофф І., Дойль П., Кенуелл Д., Прайснер А., Сазерленд Дж., Коллер Т., Котлер Ф., Коупленд Т., Портер М., Стрікленд А., Азоев Г.Л., Кузнецов В.І., Ліфшиц І.М., Фатхутдінов Р.А. та ін. Важливими в цьому напрямі є дослідження вітчизняних учених, зокрема, Воронкової А.Е., Іванова Ю.Б., Кваснюка Б.Є., Ковальчука К.Ф., Куденко Н.В., Павлової В.А., Саллі В.І., Скударя Г.М., Тарнавської Н.П., Чернеги О.Б., Шевчука В.О. Водночас не дістала належного висвітлення низка принципово важливих питань, пов'язаних з комплексним, всебічним дослідженням конкурентоспроможності підприємств. Недостатньо розроблено методичні підходи, критерії та система показників оцінки конкурентоспроможності з урахуванням інтересів суб'єктів оцінювання.

Метою статті є теоретичне обґрунтування комплексного підходу оцінки до конкурентоспроможності підприємства, формулювання основних положень, які необхідно враховувати при визначенні її рівня, та аналіз методів оцінки конкурентоспроможності підприємства.

Виклад основного матеріалу. Конкурентоспроможність підприємства є визначальною характеристикою оцінки його діяльності в умовах ринкових стосунків, і визначається мірою реального або потенційного задоволення підприємством потреб споживачів порівняно з підприємствами-конкурентами, що діють на даному ринку, при цьому підприємством дотримуються умови ефективної господарської діяльності і її практичної прибуткової реалізації в умовах ринку.

Оцінка конкурентоспроможності підприємства полягає в розрахунку, інтерпретації і оцінці комплексу показників, що характеризують стан ринкового середовища і різні сторони діяльності підприємства, які формують його конкурентоспроможність. У системному вигляді теоретико-методологічний підхід оцінки конкурентоспроможності підприємства представлено на рис.1. Він складається з трьох укрупнених організаційно-економічних блоків: об'єкт, суб'єкт, мета, завдання та принципи оцінки конкурентоспроможності підприємства; порядок виконання аналітичних процедур; інформаційне, методичне, нормативно-правове та технічне забезпечення оцінки конкурентоспроможності підприємства.

Блок 1



Блок 2

Порядок виконання

Блок 3

Інформаційне, методичне, нормативно-правове та технічне забезпечення оцінки КСП

Рисунок 1 - Методичні та теоретичні основи, на підставі яких формувалися дослідження конкурентоспроможності підприємства

Конкурентоспроможність підприємства можна розглядати з різних позицій залежно від суб'єктів її оцінювання, яких можна виділити у чотири групи:

- підприємство-виробник продукції (власники, акціонери, менеджери, персонал);
- підприємства - конкуренти;
- підприємства - споживачі (переробники сировини);
- інвестори;
- держава.

У кожного з них свої інтереси, мета та завдання щодо оцінки конкурентоспроможності підприємства. Отже, метою оцінки конкурентоспроможності

є отримання достовірної інформації про стан конкурентоспроможності підприємства, з одного боку, для прийняття рішення про її корегування з врахуванням поточного стану (положення) на конкурентному ринку, з іншого - про реалізацію конкретних планів зовнішніх користувачів інформації щодо наявності у даного підприємства перспектив партнерства, кредитування, інвестування та можливості впливу на економічний розвиток регіону, галузі.

В монографії Тарнавської Н.П. [1, с. 101-103] виділено основних користувачів інформації про конкурентоспроможність підприємства, представлених на рис. 2, та для кожного з них виокремлено пріоритетні аспекти і критерії оцінки конкурентоспроможності:

- для споживачів продукції (послуг) – здатність задовольняти їх потреби (вирішувати проблеми) на основі отримання товарів і послуг, що переважають конкурентів за необхідним набором параметрів, та можливість залучення споживача до формування бізнес-процесу суб'єкта господарювання;



Рисунок 2 - Ієрархія показників конкурентоспроможності суб'єктів господарювання залежно від пріоритету інтересів користувачів інформації [1].

- для конкурентів – здатність створювати поточні та стратегічні конкурентні переваги, які формуються на основі системи знань, умінь і навичок виробництва і збуту продукції, а також забезпечують гнучкість суб'єкта господарювання як економічної системи на засадах інноваційного розвитку;

- для персоналу (теперішнього і потенційного) – конкурентоспроможність системи винагород і вигод, яка обумовлює привабливість суб'єкта господарювання бути місцем реалізації трудового (у т. ч. креативного) потенціалу працівника, та очевидність перспектив розширення мотиваційного поля активізації трудової діяльності;

- для власників і менеджменту – платоспроможність, ліквідність, рентабельність капіталу, а також здатність до превентивного формування і використання системи знань, умінь і навичок спільного зі споживачем творення продукту, випереджуючи за часом теперішніх і можливих конкурентів;

- для інвесторів (у т. ч. й потенційних), кредиторів, партнерів – наявність сутнісних ознак, що є пріоритетом для власників, за умови стратегічної та інноваційної спрямованості потенціалу конкурентоспроможності (орієнтація на створення нових ринків та розширення існуючих) та високоякісного менеджменту, який забезпечує ефективне використання власних і залучених ресурсів, та гнучкість суб'єкта

господарювання як економічної системи в умовах існуючого конкурентного середовища;

- для держави – оцінка конкурентоспроможності підприємства з позиції її ролі в економіці та можливості впливу на економічний розвиток. При цьому оцінюється попит на продукцію підприємства, її значимість та обсяги продажу.

Система показників оцінки конкурентоспроможності підприємства, як будь-яка система, має будуватись на визначальних принципах. Андрушків Б.М. та Кузьмін О.Є. [2, с. 260], визначають принцип як вихідне положення економічної теорії, основне правило (керівний напрям) організації конкретної економічної діяльності. Оцінка конкурентоспроможності підприємства здійснюється на основі принципів системності, комплексності, об'єктивності, оптимальності, науковості, інформаційного забезпечення, динамічності, безперервності, порівняльності та ефективності дослідження.

Принцип системності передбачає визначення рівня конкурентоспроможності підприємства на основі синтезу і аналізу кількісних та якісних факторів формування конкурентоспроможності з врахуванням міжфакторного зв'язку та обумовленого ними синергічного ефекту. Всі показники, які використовуються для оцінки різних напрямів забезпечення конкурентоспроможності, повинні бути зведені в єдину систему.

Під комплексністю розуміється забезпечення повноти оцінки. Сутність цього принципу проявляється в тому, що результати дослідження конкурентоспроможності відображають всі значимі аспекти діяльності підприємства.

Об'єктивність оцінки конкурентоспроможності забезпечується наявністю достовірної інформації про внутрішні та зовнішні умови функціонування й розвитку підприємства та його реальну конкурентну позицію на ринку.

Відповідно до принципу оптимальності визначається не лише поточний стан конкурентоспроможності підприємства, а й оцінюється можливість реалізації заходів щодо її підвищення.

Встановлення рівня конкурентоспроможності підприємства ґрунтується також на дотриманні принципу науковості, який означає побудову системи оцінки показників конкурентоспроможності на наукових засадах з урахуванням вимог об'єктивних економічних законів. Цей принцип реалізується шляхом удосконалення теорії аналізу і галузевих методик, широкого впровадження сучасних економіко-математичних методів та ЕОМ.

Реалізація принципу інформаційного забезпечення можлива за умови побудови системи оцінки конкурентоспроможності на основі показників, розрахунок яких може бути забезпечений необхідною інформацією.

Динамічність передбачає вивчення чинників змін процесів підтримки та підвищення конкурентоспроможності підприємства

Принцип безперервності зумовлює необхідність безперервної оцінки конкурентоспроможності підприємства з метою своєчасної підготовки інформації для прийняття ефективного управлінського рішення.

Принцип порівняльності полягає в тому, що рівень конкурентоспроможності підприємства є відносною величиною і тому його доцільно визначати шляхом порівняння з аналогічними показниками підприємств-конкурентів, що належать до тієї ж галузі. Результатом такого порівняння є можливість виявлення сильних та слабких сторін підприємства та його позиціонування на ринку товару (послуг).

Принцип ефективності дослідження означає, що витрати на проведення дослідження конкурентоспроможності підприємства повинні бути найменшими при оптимальній глибині аналізу та його комплексності. З цією метою, крім доцільності організації, при його проведенні повинні широко використовуватися провідні методики, засоби, які полегшують роботу аналітика. У першу чергу, застосовують

більш раціональні методи збирання та зберігання даних, проведення розрахунків здійснюються з використанням комп'ютерної техніки та інших технічних засобів.

Дотримання названих принципів дозволить отримати науково-обгрунтовану систему оцінки конкурентоспроможності підприємства та є запорукою вирішення завдань і досягнення поставлених цілей.

Методики оцінки конкурентоспроможності підприємства переважно носять не описовий, а економічний, кількісний характер. Показники, які використовують для оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства відображають найбільш істотні результати його діяльності, а також потенційні та здатність реагувати на динамічні зміни чинників зовнішнього середовища.

Існує різні методи оцінки та вимірювання рівня конкурентоспроможності підприємства, всі вони досить різні, на не єдиний підхід.

В економічній літературі відсутній єдиний підхід до вимірювання рівня конкурентоспроможності підприємства. Проте існуючі методи її оцінки можна диференціювати на наступні групи [3]:

1. Методи, засновані на аналізі порівняльних переваг. Так, наприклад, метод компаративних переваг є одним із найстаріших. Він був розроблений ще за часів А. Сміта і Д. Рікардо. Наявність у країні переваг, які дозволяють забезпечити відносно низькі витрати виробництва в певній галузі, є передумовою для завоювання даною галуззю сильних ринкових позицій, тобто для її конкурентоспроможності.

2. Методи, що базуються на теорії рівноваги фірми і галузі. Ці методи базуються на теорії рівноваги фірми і галузі А. Маршалла і теорії факторів виробництва [4]. Підприємство досягає рівноваги тоді, коли у виробника не існує стимулів для переходу в інший стан, тобто, для зміни обсягу виробництва (зміни своєї частки на ринку). В умовах рівноваги виробника (при досягненні максимально можливого обсягу випуску й збуту товару за незмінного характеру попиту й рівня розвитку техніки на даному ринку) кожний із факторів виробництва використовується з однаковою й одночасно – найбільшою продуктивністю.

3. Методи, побудованих на основі теорії ефективної конкуренції; За таким методом більш конкурентоспроможним є підприємство, у якого найкращим чином організована робота всіх підрозділів, ефективність діяльності яких визначає наявність ресурсів. Метод передбачає використання наступних груп показників: ефективності управління виробничим процесом, ефективності виробничо-збутової діяльності підприємства, фінансової стійкості підприємства [5].

4. Методи, заснованих на теорії якості товару. Відповідно до методики виявляються різні критерії задоволення запитів споживачів стосовно певного продукту, встановлюються їхня ієрархія й порівняльна важливість у межах того спектра характеристик, які в змозі помітити й оцінити споживач, здійснюються порівняння техніко економічних даних продукту з іншими конкуруючими продуктами.;

5. Особливу увагу дослідженні методів приділено матричним методам оцінки конкурентоспроможності підприємства. На відміну від методу рівноваги фірм та галузі ці методи розглядають підприємство у тісному взаємозв'язку з галуззю в цілому: стадією життєвого циклу товару, фірми або галузі; темпами розвитку галузі (ринку); привабливістю галузі (ринку); значущістю галузі для економіки в цілому і ін. Матричний метод розроблений у середині 70 х років Бостонською консалтинговою групою. Теоретичною базою матричних методів слугує концепція життєвого циклу товару й технології., має в основі аналіз конкурентоспроможності з урахуванням життєвого циклу товару (послуги). Сутність оцінки полягає в аналізі матриці, побудованої за принципом системи координат: по горизонталі - темпи зростання/скорочення кількості продажів у лінійному масштабі; по вертикалі - відносна частка товару/послуги на ринку. Найбільш конкурентоспроможними вважаються підприємства, які займають значну частку на швидкозростаючому ринку. комплексних

методів (в тому числі інтегральні). Застосування матричних методів оцінки необхідне при прийнятті стратегічних рішень і виборі конкурентної стратегії, що є основою формування сталої конкурентної позиції підприємства на ринку. Матриці використовуються при виборі стратегій на всіх рівнях стратегічної піраміди підприємства, на кожному з яких матричний аналіз має свою специфіку. Для цілей розробки стратегії кожний продукт підприємства, його господарські підрозділи розглядаються незалежно один від одного, що дозволяє порівнювати їх між собою й з конкурентами.

6. Методу, заснованого на теорії мультиплікатора. Поняття мультиплікатора було введено англійським економістом Р.Каном у 1931 р. Подальший розвиток воно одержало в теорії Дж. Кейнса, а також у роботах А. Хансена, Р. Харрода, Дж.Хікса, П. Семуельсона та ін. Оціночні коефіцієнти чи мультиплікатори – це відносні показники, котрі визначаються як співвідношення окремого суттєвого вартість-формульованого критерію з певною фінансово-економічною базою. Зіставлення мультиплікаторів дає змогу оцінити конкурентоспроможність підприємств на основі зіставлення значень окремих показників аналогічних підприємств. Метод ґрунтується на тезі про рівність окремих мультиплікаторів, розрахованих для підприємств-аналогів.

7. Інтегральні методи оцінки конкурентоспроможності, відповідно до яких інтегральний показник конкурентоспроможності підприємства містить ряд критеріїв конкурентоспроможності. Більшість методів оцінки конкурентоспроможності підприємства будуються на застосуванні коефіцієнтів аналізу виробничої діяльності, фінансового стану, ефективності інвестицій тощо. [6] Найбільш обґрунтованим є використання комплексних методичних підходів (в тому числі інтегральної оцінки конкурентоспроможності), націлених на розробку зведеного показника рівня конкурентоспроможності.

Сутність комплексного підходу до оцінки конкурентоспроможності полягає в тому, щоб забезпечити максимальну конкурентоспроможність об'єкту дослідження на основі врахування факторів формування конкурентоспроможності підприємства.

Призначення методик комплексної оцінки конкурентоспроможності підприємства реалізується у виявленні наявних ресурсів підприємства, оцінки ефективності використання потенціалу конкурентоспроможності і визначення рівня його конкурентоспроможності відносно підприємств, які функціонують в одній галузі та належать одній продуктивній групі. Таким чином, використовуючи методику комплексної оцінки, конкурентоспроможність підприємства можна представити у вигляді функції, наведеної у формулі 1.

$$КСП = f(\Phi, B, П, Т, У, М, Р), \quad (1)$$

де КСП- конкурентоспроможність підприємства, що змінюється в межах [0,1] і залежить від наступних змінних:

Φ - Фінанси.

B - Виробничий потенціал.

П - Персонал

Т- Технологія та науково-дослідний потенціал.

У- Організація та управління.

М- Маркетинг

Р - Ринкова активність.

Основну методологію визначення рівня конкурентоспроможності вітчизняних підприємств складають методи, представлені на рис 3



Рисунок 3 - Методичні основи, на підставі яких здійснюється оцінка конкурентоспроможності підприємства

Кожний із розглянутих методів має свої вади й переваги. Проте для підприємства, яке розглядає підвищення конкурентоспроможності як необхідність у процесі інтернаціоналізації своєї діяльності, важливо використовувати такі методичні підходи в оцінці цього рівня, які б максимальною мірою були придатними для розробки відповідних програм дій у напрямі реалізації обраної стратегії інтернаціоналізації. Крім того, оцінка конкурентоспроможності підприємства повинна враховувати галузеві особливості функціонування підприємства, що має відбиватися у виокремленні найбільш прийнятних показників оцінювання. Оцінка може ґрунтуватися як на кількісних, так і на якісних показниках. Але однозначну економічну інтерпретацію дає саме кількісне вираження показників.

Висновки. Проведений аналіз існуючих теоретико-методичних підходів щодо визначення конкурентоспроможності підприємств дозволяє зробити висновок про те, що більшість з них заснована на порівнянні досліджуваного підприємства з відповідною базою (лідером). Конкурентоспроможність може бути визначена тільки зіставленням декількох аналогічних об'єктів і тому являє собою відносний показник. Рівень конкурентоспроможності слід визначати в умовах конкретного ринку або його сектора (сегмента). Найбільш обґрунтованим є використання комплексних методичних підходів (в тому числі інтегральної оцінки конкурентоспроможності), націлених на розробку зведеного показника рівня конкурентоспроможності.

Список літератури

1. Тарнавська Н. П. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теорія, методологія, практика / Наталія Петрівна Тарнавська. – Тернопіль: Економічна думка, 2008. – 570 с.
2. Андрушків Б.М., Кузьмін О.Є. Основи менеджменту. – Львів: Світ, 1995. – 296 с.
3. Іванов Ю. Б. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка, діагностика, стратегія: научн. издание / Ю. Б. Іванов, А. Н. Тищенко, Н. А. Дробитько, О. С. Абрамова.– Х.: Изд. ХНЭУ, 2004.– 256 с.

4. Маршалл А. Принципы экономической науки / А.Маршалл [в 3-х т.] — М.: Прогресс-Универс, 1993.- 414с.
5. Адамик В. Оцінка конкурентоспроможності підприємства / В.Адамик, Г.Вербицька // Вісник Тернопільського національного економічного університету. – 2008. – № 1. – С.69-78.
6. Фасхiev X.A., Попова E.B. Как измерить конкурентоспособность предприятия // Маркетинг в России и за рубежом. – 2003. – № 4. – С.53-68.

Р. Жовновач

Теоретико-методологические подходы к оценке конкурентоспособности предприятий

В статье представлены теоретико-методологические подходы к оценке конкурентоспособности предприятий. Установлен объект, цель, задачи и критерии оценки конкурентоспособности предприятия в зависимости от субъектов ее оценивания. Представлена методика оценки конкурентоспособности предприятия.

R. Zhovnovach

Theoretical and Methodological Approaches to the Evaluation of Enterprise's Competitiveness

In the article theoretical and methodological approaches to the evaluation of enterprise's competitiveness are given. The object, aim, tasks and criteria of the definition of enterprise's competitiveness are formed according to the subjects of its evaluation. The procedure of evaluation of enterprise's competitiveness is offered.

Одержано 20.04.11

УДК 330.341.12

Ю.В. Великий, доц., канд. екон. наук

Європейський університет, Миколаївська філія

Формування стратегії інноваційного розвитку підприємств машинобудування

Розглядаються теоретичні та методичні засади розроблення та реалізації стратегії інноваційного розвитку підприємства; поглиблено поняття інноваційного розвитку; подані характеристика стратегії інноваційного розвитку та методологія її формування.

інноваційний розвиток, стратегія інноваційного розвитку, формування стратегії інноваційного розвитку, інноваційний потенціал підприємства

Машинобудівні підприємства на ринку товарів та послуг можуть успішно конкурувати лише за умови використання нових продуктів чи процесів їх виробництва та споживання. Така діяльність підприємств має інноваційний характер і відіграє ключову роль в їх життєдіяльності. Загострення ж конкурентної боротьби, що спостерігається зараз на світовому ринку, та зниження конкурентоспроможності вітчизняних машинобудівних підприємств, обумовлюють необхідність їх інноваційного розвитку. Причому кризова ситуація в інноваційній сфері української економіки зумовлена, перш за все, відсутністю стратегії інноваційного розвитку. За таких умов необхідний інноваційний розвиток вітчизняних підприємств, який дозволив би їм вдосконалюватися, стати більш інвестиційно-привабливими, та як наслідок - конкурувати з іноземними фірмами. Але для ефективного інноваційного розвитку необхідно застосувати стратегічне управління оскільки стратегія є інструментом створення і підтримки домінування машинобудівних підприємств, яка базується на здатності створювати якіснішу продукцію ніж конкуренти.