

10. Попова О. Л. Сталий розвиток агросфери України: політика і механізми / О. Л. Попова. – К. : Ін-т екон. і прогнозів. НАН України, 2009. – 352 с.
11. Россоха В. В. Теоретико-методичні засади формування, розвитку та оцінювання виробничого потенціалу сільськогосподарського підприємства / В. В. Россоха. – К. : ННЦ ІАЕ, 2009. – 94 с.
12. Саблук П. Т. та ін. Глобалізація і продовольство: монографія / П. Т. Саблук, О. Г. Білорус, В. І. Власов. – К. : ННЦ ІАЕ, 2008. – 632 с.
13. Ульяновченко О. В. Управління ресурсним потенціалом в аграрному секторі економіки: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня доктора економ. наук: спец. 08.00.03 «економіка та управл. нац. госп.» / О. В. Ульяновченко. – К., 2008. – 38 с.
14. Шибанін В. С. Системне оновлення і розвиток матеріально-ресурсного потенціалу сільського господарства / В. С. Шибанін. – К. : ННЦ ІАЕ, 2005. – 276 с.

УДК 631.145 (477)

Лаготюк В. О.,
Буковинський державний фінансово-економічний університет,
м. Чернівці

Аналіз існуючих підходів до оцінки конкурентоспроможності

Для збереження високого рівня ефективності і конкурентоспроможності підприємствам варто постійно оцінювати свою конкурентоспроможність використовуючи різноманітні підходи і методи. Висвітлено особливості оцінювання конкурентоспроможності підприємств. Проаналізовано існуючі методи оцінювання конкурентоспроможності підприємств. Для цього запропоновано комплексний алгоритм оцінки конкурентоспроможності на основі проведення стратегічного аналізу та розрахунку інтегрального показника конкурентоспроможності.

Ключові слова: конкурентоспроможність, рівень конкурентоспроможності, оцінювання конкурентоспроможності.

Для сохранения высокого уровня эффективности и конкурентоспособности предприятиям следует постоянно оценивать свою конкурентоспособность используя различные подходы и методы. Отражены особенности оценивания конкурентоспособности предприятий. Проведено анализ существующих методов оценивания конкурентоспособности предприятий. Для этого предложено комплексный алгоритм оценки конкурентоспособности на основе проведения стратегического анализа и расчета интегрального показателя конкурентоспособности.

Ключевые слова: конкурентоспособность, уровень конкурентоспособности, оценивание конкурентоспособности.

To maintain a high level of efficiency and competitiveness of businesses should constantly evaluate their competitiveness by using a variety of approaches and methods. The peculiarities of enterprises competitiveness are elucidated. The analysis of the existing methods of evaluation of the competitiveness of enterprises. For these purposes the complex methodology assessing the competitiveness based on the strategic analysis carried out and the calculation of the competitiveness integral indicator are proposed.

Keywords: competitiveness, the competitiveness level, evaluation of the competitiveness.

Вступ. Сучасне динамічне зовнішнє середовище спонукає вітчизняні підприємства до вироблення та реалізації механізмів ефективної конкурентної боротьби і досягнення стійких переваг, що передбачає необхідність упровадження в практику стратегій довготермінового виживання та, за необхідності, їх коригування чи поновлення. За відсутності комплексної методики аналізу конкурентоспроможності підприємства виникає низка важливих питань, які потребують вирішення. Для досягнення належної

конкурентоспроможності підприємства необхідні тривалий час і значні зусилля. Комплексне виконання цих завдань є прерогативою стратегічного управління, в основі якого – стратегічний аналіз. Розроблення ефективних методик стратегічного аналізу конкурентоспроможності підприємства зумовлює необхідність дослідження конкурентоспроможності, критеріїв та методів її оцінки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналіз літературних джерел дає підстави стверджувати, що проблеми оцінки конкурентоспроможності підприємств постійно перебувають у центрі уваги вчених-економістів. Різні аспекти оцінки конкурентоспроможності підприємств розглянуто в працях: В. Арестенка [1], Т. Буденюка [2], Р. Журила [3], Н. Захаркевич [4], Ф. Котлера [6], М. Кропивка [7], Л. Маюги [8], С. Нестеренка [10], В. Олійника [11], Н. Ольховської [12], М. Портера [13], О. Прокопенка [14], О. Рудича [15], Р. Фатхудінова [16] та інших вітчизняних та зарубіжних науковців. Зазвичай розглядаються основні показники та методики оцінки конкурентоспроможності підприємств. Хоч немало уваги приділяється розробці методів оцінки конкурентоспроможності підприємств, досі не сформульовано єдиної загальноприйнятої методики оцінки конкурентоспроможності.

Постановка завдання. Для ефективного функціонування підприємств необхідно постійно оцінювати і аналізувати свою конкурентоспроможність. Зокрема, важливо сформулювати комплексну методику оцінки конкурентоспроможності підприємств, яка б мала стратегічну орієнтованість. Важливою передумовою ефективного функціонування підприємств є підтримання високого рівня конкурентоспроможності. В сучасних умовах необхідно проаналізувати і виокремити методи, які дозволяють найкраще оцінити конкурентоспроможність вітчизняних підприємств.

Виклад основного матеріалу. Є підстави зазначити, погоджуючись із думкою багатьох вітчизняних і зарубіжних вчених, що на даний час відсутня певна загальноприйнята методика визначення конкурентоспроможності підприємства. Але можна сказати, що науковцями запропоновано численні методичні підходи щодо визначення рівня конкурентоспроможності підприємств.

Скажімо, Р. М. Журило пропонує використовувати при оцінці конкурентоспроможності підприємств:

- методи оцінки конкурентоспроможності за ринковою часткою;
- матричні методи оцінки конкурентоспроможності;
- методи засновані на теорії якості товару;
- методи засновані на теорії ефективної конкуренції [3, с. 127].

Конкурентоспроможність за ринковою часткою дозволяє визначити рівень конкурентоспроможності на основі критеріїв оцінки, що подані в табл. 1.

Таблиця 1

**Оцінка конкурентоспроможності підприємства
за ринковою часткою**

Рівень конкурентоспроможності	Критерій оцінки
1	2
Високий	Частка ринку конкретного підприємства перевищує частку ринку пріоритетного конкурента
Середній	Частка ринку конкретного підприємства дорівнює частці ринку пріоритетного конкурента
Низький	Частка ринку конкретного підприємства значно нижча, ніж частка ринку пріоритетного конкурента

Джерело: [3, с. 128].

Досить поширеними методами оцінки конкурентоспроможності підприємств являються матричні методи. Дані методи дозволяють оцінити конкурентоспроможність підприємств враховуючи вплив зовнішнього і внутрішнього середовища, яке має значний вплив на конкурентоспроможність підприємства. Поширенню використання зазначених методів оцінки сприяє те, що значна увага на зарубіжних підприємствах приділяється стратегічному аналізу. Нині й на вітчизняних підприємствах поширюється практика використання стратегічного аналізу як ефективного засобу оцінки діяльності підприємств.

У найбільш загальному вигляді стратегічний аналіз – це комплексне дослідження економічної системи за параметрами, які визначають її майбутній стан. Метою стратегічного аналізу конкурентоспроможності підприємства є виявлення позитивних і негативних факторів, які можуть вплинути на формування та розвиток елементів потенціалу у конкурентному середовищі.

Для проведення стратегічного аналізу конкурентного середовища підприємства можуть використовувати методи SWOT, PEST, PIMS, SPACE, LOTS. Дані методи дають змогу оцінити як зовнішнє так і внутрішнє середовище підприємства.

Є також матричний метод оцінки конкурентоспроможності, розроблений Бостонською консалтинговою групою. Він 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 або скорочення кількості продажів у лінійному масштабі; по вертикалі – відносна частка товару або послуги на ринку. Найбільш конкурентоспроможними вважаються підприємства, які займають значну частку на швидкозростаючому ринку.

Досвід застосування матричних методів показує, що вони себе виправдовують не дивлячись на досить складні і трудомісткі підготовчі розрахунки. Формується стійка методична база, що забезпечує необхідну орієнтацію керівництва на підтримку конкурентних позицій підприємства.

Методи, що засновані на теорії якості товару як основному показнику для оцінки товару або послуги підприємства, послуговуються тезою про те, що конкурентоспроможність виробника тим вища, чим вища конкурентоспроможність його продукції. Як показник, що оцінює конкурентоспроможність товару чи послуги, використовують співвідношення двох характеристик ціни і якості. Чим вища різниця між споживчою цінністю товару для покупця і ціною, яку він за нього платить, тим вищий запас конкурентоспроможності товару, частка споживача.

Перевагою цього методу є те, що він враховує найважливіший аспект, який впливає на конкурентоспроможність підприємства – конкурентоспроможність товару. А недоліком є те, що він дозволяє отримати вельми обмежене уявлення про переваги та недоліки в роботі підприємства, оскільки конкурентоспроможність підприємства розглядається як конкурентоспроможність товару і не враховуються інші аспекти.

Більш повну оцінку конкурентоспроможності підприємства дозволяють одержати методи, що базуються на теорії ефективної конкуренції.

Відповідно до цієї теорії більш конкурентоспроможними є ті підприємства, де найкраще організовано виробництво і збут продукції, ефективне управління фінансами.

Найяскравішим прикладом цього підходу, на нашу думку, є методика консультаційної американської фірми «D and B», яка використовується для оцінки конкурентоспроможності галузі окремо узятій країни і підприємств усередині цієї галузі [3, с. 129].

Предметом аналізу тут виступають три групи показників. До першої групи входять показники, що відображають ефективність виробничо-збутової діяльності підприємств: відношення чистого прибутку до чистої вартості матеріальних активів, відношення чистого прибутку до чистого оборотного капіталу.

Показники другої групи характеризують стан виробничої сфери підприємства – в основному інтенсивність використання основного і оборотного капіталу: відношення чистих продажів до чистої вартості матеріальних активів, відношення чистих продажів до чистого оборотного капіталу, відношення чистих продажів до вартості матеріально-виробничих запасів, відношення основного капіталу до вартості матеріальних активів, відношення матеріально-виробничих запасів до чистого оборотного капіталу.

Третю групу складають показники, пов'язані з фінансовою діяльністю підприємств: відношення оборотного капіталу до поточного боргу, період оплати поточних рахунків, відношення поточного боргу до вартості матеріальних активів, відношення загального боргу до вартості матеріальних активів, відношення поточного боргу до вартості матеріально-виробничих запасів, відношення довгострокових зобов'язань до чистого оборотного капіталу.

Незаперечною перевагою цього методу є використання показників, що дозволяють проводити аналіз роботи підприємства і робити висновки про різні сторони його господарської діяльності. Разом з тим даний метод не позбавлений недоліків. По-перше, він не враховує диференціацію важливості окремих показників в оцінці, що може призвести до неоднозначності думок про конкурентоспроможність. По-друге, використання великого числа показників, що нерідко дублюють один одного, ускладнює проведення аналізу ситуації. По-третє, у цьому методі не враховуються прямі показники конкурентоспроможності товару – якість і ціна. Використання непрямих показників характеризує швидше ефективність організації і функціонування системи збуту і просування товару, ніж його реальну конкурентоспроможність [4, с. 15].

Для оцінки конкурентоспроможності підприємства Ф. Котлер пропонує провести порівняння з існуючими конкурентами – *benchmarking*, згідно з яким підприємство повинно постійно порівнювати свої товари, ціни, канали збуту і методи стимулювання збуту з тими, які використовують його найбільші конкуренти. У такий спосіб підприємство може знайти місця своїх невикористаних потенційних конкурентних переваг [6, с. 202].

Так, В. Арестенко [1], Н. Захаркевич [4] та Л. Малюга [8] виділяють різні моделі оцінки конкурентоспроможності, в основу яких покладено узагальнюючий показник – коефіцієнт конкурентоспроможності.

Деякі з них пропонують розраховувати коефіцієнт конкурентоспроможності співвідношенням доходів до витрат підприємства. Коефіцієнт співвідношення характеризує здатність підприємства до виживання і повинен перевищувати одиницю, що означає прибуткову діяльність суб'єкта конкуренції. Чим вища величина коефіцієнта, тим міцніші позиції підприємства на ринку [17; 12; 13].

Р. Фатхудінов пропонує методикку оцінки конкурентоспроможності підприємства, за якою рівень конкурентоспроможності слід вважати як середньозважену величину за показниками конкурентоспроможності конкретних товарів на конкретних ринках [16].

Р. Фатхудінов пропонує визначати рівень конкурентоспроможності підприємства за наступною формулою:

$$\sum_{i=1}^n \delta_i b_j k_{ij} \rightarrow 1 \quad (1)$$

де δ_i – питома вага i -го товару підприємства в обсязі продажу за аналізований період;

b_j – показник значимості ринку, на якому представлений товар підприємства;

k_{ij} – конкурентоспроможність i -го товару на j -му ринку.

Але, оскільки підприємства здебільшого мають диверсифікований продуктивний портфель і працюють на декількох цільових ринках, застосування такого методичного підходу до оцінки конкурентоспроможності буде значно ускладнюватися.

Як зазначається в праці В. Арестенка, ще одним поширеним показником рівня конкурентоспроможності підприємства є конкурентний статус, який визначає можливість ведення конкурентної боротьби та комплексно враховує (в межах від нуля до одиниці) рівень ресурсного забезпечення, готовність підприємства до реалізації стратегічних цілей і завдань, ступінь освоєння ним потенційних можливостей, сприятливість умов зовнішнього середовища для створення та підтримки конкурентних переваг. При значеннях: $0 < КС < 0,4$ – слабка позиція; $0,5 < КС < 0,7$ – середня позиція; $0,8 < КС < 1,0$ – достатньо сильна позиція підприємства [1, с. 13].

Більшість існуючих в економічній науці методів оцінки конкурентоспроможності підприємств базуються на спрощеній структурі економічного явища, що досліджується: вони не враховують наявності рівня частинних ознак конкурентоспроможності. Крім того, визнання багатьма авторами необхідності комплексної оцінки конкурентоспроможності підприємств не втілюється у розумінні латентного характеру даного показника з усіма наслідками, що випливають з теоретичного положення, зокрема можливості застосування багатовимірних статистичних методів [1, с. 14].

У процесі такого оцінювання вагові коефіцієнти окремих чинників визначаються експертним шляхом, що вносить певний суб'єктивізм в отримані результати, які часто не мають реального економічного змісту. При цьому брак об'єктивності підсилюється довільним переліком головних групових та первинних факторів, що включаються до складу інтегрального показника окремими дослідниками.

Деякі методики оцінювання конкурентоспроможності підприємств засновані на використанні оцінок конкурентоспроможності окремих товарів, які, в свою чергу, не є бездоганними в теоретичному та методологічному сенсі та містять можливість принципового протиріччя між указаними показниками.

Слід зауважити, що значна кількість робіт науковців, присвячених методам оцінки конкурентоспроможності підприємства, в тому чи іншому вигляді спирається на ідею екстраполяції минулих результатів діяльності підприємства на найближче майбутнє [3, с. 127]. Ця ідея реалізується в тому, що інтегральний показник конкурентоспроможності визначається на основі показників фактичної діяльності підприємства в минулому, які свідчать про певні результати конкурентної боротьби, досягнуті підприємством у попередній період. До таких показників традиційно відносять показники рентабельності виробництва і продажів, частки ринку, частки продукції, що експортується підприємством, і т.п. Передбачається, що, якщо підприємство демонструвало, наприклад, хороший рівень таких показників в минулому, то воно продемонструє аналогічні результати і в найближчому майбутньому. На цій підставі таке підприємство на даний момент часу вважається конкурентоспроможним.

Основним і досить істотним методологічним недоліком такої ідеології є неможливість урахування зовнішніх умов функціонування підприємства в

майбутньому. По суті, у відповідних методиках, як і в цілому у всіх методах екстраполяції, за умовчанням передбачається, що тенденції динаміки зовнішнього середовища залишаться в найближчій перспективі незмінними.

Найбільш поширені методики, що представляють собою комбінацію двох попередніх підходів, тобто методики, що передбачають побудову інтегральних показників конкурентоспроможності на основі ознак фактичної діяльності підприємства в минулому та характеристики його потенційних можливостей, що з методологічної точки зору досить ефективно [17, с. 21].

Аналізуючи вище описані методи оцінки конкурентоспроможності підприємств можна зазначити, що для більш ефективної оцінки цієї категорії необхідно застосовувати комплексні методи, які дозволять оцінити конкурентоспроможність підприємства враховуючи різні чинники, що на неї впливають.

На основі цього ми пропонуємо використовувати вдосконалений алгоритм оцінки конкурентоспроможності. Цей алгоритм дасть змогу оцінити як стан конкурентного середовища так і показники конкурентоспроможності підприємства. Алгоритм подано на рисунку 1.

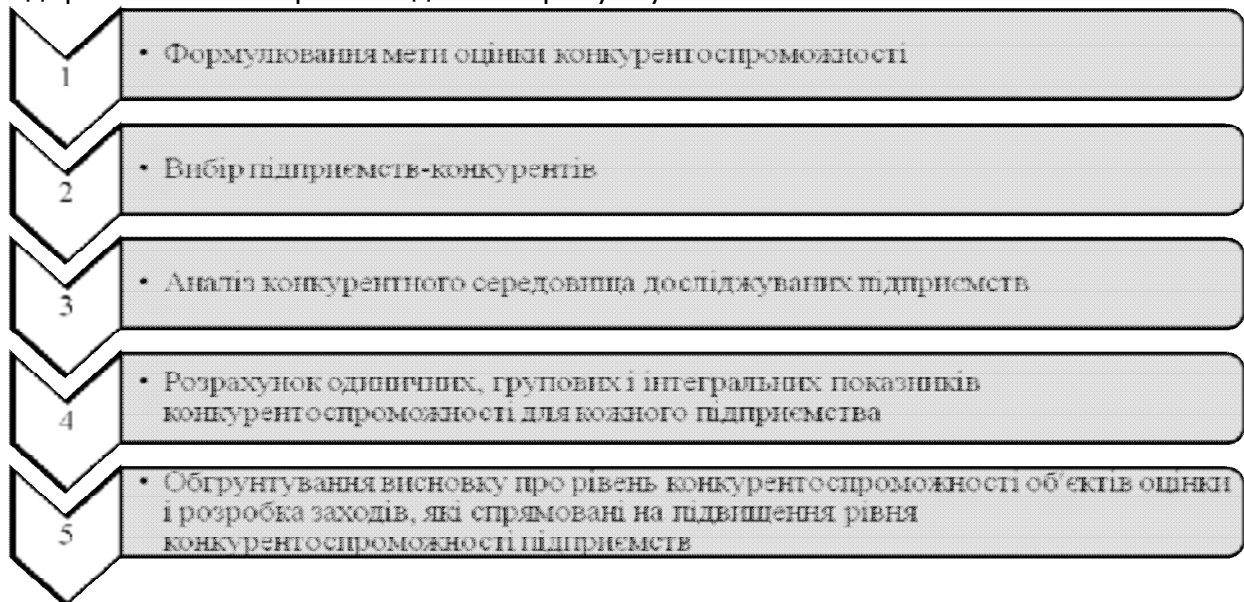


Рис. 1. Алгоритм оцінювання конкурентоспроможності підприємств на внутрішніх та світових ринках

Джерело: розроблено автором.

Висновки і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. На даний час немає чітко сформованої методики, яка б оцінювала конкурентоспроможність підприємств враховуючи всі аспекти його діяльності і разом з тим вплив зовнішнього середовища на нього. У зв'язку з цим можна виділити наступні особливості оцінювання конкурентоспроможності:

- використання комплексних методик оцінки показника конкурентоспроможності;
- особливий пріоритет матимуть методики засновані на використанні економіко-математичного моделювання, насамперед за допомогою комп'ютерних програм;
- відсутність спільної позиції у трактуванні категорії «конкурентоспроможності», що ускладнює вибір системи показників для її оцінки;
- вищий показник конкурентоспроможності мають підприємства, які діють у складі крупних об'єднань.

В сучасних умовах необхідно формувати комплексні методики оцінки конкурентоспроможності провідну роль в яких повинні відігравати економіко-математичні методи. Доцільно буде в перспективі провести оцінку конкурентоспроможності конкретних підприємств використовуючи вищезазначені підходи та алгоритм. На основі цього можна буде визначити ефективність пропонованих методів і алгоритму оцінювання конкурентоспроможності.

Список використаних джерел

1. Арестенко В. В. Методи і моделі оцінювання конкурентоспроможності підприємств АПК / В. В. Арестенко // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – №10. – С. 10-16. – Бібліогр.: с. 15-16.
2. Бурденюк Т. Г. Критерії конкурентоспроможності та їх оцінка / Т. Г. Бурденюк // Стан і перспективи розвитку обліково-інформаційної системи в Україні : матеріали Міжнар. наук-практ. конф., 23-24 квітня 2010 р. – Тернопіль : Крок, 2010. – С. 39-41.
3. Журило Р. М. Порівняльна характеристика існуючих методів до оцінки конкурентоспроможності підприємства / Р. М. Журило // Економіка і регіон. – 2009. – № 4.– С. 124-130.
4. Захаркевич Н. П. Методичні підходи до оцінки конкурентоспроможності підприємств цукрового виробництва регіону [Електронний ресурс] : автореф. дис. канд. екон. наук. : спец. 08.10.01. «Розміщення продуктивних сил та регіональна економіка» / Н. П. Захаркевич ; Науково-дослідний економічний інститут Міністерства економіки України. – К., 2006. – 21 с. – Бібліогр.: С. 18-19. – Режим доступу : www.economix.com.ua/?page=full_manid&num=65.
5. Кирилюк Д. О. Аналіз сучасного стану ринку продукції птахівництва в Україні / Д. О. Кирилюк // Економіка АПК. – 2014. – № 2. – С. 116.
6. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент : навч. посібник / Ф. Котлер. – СПб. : Питер, 2001. – 496 с.
7. Кропивко М. Ф. Підвищення конкурентоспроможності та соціальної спрямованості агропромислового виробництва на основі розвитку кластерних систем / М. Ф. Кропивко // Економіка АПК. – 2013. – № 3. – С. 3.
8. Малюга Л. Оцінка конкурентоспроможності аграрних підприємств / Л. Малюга // Економіст. – 2009. – №9.– С. 50-53.
9. Маркетингові дослідження ринків птахівництва України і Світу [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://market.avianua.com>.
10. Нестеренко С. А. Кластери як одна із форм управління конкурентоспроможністю підприємств / С. А. Нестеренко // Економіка АПК. – 2014. – № 1. – С. 52.
11. Олійник В. В. Особливості визначення конкурентоспроможності продукції / В. В. Олійник // Економіка АПК. – 2009. – №5.– С. 128-132.
12. Ольховська Н. А. Методика оцінки конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції / Н. А. Ольховська // Економіка АПК. – 2008. – №11.– С. 116-119.
13. Прокопенко О. В. Удосконалення науково-методичного підходу до оцінки конкурентоспроможності продукції на міжнародному ринку / О. В. Прокопенко // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2010. – №2. – С. 22-25.
14. Рудич О. О. Методичні підходи до оцінки конкурентоспроможності м'ясопереробних підприємств / О. О. Рудич // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – №8. – С. 150-157.
15. Союз птахівників України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.poultryukraine.com>.
16. Фатхутдинов Р. А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление / Р. А. Фатхутдинов. – М. : ИНФРА-М, 2000. – 312 с.
17. Дослідження Світового економічного форуму у співпраці з Citigroup, Marsh&McLennan Companies, Swiss Re, Wharton School Rick Center. Запозичено: Інвестгазета. – 15-21.01.2007. – С. 20-21.