

ЕКОНОМІКА, ПРАВО ТА КЕРУВАННЯ В ІНЖЕНЕРНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

УДК 336.21

А.Г. Куковский, к.т.н.
В.А. Познаховський, к.е.н.

АНАЛІТИЧНІ МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Національний університет водного господарства та природокористування, м.Рівне

В статті досліджено аналітичні методи оцінки конкурентоспроможності підприємства, проведено їх критичний аналіз, розкрито особливості та сфера застосування.

Ключові слова: конкурентоспроможність, методи оцінювання, фактори впливу.

Вступ

Нова для вітчизняної економіки ситуація переходу від конкуренції за ресурси до конкуренції за споживача ставить задачу поглибленого осмислення такого комплексного поняття як конкурентоздатність. Складність та багатогранність предмету дослідження вимагають більш чіткого визначення самого поняття конкурентоздатності як важливої ринкової категорії, вироблення системи методів її адекватної оцінки і аналізу факторів, які на неї впливають, що і стало основним завданням дослідження.

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 й оцінки. Це ускладнює дослідження діяльності суб'єктів господарювання і визначення ролі та місця кожного підприємства в галузі і у національній економіці. Відсутність надійного інструментарію для характеристики рівня конкурентоспроможності підприємств визначає необхідність розробки відповідних теоретичних і методичних питань.

Аналіз публікацій

Вирішенню теоретичних та методичних проблем аналізу конкурентоспроможності присвячені роботи таких відомих зарубіжних та вітчизняних науковців як А.Ю. Юданов, І. Ансофф, М. Портер, Ж.-Ж. Ламбен, Г.Л. Азоев, В.Г. Герасимчук, Р.А. Фатхутдінов, А.А. Мазаракі, Н.М. Ушакова, Л.Є. Довгань, З.Є. Шершньова та інші. Проте досі не має єдиного усталеного визначення поняття конкурентоспроможності, практично не розроблена загальноприйнята методика її оцінювання, потребують уточнення підходи до аналізу конкурентоспроможності підприємств різних галузей економіки, що мають свої особливості.

Необхідно зазначити, що єдиного загальноприйнятого в економічній науці визначення конкурентоспроможності не існує. Так, Фатхутдінов Р.А. визначає її як властивість об'єктів, що характеризує ступінь задоволення конкретної потреби, порівняно з найкращими аналогічними об'єктами, представленими на даному ринку [9, с.151]. Немцов В. Д. під конкурентоспроможністю розуміє комплексну порівняльну характеристику підприємства, яка відображає ступінь переваги сукупності оціночних показників його діяльності, що визначають успіх підприємства на певному ринку за певний проміжок часу, відносно сукупності показників конкурентів [5].

Мета статті

Запропонувати методику оцінки конкурентоспроможності підприємств на основі системи показників. Для досягнення поставленої мети необхідне вирішення наступних завдань:

1. Визначити основні задачі та складності аналізу конкурентоспроможності підприємств;
2. Охарактеризувати існуючі методики оцінки конкурентоспроможності підприємств;
3. Запропонувати методику визначення конкурентоспроможності підприємства на основі системи показників.

Виклад основного матеріалу

В існуючій практиці дослідження конкурентоспроможність 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.

Проте, конкурентоспроможність є комплексною категорією, що формується під впливом цілої низки факторів внутрішнього і зовнішнього середовища, які діють у взаємозв'язку і взаємозалежності. При цьому, у ринкових умовах господарювання, які характеризуються підвищеною динамічністю й невизначеністю, значну роль починають відігравати саме чинники зовнішнього оточення.

Досвід функціонування багатьох підприємств України в сучасних умовах підтверджує, що маючи достатній виробничий потенціал, значна частина підприємств не здатна втримати свої конкурентні позиції на ринку продукції й послуг. Це викликає потребу в детальному вивченні структури зовнішнього середовища підприємства, а також проведенні аналізу тенденцій зміни його факторів.

Якщо елементи внутрішнього середовища впливають на конкурентоспроможність безпосередньо, то вплив зовнішніх умов не завжди помітний відразу. Проте вивчення зовнішнього оточення дозволяє терміново 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 підприємства швидко реагувати на дії конкурентів, залучаючи наявні резерви.

В таблиці 1 наведені основні фактори впливу на конкурентоспроможність з групуванням їх на елементи внутрішнього та зовнішнього середовища.

Таблиця 1

Фактори впливу на конкурентоспроможність 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

Товарні ринки	Структура та ємність товарних ринків; вибагливість покупців; стандартизація товарів; стійкість позицій лідерів
Ринкова інфраструктура	Стан банківського і страхового обслуговування; розгалуженість, насиченість транспорту; розвиток посередницьких організацій

На основі аналізу наукової літератури всі існуючі методи визначення і оцінки конкурентоздатності підприємства можуть бути об'єднані в наступні групи:

- методи, що базуються на аналізі порівняльних переваг;
- методи, що базуються на теорії рівноваги фірми і галузі;
- методи, побудовані на основі теорії ефективної конкуренції;
- методи, побудовані на теорії якості продукції;
- матричні методи оцінки конкурентоздатності;
- інтегральний метод;
- метод, побудований на теорії мультиплікатора;
- метод визначення позиції конкуренції з точки зору стратегічного потенціалу підприємства;
- методи, побудовані на основі порівняння з еталоном.

Вищеперераховані методи потребують для аналізу інформацію із внутрішніх бухгалтерських документів (оборотна відомість і головна книга), які є найбільш повними, але, на жаль, важкодоступними джерелами інформації як для зовнішніх експертів, так і для інвесторів.

Ми пропонуємо для аналізу конкурентоспроможності підприємства використовувати комплексну рейтингову оцінку, що ґрунтується на доступній інформації про діяльність підприємства: баланс (форма №1), звіт про фінансові результати (форма №2).

Його суть полягає у виявленні сильних та слабких місць підприємств порівняно з конкурентами. Рейтинг визначається на основі цілого ряду показників, що характеризують різні аспекти діяльності підприємства. Складовими частинами методики комплексної рейтингової оцінки конкурентоспроможності підприємств є:

- 1) збір та аналітична обробка вихідної інформації за певний період часу;
- 2) обґрунтування системи показників, що застосовуються для рейтингової оцінки фінансового стану;
- 3) класифікація системи показників;
- 4) розрахунок підсумкового показника рейтингової оцінки;
- 5) ранжування підприємств у відповідному порядку.

Підсумкова рейтингова оцінка враховує всі важливі параметри діяльності підприємств: їх виробничий потенціал, рентабельність продукції, ефективність використання виробничих та фінансових ресурсів, стан і розміщення факторів виробництва, джерела фінансування тощо. Показники для рейтингової оцінки об'єднані в чотири групи: 1) найбільш загальні та важливі показники оцінки економічного стану підприємства; 2) показники оцінки ефективності управління підприємством; 3) показники ділової активності підприємства; 4) показники оцінки ліквідності та ринкової стійкості підприємства.

В основі розрахунку підсумкового показника рейтингової оцінки лежить порівняння підприємств за кожним показником фінансового стану, рентабельності і ділової активності з „еталонним”, тобто таким, що має найкращі результати за всіма показниками. Отже, базою для отримання рейтингової оцінки підприємства є не суб'єктивні припущення експертів, а результати оцінки реальних об'єктів. Такий підхід відповідає практиці ринкової конкуренції, коли кожен самостійний товаровиробник намагається виглядати краще за всіма показниками діяльності, ніж конкурент.

У загальному вигляді алгоритм порівняльної рейтингової оцінки конкурентоспроможності підприємств за їх фінансовим станом може бути таким [7, 149]:

1. Вихідні дані представляють у вигляді матриці (a_{ij}) , де у стрічках записані номери показників $i = 1, 2, 3, \dots, n$, а у стовпцях – номери підприємств $j = 1, 2, \dots, m$.
2. Для кожного показника знаходять максимальне значення і заносять у стовпець умовного еталонного підприємства $m+1$.
3. Вихідні показники матриці (a_{ij}) стандартизуються у відношенні відповідного показника еталонного підприємства за формулою (1):

$$x_{ij} = \frac{a_{ij}}{\max(a_{ij})} \quad (1)$$

4. Для кожного підприємства, що аналізується, значення його рейтингової оцінки визначається за формулою (2):

$$R_j = \sqrt{(1-x_{1j})^2 + (1-x_{2j})^2 + \dots + (1-x_{nj})^2} \quad (2)$$

5. Підприємства ранжуються в порядку спадання рейтингової оцінки. Найвищий рейтинг має підприємство з мінімальним значенням R.

Таким чином, показник конкурентоздатності повинен відображати не тільки поточний стан підприємства, але і тенденції розвитку; бути стійкими до змін кон'юнктури ринку; бути придатними для практичного застосування; не залежати від ступеня монополізму підприємства.

Отже, об'єктивну оцінку можна отримати за допомогою методів комплексної оцінки, яка включає визначення групового та одиничних показників конкурентоздатності підприємства.

У світлі вищесказаного, уточнена і розроблена система показників оцінки конкурентоздатності підприємства (табл.2).

Таблиця 2

Показники конкурентоздатності підприємства

Груповий показник	Одиничний показник конкурентоздатності
1.Ефективність виробничої діяльності (Эп): Эп = a ₁₁ И + a ₁₂ Ф + a ₁₃ Рт + a ₁₄ П;	1.1. Витрати виробництва на одиницю продукції (И) 1.2.Фондовіддача (Ф) 1.3.Рентабельність продукції (Рт) 1.4. Продуктивність праці (П)
2.Фінансове становище підприємства (Фп): Фп = a ₂₁ Ка + a ₂₂ Кп + a ₂₃ Кал + a ₂₄ Ко;	2.1. Коефіцієнт автономії (Ка) 2.2. Коефіцієнт платоспроможності (Кп) 2.3. Коефіцієнт абсолютної ліквідності(Кал) 2.4. Коефіцієнт оборотності оборотних засобів (Ко)
3. Ефективність організації збуту (Эс): Эс = a ₃₁ Рп + a ₃₂ Когп + a ₃₃ Кзм + a ₃₄ Кр;	3.1.Рентабельність продаж (Рп) 3.2. Коефіцієнт оборотності готової продукції (Когп) 3.3. Коефіцієнт завантаження виробничих потужностей (Кзм) 3.4. Коефіцієнт ефективності реклами і засобів стимулювання збуту (Кр)
4.Показник конкурентоздатності продукції (Ксп): Ксп = a ₄₁ Кп + a ₄₂ Ц + a ₄₃ Уп + a ₄₄ Сп+ a ₄₅ Уо;	4.1 Якість продукції (Кп) 4.2. Ціна продукції (Ц) 4.3. Умови платежу (Уп) 4.4.Термін постачання (Сп) 4.5.Рівень гарантійного і сервісного обслуговування на всіх етапах життєвого циклу товару (Уо)
Конкурентоздатність підприємства (Кпр): Кпр. = a ₅₁ Эп + a ₅₂ Фп + a ₅₃ Эс + a ₅₄ Ксп;	

У першу групу входять показники, що характеризують ефективність управління виробничим процесом: економне використання ресурсів, раціональна експлуатація виробничого обладнання та устаткування, вдосконалення технології виготовлення продукції, організацію праці на виробництві. В другу групу показників входять показники, що відображають ефективність управління оборотними засобами: незалежність підприємства від зовнішніх джерел фінансування, здатність підприємства виконувати свої поточні зобов'язання, можливість стабільного розвитку підприємства в майбутньому. У третю групу включені показники, що визначають ефективність управління збутом і просуванням товару на ринку засобами реклами та стимулювання. В четверту групу – показники конкурентоздатності товару: якість товару, умови платежу, ціна, термін поставки, рівень гарантійного та сервісного обслуговування.

У зв'язку з тим, що кожний з цих показників мають різну ступінь важливості, для розрахунку коефіцієнта конкурентоздатності підприємства (Кпр) визначають вагові коефіцієнти всіх.

Для переведення одиничних показників у відносні величини здійснюються, як вже говорилося, їх порівняння з базовими показниками. В якості базових показників можуть бути: середньогалузеві показники; показники підприємства-конкурента або лідера на ринку; показники роботи оцінюваного підприємства за минулий період.

Запропонована методика дозволяє визначити кількісні значення показників, здійснити їх ранжування за вагомістю, виявити резерви і отримати картину становища підприємства на ринку. Використання в ході оцінки порівняння показників за різні відрізки часу дозволить застосувати цей підхід як варіант оперативного контролю окремих служб.

Проте потрібно мати на увазі, що існують аналітичні складності при оцінці конкурентоспроможності підприємства пов'язані з:

1. вибором базового об'єкта для порівняння (пошук інформації для визначення підприємства-лідера в галузі);
2. обґрунтуванням вибору системи показників, критеріїв та методів оцінки конкурентоспроможності підприємства;
3. проблематичністю використання повної та достовірної інформації для оцінки конкурентоспроможності підприємства.

Висновки

Таким чином, аналіз конкурентоспроможності підприємств являє собою складну та багатогранну задачу, яка полягає в інтерпретації та оцінці комплексу показників, що характеризують різні сторони діяльності підприємства і формують його конкурентоспроможність. Основними задачами аналізу конкурентоспроможності є: визначення стану конкурентоспроможності підприємства на момент діагностики, виявлення тенденцій і закономірностей у підвищенні (зниженні) конкурентоспроможності підприємства за досліджуваний період, визначення факторів, котрі негативно впливають на конкурентоспроможність підприємства, пошук резервів підвищення конкурентоспроможності. У залежності від поставленої задачі аналіз конкурентоспроможності може мати різний ступінь деталізації і глибину дослідження, однак повинен проводитися в усіх напрямках [1, 65].

У статті для аналізу конкурентоспроможності підприємств пропонується використовувати комплексну рейтингову оцінку, що виключає експертні оцінки при проведенні розрахунків та базується на доступній для зовнішніх експертів та інвесторів інформації. Варто зазначити, що в сучасному науковому світі проблемі підвищення конкурентоспроможності приділяється недостатньо уваги. Недопустимим є ототожнення методів оцінки конкурентоспроможності на стадії стратегічного і тактичного управління. Накопичений досвід аналізу конкурентоспроможності в сфері виробництва не може повною мірою використовуватися галузями агропромислового комплексу та сфери послуг, що мають свої особливості.

Список використаної літератури

1. Ахматова М.В., Попов Е.В. Теоретические модели конкурентоспособности // Маркетинг. – №4. – 2003. – С.25-38.
2. Воронкова А. Э. Стратегическое управление конкурентноспособным потенциалом предприятия: диагностика и организация / Восточноукраинский национальный ун-т. – Луганск : ВНУ, 2000. – 315с.
3. Должанський І. З., Загорна Т. О. Конкурентоспроможність підприємства: Навч. посібн. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 384 с.
4. Иванов Ю.Б., Тищенко А.Н., Дробитько Н.А., Конкурентоспособность предприятия: оценка, диагностика, стратегия. – Х. : ХНЭУ, 2004. – 255с.
5. Немцов В.Д., Довгань Л.Е. Стратегическое управление. – М.: Финансы и статистика. 2002. – 286с.
6. Портер М. Е. Стратегія конкуренції / Пер. з англ. А. Олійник, Р. Скільський – К.:Основи, 1998. – 390 с.
7. Пласкова Н.С. Методология стратегического анализа результативности деятельности организации: монография. – М.: Креативная экономика, 2007. – 256с.
8. Реутов В.Е. Конкурентоздатність підприємства: критерії, показники і методики оцінювання // Економіка та держава. - №5. – 2006. – С.65-67.
9. Фатхудинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление. – М.: ИНФРА - М. – 2000. – 312 с.