

СУЧАСНІ МЕТОДИКИ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

У статті розкрито методи оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства в сучасних умовах розвитку господарської діяльності. Вивчено проблеми оцінки конкурентоспроможності на мікрорівні. Розглянуто питання формування конкурентоспроможності суб'єктів господарювання, проаналізовано різні методи оцінки конкурентоспроможності підприємств, визначено сфери їх застосування, виявлено переваги та недоліки. Запропоновано власний підхід до експрес-оцінки конкурентоспроможності харчових підприємств.

The article disclosed methods for assessing the level of competitiveness in the current conditions of economic activity. The problem of assessing the competitiveness at the micro level is studied. The questions of the competitiveness of economic entities are researched, analyzes different methods of assessing the competitiveness of enterprises are analyzed, their scope, are advantages and disadvantages are defined. An authorial approach to rapid assessment of the competitiveness of food enterprises is proposed.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Конкурентоспроможність є однією із найважливіших категорій сучасної ринкової економіки. Вона виявляється лише в умовах конкуренції. Проблема конкурентоспроможності підприємства відносно нова для економіки України. За адміністративно-командної системи суперництва товаровиробників на ринку товарів і послуг практично не було.

Підприємствам централізовано планувалося не тільки виробництво, але й обсяги та терміни реалізації продукції [1, с.3].

Зміни в соціально-економічній політиці, які відбулися протягом останніх 18 років, створили об'єктивні передумови для розвитку нових напрямків в економічній науці та практиці підприємств – менеджменту, маркетингу, інжинірингу, контролінгу на основі яких базується забезпечення конкурентоспроможності підприємства [2, с.45].

Залежно від об'єкта дослідження цей термін необхідно розрізняти як конкурентоспроможність продукції та конкурентоспроможність підприємства.

Ураховуючи ієрархічність цих понять, Л. С. Кобилянський зазначає, що конкурентоспроможність товару є проявом конкурентоспроможності підприємства, а конкурентоспроможність підприємства відбиває конкурентоспроможність країни взагалі [3, с.107]. Тому, більш важливою як з мікро-, так і з макроекономічних позицій є конкурентоспроможність підприємства [4, с.78].

Оцінка конкурентоспроможності підприємства представляє собою складне багатофакторне завдання, яке зводиться до інтерпретації та оцінки комплексу показників, що характеризують різні сторони діяльності підприємства, що формують його конкурентоспроможність [5, с.94].

Оцінка рівня конкурентоспроможності підприємства дозволяє:

- сформулювати управлінські завдання: визначення підходів до виробництва, технології, маркетингу, трудових ресурсів, фінансування матеріального, інформаційного та організаційного забезпечення;
- прийняти управлінське рішення: зменшення витрат, фокусування на конкретний сегмент ринку, укладання контрактів;

- розробити заходи розвитку конкурентних переваг: впровадження інновацій, наступальні заходи в напрямку закріплення довгострокових переваг, захисні міри в напрямку попередження дій учасників, розробка програми виходу на нові ринки, залучення коштів інвестора;
- адаптувати підприємство до ринкових умов господарювання, що в результаті дає перемогу в конкурентній боротьбі за споживача та ринки збуту.

Наразі в Україні немає загальноприйнятої методики оцінки конкурентоспроможності підприємств, а закордонний досвід, який викладено в науковій літературі, адаптований для цих країн.

Кожне підприємство оцінює свою конкурентну позицію за своєю методикою, а суть, ефективність та результати її застосування не афішує [5, с.117].

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. У сучасній світовій літературі теоретичні проблеми конкуренції і конкурентоспроможності досліджуються досить широко, проте автори не дійшли до єдиної думки щодо визначення конкурентоспроможності. Визначення цього поняття розкривається в працях таких зарубіжних дослідників: Ж. Ламбена, М. Портера, Ф. Котлера, Р. Фатхудинова та інших. Різні аспекти забезпечення конкурентоспроможності об'єктів є предметом дослідження вітчизняних авторів, таких як В. Д. Базилевич, Я. Б. Базилюк, Я. А. Жаліло, З. С. Варналій, В. М. Геєць, Б. Є. Кваснюк, С. К. Реверчук, А. І. Кредісов, А. С. Філіпенко, А. В. Шегда та інших. У їхніх працях розглядається питання діяльності підприємства в умовах конкуренції, оцінки і підвищення конкурентоспроможності підприємства і його продукції, класифікації чинників конкурентоспроможності національної економіки, підприємств і продукції. Також необхідно відзначити, що в літературі виділено лише окремі аспекти проблеми оцінки конкурентоспроможності підприємства, тобто відсутній комплексний підхід, який би ґрунтувався на структуризації оцінки та визначенні ієрархії чинників конкурентоспроможності.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на наявність потужної теоретичної бази, досі залишається відкритим питання щодо вибору підприємством оптимальної методики оцінки конкурентоспроможності.

Постановка завдання. Метою статті є аналіз існуючих методів оцінки конкурентоспроможності підприємства та визначення показників принципів, дотримання яких сприятиме якісному здійсненню такої оцінки та отриманню достовірних показників.

Виклад основного матеріалу дослідження. Низький рівень конкурентоспроможності продукції вітчизняних підприємств є однією із головних причин кризових явищ, які спостерігаються в економіці. Ця проблема є особливо актуальною на теперішній час. Для організації ефективного управління конкурентоспроможністю продукції підприємства – це необхідний дієвий інструмент її оцінювання. При цьому варто враховувати, що через відмінні риси продукції різних галузей і специфіку попиту на неї не варто намагатися використовувати однаковий метод для аналізу конкурентоспроможності.

Існуючі методи оцінки конкурентоспроможності підприємства можна класифікувати за двома ознаками: за ступенем охоплення аспектів функціонування підприємства та формою вираження результату оцінки.

У розвинених країнах застосовуються різноманітні методи оцінки конкурентоспроможності підприємства, які носять не описовий, а конкретно-економічний, кількісний характер. Це зумовлено тим, що аналізовані показники є кількісним вираженням різних аспектів діяльності підприємства [6, с.277].

Залежно від ступеня охоплення цих аспектів, методи оцінки доцільно класифікувати на спеціальні і комплексні. Спеціальні методи орієнтовані на аналіз окремих сторін діяльності підприємства (матричні методи, метод оцінки конкурентоспроможності продукції тощо), комплексні (більшість індексних методів) – на всебічний аналіз.

Із багатьох методів оцінки конкурентоспроможності, які пропонує сучасна наукова література, на думку автора, є такі методи, які дозволяють отримати лише поверхневу інформацію щодо стану підприємства на ринку. Тому в табл. 1 наведено найбільш поширені методи оцінки конкурентоспроможності, які дозволяють отримати більш детальну та повну інформацію.

Таблиця 1

Класифікація методів оцінки конкурентоспроможності підприємства за формою вираження результату оцінки

№	Назва групи	Назва методу
1	Матричні	<ol style="list-style-type: none"> 1. Матриця «Бостонської консалтингової групи». 2. Матриця І. Ансоффа. 3. Матриця McKinsey. 4. Матриця Shell. 5. Матриця конкурентних стратегій М. Портера. 6. Матриця А. Томпсона – А. Дж. Стрикленда. 7. Матриця Хофера – Шендлера.
2	Індексні	<ol style="list-style-type: none"> 1. Метод, що базується на визначенні конкурентоспроможності продукції. 2. Метод, що базується на теорії ефективної конкуренції. 3. Метод, що ґрунтується на визначенні сили реактивної позиції. 4. Метод, що базується на теорії рівноваги фірми та галузі. 5. Метод інтегральної оцінки. 6. Метод бенчмаркінгу.
3	Графічні	<ol style="list-style-type: none"> 1. Багатокутник конкурентоспроможності. 2. Радар конкурентоспроможності. 3. Метод «профілів».

Доцільно зазначити, що матричні методи є відособленою великою групою. Вони потребують окремого детального аналізу, відтак, з метою узагальнення, в табл. 1 наводяться найвідоміші і найпоширеніші методи цієї групи.

Сутність цих методів полягає в маркетинговій оцінці діяльності підприємства. В основі методики – аналіз двовимірних матриць, що будуються за принципом системи координат, де по осі абсцис і осі ординат відображаються зміни двох факторів конкурентоспроможності, що у свою чергу мають прямий взаємозв'язок і впливають один на одне.

Перевагою цих методів є простота використання на практиці. Недоліки методів: як процес, так і результат такої оцінки надають досить обмежене уявлення про конкурентоспроможність підприємства, через урахування недостатньої кількості факторів, що впливають на її рівень.

Графічні методи базуються на побудові багатокутника конкурентоспроможності [5, с.94]. На радіальних осях циклограми відображаються розраховані показники діяльності досліджуваного підприємства (кількість осей відповідає кількості показників). Значення на осях розміщені рівномірно, за зростанням від центру. Лінія, що з'єднує усі визначені точки, утворює багатокутник конкурентоспроможності.

Узагальнення найбільш поширених методів оцінки рівня конкурентоспроможності підприємств дозволяє стверджувати, що традиційно для цього використовують типові показники (табл. 2).

Таблиця 2

Типові показники оцінки конкурентоспроможності підприємства

Згідно з методом ефективної конкуренції [7, с.52]	За В. Ф. Оберемчук [8, с.180]
<p>I. Ефективність виробничої діяльності підприємства</p> <p>1.1. Витрати на виробництво одиниці продукції.</p> <p>1.2. Фондовіддача.</p> <p>1.3. Рентабельність товару.</p> <p>1.4. Продуктивність праці.</p>	<p>I. Показники, що характеризують фінансовий стан підприємства</p> <p>1.1. Коефіцієнт автономії.</p> <p>1.2. Коефіцієнт мобільності коштів.</p> <p>1.3. Відношення власного капіталу до термінової заборгованості.</p> <p>1.4. Коефіцієнт покриття.</p> <p>1.5. Коефіцієнт абсолютної ліквідності.</p> <p>1.6. Коефіцієнт оборотності власних обігових коштів.</p> <p>1.7. Коефіцієнт заборгованості.</p> <p>1.8. Рівень стійкості.</p> <p>1.9. Коефіцієнт ризику.</p> <p>1.10. Ефективність активів.</p>
<p>II. Фінансовий стан підприємства</p> <p>2.1. Коефіцієнт автономії.</p> <p>2.2. Коефіцієнт платоспроможності.</p> <p>2.3. Коефіцієнт абсолютної ліквідності.</p> <p>2.4. Коефіцієнт оборотності оборотних коштів.</p>	<p>II. Показники, що характеризують ефективність просування та збуту</p> <p>2.1. Рентабельність продаж.</p> <p>2.2. Коефіцієнт затовареності готовою продукцією.</p> <p>2.3. Коефіцієнт завантаження виробничих потужностей.</p> <p>2.4. Коефіцієнт ефективності реклами і способів стимулювання збуту.</p> <p>2.5. Економічна ефективність експорту.</p>
<p>III. Ефективність організації збуту та просування товарів</p> <p>3.1. Рентабельність продажу.</p> <p>3.2. Коефіцієнт затовареністю готовою продукцією.</p> <p>3.3. Коефіцієнт завантаження виробничих потужностей.</p> <p>3.4. Коефіцієнт ефективності реклами і засобів стимулювання збуту.</p>	<p>III. Показники, що характеризують ефективність виробництва</p> <p>3.1. Витрати виробництва на одиницю продукції.</p> <p>3.2. Рентабельність продукції.</p> <p>3.3. Коефіцієнт спеціалізації виробництва.</p> <p>3.4. Коефіцієнт тривалості виробничого циклу товару.</p> <p>3.5. Коефіцієнт стабільності номенклатури.</p> <p>3.6. Коефіцієнт використання прогресивних методів контролю якості.</p> <p>3.7. Коефіцієнт використання передових форм організації виробництва.</p> <p>3.8. Коефіцієнт використання передових форм організації праці.</p> <p>3.9. Коефіцієнт якості управління.</p>
<p>IV. Конкурентоспроможність товару</p> <p>4.1. Якість товарів.</p> <p>4.2. Ціна товару.</p>	<p>IV. Показники, що характеризують конкурентний потенціал підприємства</p> <p>4.1. Фондовіддача.</p> <p>4.2. Продуктивність праці.</p> <p>4.3. Енергомісткість.</p> <p>4.4. Ефективність технології виробництва.</p> <p>4.5. Ефективність інформаційних ресурсів.</p> <p>4.6. Ефективність заходів підвищення творчої активності персоналу.</p> <p>4.7. Коефіцієнт гнучкості.</p>

Продовження табл. 2

	<p>V. Показники, що характеризують екологічність виробництва</p> <p>5.1. Зменшення обсягів стічних вод.</p> <p>5.2. Зменшення викидів шкідливих речовин в атмосферу.</p> <p>5.3. Зменшення площі під відходами.</p>
	<p>VI. Показники соціальної ефективності</p> <p>6.1. Професійно-кваліфікаційна структура кадрів.</p> <p>6.2. Мобільність кадрів.</p> <p>6.3. Поліпшення умов праці і охорони здоров'я.</p>
	<p>VII. Імідж підприємства</p> <p>7.1. Імідж керівника.</p> <p>7.2. Імідж персоналу.</p> <p>7.3. Якість обслуговування.</p> <p>7.4. Досконалість офісу.</p>

Але наведені у табл. 2 групи показників не є допрацьованими. На думку автора, існуючі методи оцінки конкурентоспроможності підприємства характеризують лише окремі сторони його діяльності і мають низку недоліків. Тому найбільш об'єктивну оцінку можна отримати за допомогою комплексної оцінки, до якої входить визначення групових та одиничних показників конкурентоспроможності підприємства. У зв'язку з цим, на основі існуючих підходів та показників запропоновано систему показників конкурентоспроможності підприємства, яку наведено в табл. 3.

Таблиця 3

Показники конкурентоспроможності підприємства

Груповий показник	Одиничний показник
1. Ефективність виробництва.	1.1. Коефіцієнт виробничого потенціалу. 1.2. Матеріаломісткість. 1.3. Коефіцієнт продуктивності праці.
2. Ділова активність.	2.1. Коефіцієнт оборотності оборотних коштів. 2.2. Коефіцієнт оборотності запасів. 2.3. Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості. 2.4. Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості. 2.5. Коефіцієнт рентабельності продукції. 2.6. Коефіцієнт рентабельності товару. 2.7. Рентабельність оборотного капіталу. 2.8. Рентабельність власного капіталу.
3. Показники фінансового стану.	3.1. Коефіцієнт автономії. 3.2. Коефіцієнт фінансового ризику. 3.3. Коефіцієнт поточної ліквідності. 3.4. Коефіцієнт маневреності власного капіталу.
4. Показники ефективності організації збуту та просування продукції.	4.1. Коефіцієнт завантаження виробничих потужностей.

Продовження табл. 3

	4.2. Коефіцієнт затовареності готовою продукцією. 4.3. Якість товару. 4.4. Ціна товару.
5. Ефективність інвестиційно-інноваційної діяльності підприємства.	5.1. Коефіцієнт ефективності інвестиційного капіталу. 5.2. Частка довгострокових фінансових інвестицій в активах. 5.3. Капітальні інвестиції.
6. Стан підприємства на ринку цінних паперів.	6.1. Середньорічна ринкова вартість простих акцій. 6.2. Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію. 6.3. Дивіденди на одну просту акцію.

Висновки і перспективи подальших розробок. Питання оцінки конкурентоспроможності вимагають більш детального вивчення, оскільки невирішеними залишаються проблеми вибору універсального показника і набору чинників конкурентоспроможності підприємства, а також подолання суб'єктивізму під час її оцінки. Запропонована методика експрес-оцінки дозволяє підприємствам та зацікавленим особам отримати оперативну інформацію про конкурентні позиції на ринку з визначенням сильних та слабких місць, а також надасть можливість швидко реагувати на прояви зовнішнього середовища.

Список використаної літератури

1. Бідник Н. Б. Математичні методи оптимізації конкурентоспроможності підприємства: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: 08.00.11 «Математичні методи, моделі та інформаційні технології в економіці» / Н. Б. Бідник. – Львів, 2007. – 20 с.
2. Драган О. І. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теоретичні аспекти: [монографія] / О. І. Драган. – К.: Держ. академія керівних кадрів культури і мистецтв, 2006. – 160 с.
3. Кобиляцький Л. С. Управління конкурентоспроможністю: [навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл.] / Л. С. Кобиляцький. – К.: Зовнішня торгівля, 2003. – 302 с.
4. Иванов Ю. Б. Конкурентоспособность предприятия: оценка, диагностика, стратегия: [монография] / [Ю. Б. Иванов, А. Н. Тищенко, Н. А. Дробитько, О. С. Абрамова]. – Х.: ХНЭУ, 2003. – 349 с.
5. Реутов В. Е. Управление конкурентоспособностью: [монография] / В. Е. Реутов, Н. З. Вельгош. – Симферополь: Таврия, 2005. – 200 с.
6. Фатхутдинов Р. А. Управление конкурентоспособностью организации: [учеб.] / Р. А. Фатхутдинов. – М: Эксмо, 2005. – 544 с.
7. Максимова И. Оценка конкурентоспособности промышленного предприятия / И. Максимова // Маркетинг. – 1996. – № 3. – С. 51–56.
8. Саенко М. Г. Стратегія підприємства: [підруч.] / М. Г. Саенко. – Тернопіль: Економічна думка. – 2006. – 390 с.

Прийнято до друку 13.05.2013