

Електронне наукове фахове видання "Ефективна економіка" включено до переліку наукових фахових видань України з питань економіки (Наказ Міністерства освіти і науки України від 29.12.2014 № 1528)



Дніпропетровський державний аграрно-економічний університет



№ 6, 2014 [Назад](#) [Головна](#)

УДК 338.45

*С. М. Савченко,  
к. е. н., доцент кафедри міжнародної економіки  
Національний технічний університет України «КПІ», м. Київ*

## НАУКОВО-МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНЮВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

*S. M. Savchenko,  
PhD in Economics, Associate Professor  
Department of International Economics,  
National Technical University of Ukraine "Kyiv Polytechnic Institute", Kyiv*

### SCIENTIFIC AND METHODOLOGICAL APPROACHES TO THE ASSESSMENT OF THE COMPETITIVENESS OF ENTERPRISES

*У статті надано пропозиції щодо доцільності застосування для оцінювання конкурентоспроможності підприємства системно-цільового підходу та обгрунтовано проведення оцінювання конкурентоспроможності за трьома напрямками: проявленою частиною інформаційно-інноваційного потенціалу, можливостями екстенсивного збільшення інформаційно-інноваційного потенціалу підприємства за рахунок збільшення задіяних ресурсів та оцінювання резервів інтенсивного збільшення цього потенціалу за рахунок підвищення ефективності інформаційно-інноваційного механізму конкурентоспроможності підприємства без суттєвого збільшення задіяних ресурсів.*

*The paper provided suggestions on the usefulness of evaluation for competitiveness of an enterprise system-based approach and an evaluation reasonably competitive in three areas: the shown part of information and innovation potential, opportunities for extensive information and increase the innovation capacity of enterprises by increasing inputs and estimation of reserves deepening of capacity by increasing the efficiency of information and innovation competitiveness mechanism of enterprises without a substantial increase in the resources involved.*

**Ключові слова:** конкурентоспроможність, оцінювання конкурентоспроможності, інформаційно-інноваційний механізм конкурентоспроможності, системно-цільовий підхід.

**Keywords:** competitiveness, competitiveness evaluation, information and innovative competitiveness mechanism, systematic and targeted approach.

**Постановка проблеми.** Оцінювання конкурентоспроможності підприємства посідає особливе місце в теорії конкурентоспроможності підприємства, адже категорія «конкурентоспроможність» являє не тільки і не стільки дослідницький інтерес, її значимість зумовлюється тим, що конкурентоспроможність розглядається як один з найважливіших об'єктів управління в системі управління соціально-економічними утвореннями від підприємства до національної економіки.

Проблема оцінювання конкурентоспроможності стосується, з одного боку, визначення раціональних часткових показників конкурентоспроможності підприємства, які адекватно відображають здатність підприємства генерувати привабливі ринкові пропозиції, а з другого боку, ступінь привабливості самих пропозицій. Причому, специфічною рисою конкурентоспроможності є її прогностичний характер. Оцінка конкурентоспроможності – це, перш за все, прогноз результатів участі підприємства в економічному суперництві [15].

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Слід зазначити, що в переважній більшості робіт оцінювання конкурентоспроможності здійснюється виключно в практичному аспекті без подання методологічних основ такого оцінювання [3; 6; 8; 10; 18; 19]. Якщо використовувати системно-цільовий підхід, то конкурентоспроможність – це, насамперед, можливості підприємства перетворити частину свого конкурентного потенціалу у привабливі ринкові пропозиції, враховуючи цілі підприємства та наявні (доступні) ресурси. Але ці можливості можуть бути як реалізовані, так і не реалізовані підприємством внаслідок впливу чинників зовнішнього конкурентного середовища, прорахунків менеджменту та дії інших чинників.

Тому оцінювання конкурентоспроможності підприємства має охоплювати не лише поточну ситуацію, яку відображає введені тим чи іншим способом показники рівня конкурентоспроможності, а й оцінювання його здатності забезпечувати конкурентоспроможність за рахунок існуючих конкурентних можливостей, які за певного управлінського впливу й сприятливої конкурентної ситуації можуть бути трансформовані у привабливі ринкові пропозиції, насамперед у сфері «сильної» конкуренції. Висновок про те, що підприємство більш конкурентоспроможне, виходячи з того, що воно вже є конкурентоспроможним, є не дуже змістовним та являє собою не що інше, як звичайну екстраполяцію поточного результату на майбутній період [13].

Отже, методологічно найбільш повне оцінювання конкурентоспроможності підприємства повинно охоплювати як поточний рівень конкурентоспроможності, так і мати прогностичний аспект [12, 14], тобто вказувати на її рівень в майбутньому. Така вимога для оцінювання конкурентоспроможності логічно випливає з її динамічності. Оцінювання поточного рівня конкурентоспроможності має певне значення для управління підприємством, але вона не може лишатися незмінною, її відносний характер передбачає, що у випадку збільшення конкурентоспроможності конкурентів, конкурентоспроможність підприємства буде зменшуватися. Тому значно більшу вагу для розробки управлінських рішень має таке оцінювання конкурентоспроможності, яке б дозволяло оцінити позицію підприємства в конкурентній боротьбі у майбутньому.

**Формулювання цілей статті.** Метою статті є аналіз підходів до оцінювання конкурентоспроможності підприємства та обгрунтування доцільності застосування системно-цільового підходу.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Відносність конкурентоспроможності та її динамічний характер дозволяють оцінювати конкурентоспроможність підприємства в двох аспектах: відносно конкурентів та відносно самого себе. Хоча наявні методики оцінювання конкурентоспроможності підприємства ґрунтуються переважно на оцінках відносно конкурентів, динаміка конкурентоспроможності підприємства відносно самого себе має, на наш погляд,

значну управлінську цінність, оскільки дозволяє оцінити зміну конкурентного потенціалу підприємства (як проявленої, так і невикористаної частини) та динаміку ефективності окремих складових внутрішнього середовища щодо перетворення ресурсів, які подаються на вхід, у привабливі ринкові пропозиції в сфері «сильної» конкуренції на виході.

Можна виділити такі основні вимоги до оцінювання конкурентоспроможності підприємства [9]: достовірність, повнота, доступність, релевантність, збалансованість, порівнянність, об'єктивність, кількісне вираження, наявність загального визначення.

Вимога достовірності передбачає забезпечення обгрунтованості результатів оцінювання за кожним із показників. До методики розрахунку інтегральної конкурентоспроможності мають включатися лише достовірні показники, що здійснюють прямий вплив на рівень конкурентоспроможності підприємства. Усі інші показники мають бути виключені з розгляду.

Повнота передбачає забезпечення найбільш повного охоплення об'єкта, що досліджується. Основним критерієм формування переліку показників оцінювання конкурентоспроможності має виступати намагання досягти максимально повної характеристики конкурентних можливостей підприємства.

Безумовно, збільшення кількості показників обумовлює підвищення достовірності результатів оцінювання, однак важливим є розуміння того факту, що уразі існування незначної розбіжності розрахованих значень показників конкурентоспроможності підприємств, вибір різної їх кількості може привести до різних результатів оцінювання.

На думку Х. Фасхієва, збільшення кількості обраних для оцінювання показників може викликати зміни розташування об'єктів, що порівнюються [17]. При цьому ранжирування об'єктів за результатами оцінювання 20 та менше показників не рекомендується, тому що це може призвести до помилкових рішень. Для достовірного оцінювання об'єктів автор рекомендує брати не менше 40 одиничних показників.

Однак в оцінюванні конкурентоспроможності слід враховувати ще один важливий момент: надмірна кількість показників може зумовити підвищення витрат на проведення самої процедури оцінювання. Основна проблема в цьому випадку – потреба в наявності великого обсягу інформації для часткових показників конкурентоспроможності, значна частина якої є конфіденційною. У такій ситуації важливого значення набуває критерій доступності інформації за всіма чинниками конкурентоспроможності. Сформована на підприємстві система показників оцінювання конкурентоспроможності має охоплювати лише ті показники, інформація за якими може бути отримана в результаті аналізу офіційної статистичної звітності та проведених маркетингових досліджень.

Вимога релевантності передбачає забезпечення повної відповідності показників, що використовуються для оцінювання конкурентоспроможності підприємства, тим чинникам конкурентоспроможності, які вони оцінюють.

Збалансованість сформованої системи показників оцінювання конкурентоспроможності передбачає їх оптимальне поєднання з метою недопущення дублювання показників та виключення ефекту, коли забезпечення конкурентних переваг за одним показником призводить до погіршення інших показників конкурентоспроможності.

Об'єктивність передбачає орієнтацію процесу вибору показників оцінювання конкурентоспроможності підприємства лише на об'єктивну інформацію, з максимальним виключенням з оцінки суб'єктивного чинника. Важливе значення для оцінювання конкурентоспроможності має виконання вимоги порівнянності включених у систему оцінювання показників. Це, насамперед, передбачає врахування можливості існування на підприємствах розбіжностей у методичних підходах до визначення окремих показників діяльності, що негативно позначається на показнику конкурентоспроможності підприємства.

Усі показники, що включаються в оцінку конкурентоспроможності підприємства, мають бути кількісно вимірюваними [17]. Однак слід зазначити, що на практиці більшість із показників, що пропонуються для оцінювання конкурентоспроможності, можуть бути отримані лише у якісній формі, що вимагає використання додаткового інструментарію переведення вербальної інформації у цифрову або взагалі призводить до виключення окремих показників із процесу оцінювання, що спричиняє похибки у результатах та помилкові управлінські рішення.

Важливою рисою конкурентоспроможності є її складний характер, що потрібно враховувати під час побудови системи оцінювання. Конкурентоспроможність систематизує різні аспекти діяльності підприємства, тому її оцінювання зводиться до рішення багатокритеріальної задачі, яка характеризується певною кількістю та структурою критеріїв [15, с. 132].

Принципово методи оцінювання конкурентоспроможності підприємства поділяються на три групи.

У першій групі методів оцінюється конкурентоспроможність продукції, у другій виділяється інтегральний показник конкурентоспроможності підприємства, який будується декількома способами, у третій групі методів інтегральний показник не вводиться, а конкурентоспроможність підприємства порівнюється за сукупністю часткових показників (найбільш поширеною є побудова «конкурентного профілю»).

Зазначимо, що перша та друга групи методів оцінювання конкурентоспроможності мають певні методологічні вади. Так, до вад першої групи методів належать способи оцінювання конкурентоспроможності продукції або способи оцінювання конкурентоспроможності за товарними ознаками. Вони ґрунтуються на ототожненні понять «конкурентоспроможності підприємства» та «конкурентоспроможності продукції», яку воно виробляє та реалізує на ринку. До них можна віднести диференційований спосіб, оснований на використуванні одиничних показників, які відображають відношення величини якого-небудь параметра виробу до величини відповідного базового товару (або навпаки); комплексний спосіб, який ґрунтується на використуванні групових та інтегральних показників якості товару; змішаний спосіб, що оснований на спільному використанні одиничних показників – для найважливіших параметрів і групових – для менш значущих параметрів продукції, його використовують для оцінювання складної продукції, що має широкую номенклатуру показників якості [5]. Перевага цієї групи способів полягає в тому, що, розглядаючи параметри продукції як основний критерій конкурентоспроможності підприємства, вони надають достатньо переконливий опис мотивації ринкової діяльності підприємства (поліпшення якісних характеристик продукції порівняно з конкурентами).

До недоліків другої групи можна віднести обмежене уявлення про взаємозв'язок ефективності діяльності підприємства та якості товару, бо якщо на ринку є значний попит на дешевий і неякісний товар, це може бути основою ефективності підприємства і його конкурентоспроможності. Але це буде конкурентоспроможність у сфері «слабкої» конкуренції, яка є короткостроковою.

Один з головних недоліків третьої групи способів оцінювання конкурентоспроможності пов'язаний з тим, що у більшості випадків локальні показники, за сукупністю яких визначається конкурентоспроможність, характеризуються різними масштабами виміру, що ускладнює загальний висновок щодо конкурентоспроможності. Зокрема, задача порівняння рівня конкурентоспроможності, коли одні часткові показники є високими, а інші низькими, є нерозв'язаною і така оцінка має значний суб'єктивний характер, що порушує вимогу до об'єктивності оцінювання конкурентоспроможності. До усього сказаного можна також додати труднощі, які виникають унаслідок одночасної наявності якісних показників, які досить складно порівняти між собою без привнесення в методику оцінювання суб'єктивного чинника.

Тому, на наш погляд, більш коректним і методологічно правильним є оцінювання конкурентоспроможності підприємства на основі розрахунку інтегрального показника конкурентоспроможності.

Досить часто як інтегральний показник конкурентоспроможності беруть лінійну комбінацію певної кількості зведених до порівняльного (звичай безрозмірного) вигляду часткових чинників  $X_i$ , сукупність яких визначає конкурентоспроможність підприємства [11, с. 132]:

$$F_i = \sum_{i=1}^n a_i Z_i + e_i \quad (1)$$

де  $a_i$  – коефіцієнт регресійної моделі залежності показника конкурентоспроможності від часткових показників  $X_i$ ;

$Z_i$  – безрозмірна оцінка часткового показника конкурентоспроможності  $X_i$ ;

$e_i$  – випадкова величина.

Перевагою введення інтегрального показника конкурентоспроможності за цією методологією є наявність можливості врахування відносно невеликої кількості чинників, які дають найбільший внесок у конкурентоспроможність. Для цього рекомендують застосовувати кореляційний аналіз [15] та відбирати ті показники, кореляція яких з інтегральним показником конкурентоспроможності є найвищою.

Другий спосіб отримання інтегрального показника конкурентоспроможності передбачає формування системи показників, що характеризують найважливіші аспекти діяльності підприємства, визначення їх кількісних значень та інтегрування в єдиний узагальнюючий показник конкурентоспроможності.

Такий підхід виглядає більш обгрутованим, оскільки ґрунтується на засадах системного підходу до вирішення складного багатоаспектного завдання, яким є оцінювання конкурентоспроможності підприємства. Він дозволяє просто і швидко зіставляти великі комплекси ключових ознак підприємств-конкурентів. Однак особливого значення при використанні подібних методів необхідно приділяти обгрунтованості відбору показників оцінювання конкурентоспроможності та визначенню методів їх інтегрування в єдиний комплексний показник.

Під час побудови моделей інтегральних показників конкурентоспроможності підприємства можуть бути використані два підходи до формування системи

показників оцінювання.

У першому випадку розрахунок рівня конкурентоспроможності ґрунтується на зіставленні окремих однойменних властивостей об'єктів-аналогів. Реалізація цього підходу на практиці зводиться до зіставлення окремих чинників конкурентоспроможності аналізованих підприємств, де на «фізичному» рівні його результати характеризують кращий або гірший стан окремого чинника конкурентоспроможності у підприємств-конкурентів, а на «економічному» рівні – наявність чи відсутність у одного з них конкурентних переваг за цим чинником, та кількісну міру цієї переваги [12].

Другий варіант передбачає побудову інтегральних показників конкурентоспроможності підприємства на основі змістовних з економічної точки зору моделей результативних показників як функцій відповідних чинників конкурентоспроможності.

Конкурентоспроможність як складне багатогаспектне явище може бути описана за допомогою великої кількості показників, що залежно від умов оцінювання може коливатися від декількох десятків до сотень. Тому обґрунтованість результатів її оцінювання значною мірою залежить від правильно сформованої системи часткових показників.

Важливим етапом побудови інтегрального показника конкурентоспроможності підприємства є вибір моделі зведення значень показників об'єкта дослідження, тобто перетворення їх у специфічний чином сформований показник, що відображає багатомірну інформацію.

Найбільш поширеними в сучасній економічній літературі методами рішення цього завдання є побудова моделей трьох основних видів – адитивних, мультиплікативних та таксономічних.

Адитивна модель передбачає побудову інтегрального показника за формулою [15]

$$F_i = \sum_{j=1}^n b_j Z_j \quad (2)$$

де  $F_i$  – інтегральний показник конкурентоспроможності підприємства;

$Z_j$  – значення окремих показників конкурентоспроможності підприємства загальною кількістю  $n$ ;

$b_j$  – коефіцієнти вагомості, що відображають відносну важливість  $j$ -го показника конкурентоспроможності у конструкції інтегрального показника.

У разі використання мультиплікативної схеми інтегральний показник конкурентоспроможності розраховують таким чином [14, с. 127]:

$$F_i = \prod_{j=1}^n b_j Z_j \quad (3)$$

Основною проблемою застосування адитивних та мультиплікативних схем отримання інтегрального показника конкурентоспроможності є складність визначення питомої ваги окремих показників. Навіть залучення експертів не дозволяє отримати експертним шляхом універсальну формулу, оскільки для конкурентоспроможності окремих підприємств внесок окремих показників в інтегральну конкурентоспроможність може бути суттєво різним.

Тому, на наш погляд, найбільш доцільно застосовувати таксономічну схему отримання інтегрального показника конкурентоспроможності. У цьому разі його знаходять за формулою [16, с. 4]

$$F_i = \sqrt{\sum_{j=1}^n (z_j^i)^2} \quad (4)$$

Відносні показники традиційно визначають нормуванням відхилення від максимального значення на розмах варіації за сукупністю [16, с. 5]:

$$z_i^j = \frac{y_i^j - y_i^{\min}}{y_i^{\max} - y_i^{\min}} \quad (5)$$

де  $z_i^j$  – відносний  $i$ -й показник у безрозмірних одиницях для  $j$ -го підприємства

$y_i^j$  – абсолютні значення  $i$ -го показника для  $j$ -го підприємства з сукупності;

$y_i^{\max}$ ,  $y_i^{\min}$  – максимальне і мінімальне значення  $i$ -го показника для сукупності підприємств.

Таксономічна схема адекватна введенню багатомірному умовного простору, де центром координат буде умовний еталон з усіма максимальними показниками (або з сукупності підприємств, або з станів підприємства за ряд періодів, які аналізуються). Кількість осей в такій системі координат рівна кількості показників. Положення кожного підприємства буде характеризуватися координатою по умовній осі відносних оцінок часткового показника. Перевагами цієї схеми отримання інтегрального показника є досить просте вирішення зведення у зібраний вигляд часткових показників, можливість швидкої декомпозиції інтегрального показника на окремі блоки та виявлення за допомогою цього найбільш проблемних місць у забезпеченні конкурентоспроможності.

Модифікацією таксономічної моделі є модель «радар», коли інтегральний показник конкурентоспроможності визначається площею «радару», утвореного точками на осях, які відповідають певним частковим показникам конкурентоспроможності [1, с. 74]. Однак уведення значної кількості осей в модель «радару» унеможливує візуальне сприйняття та утруднює розрахунок площі «радару».

Щодо конкретних наборів показників, які використовуються для оцінювання конкурентоспроможності, то вони відрізняються залежно від підходу до сутності конкурентоспроможності.

За ситуативним підходом оцінювання конкурентоспроможності підприємства можна розглядати як процес визначення оцінок результативності ринкових дій за конкретних ситуацій, що складаються на ринку. Ситуативний підхід до оцінювання конкурентоспроможності є, на наш погляд, найменш інформативним у прогностичному аспекті. У свою чергу, ситуативний підхід до оцінювання конкурентоспроможності максимально враховує лише результат конкурентоспроможності: продукцію підприємства.

Найбільш поширеними методами оцінювання конкурентоспроможності за ситуативного підходу є методи оцінювання за ринковою часткою, наприклад, чотирискладовий показник концентрації CR4 (використовувався з 1968 до 1984 р. Департаментом юстиції США) й індекс Херфіндала-Хершмана (з 1984 р. і дотепер) [7]. Такого роду методики дозволяють за характером розподілу часток ринку виділити ряд стандартних станів його суб'єктів: аутсайтери; із слабкою, середньою і сильною конкурентною позицією; лідери. Величина зміни ринкової частки дозволяє визначити певні групи господарюючих одиниць. Перехресна класифікація розміру часток і їх динаміки надає можливість побудувати конкурентну карту ринку, на підставі якої легко встановити місце досліджуваного суб'єкта у структурі ринку, ступінь домінування на ринку, особливості розвитку конкурентної ситуації.

Критерієм конкурентоспроможності у межах цієї моделі є завоювання найбільшого конкурентного статусу на ринку в процесі конкурентного суперництва. Останній визначається ринковою часткою та її динамікою.

Досить тісно до ситуативного примикає оцінювання конкурентоспроможності на основі процесного підходу. Останній дає змогу розглядати оцінювання конкурентоспроможності підприємства як вид аналітичного процесу, спрямованого на визначення результативності реалізації на підприємстві сукупності основних і додаткових процесів у порівнянні з конкурентами.

Процесний підхід також використовує частку ринку, але вже в сукупності з іншими показниками. Зазвичай при цьому не виводиться інтегральний показник. Відповідно до такого підходу більш конкурентоспроможними є ті підприємства, де найкраще організовано такі процеси, як виробництво, збут продукції, ефективне управління фінансами. Основним прийомом, що використовується за такого підходу є побудова двовимірних матриць (портфельний аналіз), причому одним з вимірів є частка ринку. Найчастіше використовують такі матриці:

- матрицю Бостонської консультативної групи (матриця БКГ) [5];
- матрицю «продукт-ринок» (матриця І. Ансоффа) [4];

- матрицю, розроблена спеціалістами фірми «Дженерал Електрик» і консультаційною фірмою «Мак Кінсі», відома також під назвою як «Матриця привабливості–конкурентоспроможності» [4; 5].

Широке використання ринкової частки в оцінюванні конкурентоспроможності стримується цілями оцінювання, оскільки, керуючись часткою ринку, досить складно розробити стратегію підвищення конкурентоспроможності. Вона дозволяє лише об'єктивно зареєструвати ті або інші зміни в конкурентній позиції, але не дозволяє розглянути причини таких змін, тим більше виробити заходи реагування. Крім того, цей показник не відображає всіх вимог, що висуваються до оцінювання різними групами користувачів.

Однак процесний підхід і, зокрема, матричні моделі портфельного аналізу припускають, що ефективніші на сучасному етапі процеси забезпечать і конкурентоспроможність підприємства в майбутньому. На наш погляд, така теза в багатьох випадках не є коректною, оскільки не враховує змін зовнішніх умов на ринку, тому прогнозний аспект такого підходу є, як і у ситуативному, обмеженим. Перевага матричних методів полягає в тому, що вони надають наочну інформацію про відносну позицію підприємства в окремих сферах бізнесу, дозволяють визначити типові стратегії на різних товарних ринках. Але матричні методи зводять оцінювання конкурентоспроможності машинобудівного підприємства до поверхової ілюстрації «позиції підприємства», «слабких і сильних сторін» або наявності «зірок та корів». Проте на рівні підприємства конкурентоспроможність визначається не просто парами показників різних аспектів діяльності, а множиною чинників, вплив яких також слід враховувати у визначенні оцінки конкурентоспроможності.

Відповідно до цільового підходу оцінювання конкурентоспроможності підприємства проводиться як процес визначення оцінок, які відображають економічні результати роботи підприємства порівняно з відповідними цільовими показниками конкурентів. Однак, у цьому випадку, як і в попередніх, наявна слабка база для прогнозу конкурентоспроможності.

Системний підхід оцінювання конкурентоспроможності підприємства можна подати як процес визначення оцінок за кожною підсистемою та порівняння отриманих таким чином показників з показниками інших підприємств згідно з обраним способом оцінювання (матричним, експертним, інтегральним, статистичним, графічним) [12]. Оцінювання конкурентоспроможності при цьому ґрунтується на теорії ефективної конкуренції, згідно з якою конкурентоспроможними є ті підприємства, де найкращим чином організовано роботу всіх підрозділів і служб, на ефективність діяльності яких впливають чинники, що визначаються ресурсами підприємства. У межах цієї групи способів оцінювання конкурентоспроможності підприємства здійснюється на основі оцінювання ефективності використання ресурсів кожним із підрозділів. Однак за таких умов оцінка конкурентоспроможності буде показувати не стільки продуктивність системи – надання більш привабливих ринкових пропозицій, скільки ефективність використання ресурсів у межах окремого підрозділу за окремим показником, а в разі використання інтегрального способу отримана оцінка не дає уявлення про напрями можливого застосування управлінського впливу.

Оригінальну методологію оцінювання майбутньої конкурентоспроможності підприємства на основі системного підходу запропонував А. Брутман [2], а саме статистичний аналог системного підходу, ідея якого зводиться до оцінювання рівня життєздатності підприємства в «типових» стаціонарних умовах на основі аналізу статистичних даних, що характеризують діяльність підприємства в різних зовнішніх умовах.

Реалізація цього підходу припускає виконання таких процедур [2, с. 160]:

- 1) класифікація зовнішніх умов діяльності підприємства методами кластерного аналізу і виявлення груп «типових» умов;
- 2) класифікація параметрів стану підприємства і параметрів процесу його функціонування з виділенням типових груп вказаних параметрів;
- 3) побудова оцінок рівня життєздатності підприємства для типових станів (розрахунок показників життєздатності на основі відомих статистичних даних);
- 4) сумісна класифікація зовнішніх умов діяльності підприємства і його станів (що забезпечує зв'язок між рівнем життєздатності підприємства в його станах з конкретними типовими умовами зовнішнього середовища);
- 5) розробка можливих стаціонарних сценаріїв розвитку зовнішніх умов функціонування підприємства і визначення опорних типових умов для кожного сценарію;
- 6) оцінювання рівня життєздатності підприємства для кожного сценарію за його опорними «точками»;
- 7) побудова інтегральної оцінки життєздатності підприємства з урахуванням вірогідності реалізації можливих сценаріїв у майбутньому.

Пропонований А. Брутманом підхід дозволяє оцінити конкурентоспроможність підприємства в майбутньому, однак при цьому автор оминає таку проблему як вірогідність повторення у майбутньому ситуацій, які були «типовими» в його термінології в минулому. Цілком можливо, що в майбутньому ситуація буде не схожа ні на одну з тих, в яких перебувало підприємство в минулому.

На наш погляд, оцінювання конкурентоспроможності підприємства доцільно будувати застосовуючи системно-цільовий підхід до конкурентоспроможності. Як основну ціль необхідно обрати надання привабливих ринкових пропозицій у сфері «сильної» конкуренції. Оскільки такі пропозиції для машинобудівних підприємств можуть реалізовуватися лише через інформаційно-інноваційний механізм, то й сукупність часткових та інтегральний показник конкурентоспроможності мають бути пов'язані з потенційними можливостями підприємства у цій сфері. Таким чином, можна зробити висновок, що оцінювання потенційної конкурентоспроможності машинобудівного підприємства має бути пов'язане з інформаційно-інноваційним потенціалом, який реалізує потенційні можливості підприємства в реальному привабливі ринкові пропозиції у сфері «сильної» конкуренції через інформаційно-інноваційний механізм конкурентоспроможності. Інформаційно-інноваційний потенціал визначимо як поєднання інформаційно-інноваційного механізму та ресурсів, які подаються на його «вхід».

Очевидним є те, що такий потенціал включає у себе вже проявлену частину, тобто вже задіяні ресурси, як матеріальні, так і інформаційні у вигляді знання, в інноваційній сфері та їх практичну складову. Але він включає в себе і дві «приховані» частини:

- 1) ресурси, які дотепер не задіяні, але можуть бути задіяні в майбутньому;
- 2) віддачу від уже задіяних на цей час ресурсів, яка не проявляється у цей момент, але може проявитися в майбутньому (наприклад, у разі достатнього стимулювання інноваційної активності працівників підприємства).

Відповідно, можна виділити й три компоненти оцінювання, які нададуть можливість визначити наскільки машинобудівне підприємство використовує інформаційно-інноваційний механізм конкурентоспроможності:

- 1) рівні задіяних ресурсів та їх практичної віддачі;
- 2) можливості підприємства зі збільшення ресурсів, які будуть задіяні в інформаційно-інвестиційному механізмі конкурентоспроможності;
- 3) можливості підприємства зі збільшення ефективності вже використовуваних ресурсів, тобто оцінювання резервів підвищення ефективності інформаційно-інноваційного механізму конкурентоспроможності підприємства.

Зазначимо, що друга компонента відповідає екстенсивному шляху підвищення конкурентоспроможності підприємства за допомогою інформаційно-інноваційного механізму, тоді як третя – інтенсивному, тому саме вона є найбільш важливою щодо прогнозування конкурентоспроможності машинобудівних підприємств та розробки управлінських заходів з підвищення конкурентоспроможності підприємства через інформаційно-інноваційний механізм.

Висновки. Проведений аналіз підходів до оцінювання підприємств показав, що більшість з них, зокрема широко поширені матричні моделі портфельного аналізу, здійснюють оцінювання конкурентоспроможності підприємства в минулому та поточному періодах, тоді як основною задачею такого оцінювання є майбутні стани конкурентоспроможності підприємства. Обґрунтовано пропозиції щодо доцільності застосування для оцінювання конкурентоспроможності підприємства системно-цільового підходу, суть якого в тому, що конкурентоспроможність підприємства в поточному та майбутньому періодах визначається проявленою та прихованою частиною інформаційно-інноваційного потенціалу, який означено як поєднання інформаційно-інноваційного механізму та ресурсів, які подаються на його «вхід». Обґрунтовано проведення оцінювання конкурентоспроможності за трьома напрямками: проявленою частиною інформаційно-інноваційного потенціалу, можливостями екстенсивного збільшення інформаційно-інноваційного потенціалу підприємства за рахунок збільшення задіяних ресурсів та оцінювання резервів інтенсивного збільшення цього потенціалу за рахунок підвищення ефективності інформаційно-інноваційного механізму конкурентоспроможності підприємства без суттєвого збільшення задіяних ресурсів.

#### Література.

1. Адамик В. Оцінка конкурентоспроможності підприємства / В. Адамик, Г. Вербицька // Вісник ТНЕУ. – 2008. – № 1. – С. 69–78.
2. Брутман А. Б. Промышленное предприятие как объект измерения конкурентоспособности: методологический аспект [Электронный ресурс] / А.Б. Брутман // Вісн. Хмельницького нац. ун-ту – 2009. – № 4. Т. 2. – С. –161. – Режим доступа: [http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/Vchnu/Ekon/2009\\_4\\_2/pdf/154-161.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/Vchnu/Ekon/2009_4_2/pdf/154-161.pdf)
3. Захаров А. Н. Конкурентоспособность предприятия: сущность, методы оценки и механизмы увеличения / А. Н. Захаров, А. А. Зокін // Бизнес и банки. – 2004. – № 1–2. – С. 1–5.
4. Конкурентная диагностика фирмы: концепция, содержание, методы : моногр. / А. С. Шевченко, В. И. Торкатюк, Н. А. Кизим та ін.]. – Х. : ИНЖЭК, 2008. – С. 240.
5. Кротков А. М. Конкурентоспособность предприятия: подходы к обеспечению, критерии, методы оценки / А. М. Кротков, Ю. Я. Еленева // Маркетинг в России и за рубежом. – 2001. – № 6. – С. 59–68.
6. Куприянова Т. Управляемая конкурентоспособность: как ее добиться? / Т. Куприянова // Консультант директора. – 2001. – № 22. – С. 17–29.

7. Ламбен Жан-Жак. Менеджмент, ориентированный на рынок: Стратегический и операционный маркетинг / Ж. Ламбен; пер. с англ. С. Жильцов – СПб. ; М. ; Нижний Новгород ; Воронеж ; Ростов н/Д : Питер, 2004. – С. 796.
8. Маренич А. Управление конкурентоспособностью предприятия / А. Маренич, И. Астахова // Бизнес Информ. – 1996. – № 5. – С. 23–27.
9. Піхур І. В. Конкурентоспроможність підприємства: сутність поняття та шляхи підвищення / І. В. Піхур // Вісн. Хмельницького нац. ун-ту. Економічні науки. – 2007. – № 3. – Т. 2. – С. 158–162.
10. Плотичина П. М. Определение конкурентоспособности предприятия [Электронный ресурс] // Вестник ТГТУ. – 2010. – № 1. – Т. 16. – С. 205–211. – Режим доступа: [http://vestnik.tstu.ru/rus/t\\_16/pdf/16\\_1\\_022.pdf](http://vestnik.tstu.ru/rus/t_16/pdf/16_1_022.pdf)
11. Савченко С. М. Фактори конкурентоспроможності підприємства / С. М. Савченко // Наук. вісник Національної академії державної податкової служби України. – 2003. – № 3. – С. 25–34.
12. Савчук А. В. Системный подход к анализу конкурентоспособности промышленного производства / А. В. Савчук // Економіст. – 2001. – № 12. – С. 58–61.
13. Савчук С.И. Основы теории конкурентоспособности / С. И. Савчук – Мариуполь : ИПРЭИ НАН Украины, Рената, 2007. – 520 с.
14. Савчук С. И. Оценка конкурентоспособности предприятий и отраслей на основе измерения их потенциалов / С. И. Савчук // Вісник Хмельницького нац. ун-ту. – Економічні науки. – 2006. – Т.2. – № 4. – С. 164–166.
15. Смирнов Е. М. Теоретичні та методичні основи оцінки конкурентоспроможності підприємства [Електронний ресурс] / Е. М. Смирнов // Вісн. Хмельницького нац. ун-ту – 2009. - №4. – Т.2. – С.130–135. – Режим доступу: [http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/Vchnu/Ekon/2009\\_4\\_2/pdf/130-135.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/Vchnu/Ekon/2009_4_2/pdf/130-135.pdf)
16. Тищенко А. Н. Оценка эффективности использования экономического потенциала региона / А. Н. Тищенко, Е. В. Давыскиба // Коммунальное хозяйство городов. – 2004. – № 56. – С.3–13.
17. Фасхiev X. A. Сколько показателей необходимо для достоверной оценки качества товара? / X. A. Фасхiev // Маркетинг в России и за рубежом. – 2008. – № 1 (63). – С. 72–91.
18. Чаплина А. Конкурентоспособность как интегральный показатель эффективности предприятия / А. Чаплина, И. Войцеховская // Проблемы теории и практики управления. – 2006. – № 3. – С. 108–113.
19. Шипуліна В. О. Оцінка конкурентних позицій підприємства на ринку / В. О. Шипуліна, В. Є. Майборода // Вісник Хмельницького нац. ун-ту – 2009. – №4. – Т.2. – С. 99–102.

#### References.

1. Adamik B. (2008), "Evaluation of the competitiveness of enterprises", *Otsinka konkurentospromozhnosti pidpryyemstva*, vol. 1, pp. 69-78.
2. Brutman A. B. (2009), "Industrial enterprise as an object of competitiveness measurements: methodological aspects", *Promyshlennoe predpriyatje kak ob'ekt izmerenija konkurentosposobnosti: metodologicheskij aspekt*, [Online], vol. 2, available at: [http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/Vchnu/Ekon/2009\\_4\\_2/pdf/154-161.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/Vchnu/Ekon/2009_4_2/pdf/154-161.pdf) (Accessed 6 February 2012).
3. Zakharov A. N. (2004), "Enterprise competitiveness: essence, estimates and methods of Mechanisms Increase", *Konkurentosposobnost' predpriyatija: sushhnost', metody ocenki i mehanizmy uvelichenija*, vol. 1-2, pp. 1-5.
4. Shevchenko A., Torkatyuk V.I., and Kizim N.A. (2008), *Konkurentnaya dyahnostyka firmy: kontseptsyya, sodержanye, metody: monohr.*, [Competitive firm diagnosis: concept, content, methods: monograph.], YNZHEK, Kharkiv, Ukraine.
5. Krotkov A.M. (2001), "Competitiveness of the enterprise: approaches to the criteria, evaluation methods", *Konkurentosposobnost' predpriyatija: podhody k obespecheniju, kriterii, metody ocenki*, vol.6, pp. 59-68.
6. Kupryanova T. (2001), "Managed competitiveness: how to achieve it?", *Upravljaemaja konkurentosposobnost': kak ee dobit'sja?*, vol. 22, pp. 17-29.
7. Lambe Jean-Jacques. (2004), *Menedzhment, orientirovannyj na rynek: Strategicheskij i operacionnyj marketing*. [Management, market-oriented strategic and operational marketing], Piter , St. Petersburg, Russia.
8. Marenych A. (1996), "Competitiveness of the enterprise management", *Upravlenie konkurentosposobnost'ju predpriyatija*, vol. 5, pp. 23-27.
9. Pihur I.V. (2007), "Competitiveness of enterprises: the essence of the concept and ways to improve", *Konkurentospromozhnist' pidpryyemstva: sutnist' poniattia ta shliakhy pidvyshchennia*, vol. 3, pp. 158-162.
10. Smirnov Y.M. (2009), "Theoretical and methodological foundations of assessing the competitiveness of enterprises", *Teoretychni ta metodychni osnovy otsinky konkurentospromozhnosti pidpryyemstva*, [Online], vol. 4, p.130-135., available at: [http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/Vchnu/Ekon/2009\\_4\\_2/pdf/130-135.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/Vchnu/Ekon/2009_4_2/pdf/130-135.pdf) (Accessed 23 July 2012)
11. Savchenko S. M. (2003), "Factors competitiveness of enterprises", *Faktory konkurentospromozhnosti pidpryyemstva*, vol. 3, pp. 25–34.
12. Savchuk A.V. (2001), "Systemic Approach of competitiveness analysis industrial production", *Systemnyy podkhod k analyzu konkurentosposobnosti promyshlennoho proyzvodstva*, vol. 12, pp. 58–61.
13. Savchuk S.I. (2007), *Osnovy teoryi konkurentosposobnosti*, [Fundamentals of the theory of competitiveness], IPRJeI NAN Ukrainy, Renata, Mariupol, Ukraine.
14. Savchuk S. Y. (2006), "Assessment of the competitiveness of enterprises and industries by measuring their potentials", *Otsenka konkurentosposobnosti predpryyatyy y otrasley na osnove yzmerenyya ykh potentsyalov*, vol.4, pp. 164–166.
15. Plotytsyna P. (2010), "Determination of enterprise competitiveness", *Opredefenye konkurentosposobnosti predpryyatyya*, [Online], vol. 1., pp. 205-211., available at: [http://vestnik.tstu.ru/rus/t\\_16/pdf/16\\_1\\_022.pdf](http://vestnik.tstu.ru/rus/t_16/pdf/16_1_022.pdf) (Accessed 2 July 2012)
16. Tyshchenko A. N. (2004), "Evaluating the effectiveness of the use of the economic potential of the region", *Ocenka jeffektivnosti ispol'zovanija jekonomicheskogo potentsiala regiona*, vol. 56, pp. 3–13.
17. Faskhyev KH. A. (2008), "How many parameters required for reliable appraisal of commodity?", *Skol'ko pokazatelej neobhodimo dlja dostovernoj ocenki kachestva tovara?*, vol. 1 (63)., pp. 72–91.
18. Chaplyna A. (2006), "Competitiveness as an integral component of enterprise efficiency", *Konkurentosposobnost' kak integral'nyj pokazatel' jeffektivnosti predpriyatija*, vol. 3, pp. 108–113.
19. Shypulina V. O. (2009), "Evaluation of competitive position on the market", *Otsinka konkurentnykh pozyciy pidpryyemstva na rynku*, vol. 4, pp. 99–102.

Стаття надійшла до редакції 18.06.2014 р.



ТОВ "ДКС Центр"