

МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ РІВНЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

У статті розглянуто різні методи та методологічні підходи до оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємств.

В статье рассмотрены различные методы и методологические подходы к оценке уровня конкурентоспособности предприятий.

Different methods and methodological approach to an estimation of competitiveness' level of enterprises are considered in article.

Ключові слова: конкурентоспроможність, підприємство, метод оцінювання, рівень конкурентоспроможності.

Невід'ємною рисою сучасної економіки є конкуренція. Незважаючи на зміни ринкових відносин та рівня державного регулювання економіки, її «невидима рука» завжди має місце на ринку. Це змушує звертати увагу на конкурентоспроможність підприємств, яка забезпечує їх утримання на визначеному сегменті ринку.

Вітчизняними та зарубіжними науковцями здійснено дослідження конкурентоспроможності, її складових, її особливостей в різних галузях і на різних типах підприємств, у різних умовах формування та під впливом різноманітних факторів, зарубіжного досвіду, концепцій, методів оцінювання, аналізу, підвищення, забезпечення, управління, маркетингу, менеджменту, посилення, розвитку, планування, діагностики та мотивації конкурентоспроможності країн, регіонів, галузей, підприємств, продукції тощо.

Деякі автори повністю присвятили деякі свої дослідження систематизації підходів до методів оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємства, серед яких Г.Л.Азоєв, З.М.Борисенко, А.Б.Брутман, Н.О.Лисенко, В.А.Павлова, Ю.А.Сімах, В.С.Уланчук, А.П.Челенков та інші.

Незважаючи на це, актуальним залишається питання оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємства в частині виробу достовірного та доступного для використання методу її оцінювання зі всього різноманіття існуючих методів. Крім того, дослідження різних методологічних підходів до оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємства формує загальне уявлення про сукупність розроблених методів.

Отже, метою даної статті є розгляд різних методів та методологічних підходів до оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємств.

Теоретичні підходи до оцінювання конкурентоспроможності підприємств класифікують за різними ознаками на різну кількість груп. Так, В.С.Уланчук та Н.О.Лисенко виділили дві основні групи: аналітичні і графічні [12].

З.М.Борисенко при описі відомих йому методів оцінювання конкурентоспроможності підприємства також виділив графічні методи,

зазначивши, крім того, матричний і табличний методи.

Графічний метод оцінювання рівня конкурентоспроможності ґрунтується на побудові так званої «радіальної діаграми конкурентоспроможності» або «багатокутника конкурентоспроможності». Побудова багатокутника здійснювалась шляхом поділу кола радіальними оціночними шкалами на рівні сектори, кількість яких дорівнювала кількості обраних критеріїв на радіальних прямих, значення критеріїв збільшувалися по мірі віддалення від центра кола; на кожній вісі з використанням відповідного масштабу вимірювання було позначено точки, що відповідали значенням критеріїв; по точках відповідно для кожного з підприємств проведено ламану лінію, яка і сформувала багатокутник [3, с. 153]. Ще А.Олів'є., А.Дайян, Р.Урсе пропонували вивчати сильні та слабкі сторони підприємства за допомогою багатокутника конкурентоспроможності, використовуючи вісім основних критеріїв: якість, ціна, фінанси, торгівля, післяпродажне обслуговування, зовнішня політика, підготовка перед продажем, концепція товару, на якому ґрунтується діяльність [2, с.512].

Матричні методи оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємства базуються на використанні матриці – таблиці впорядкованих по рядках та стовпцях елементів [3, с.159], а табличний метод є варіацією матричного [3, с.165]. Зарубіжними науковцями було запропоновано використання контрольних аркушів у формі систематизованих таблиць, де оцінювались такі групи показників для оцінки рівня конкурентоспроможності: фінанси, виробничий потенціал, склад робочої сили, технологія та науково-дослідний потенціал, організація та управління, маркетинг [14, с.23; 15, с.53].

Колективом наукових співробітників Інституту стратегії та конкурентоспроможності Гарвардської школи бізнесу у США під керівництвом М.Портера було запропоновано методика розрахунку «індексу мікроекономічної конкурентоспроможності». Вона базується на теорії конкурентоспроможності, згідно з якою конкурентна стратегія та якість бізнес-середовища відіграють вирішальну роль у створенні конкурентних переваг підприємства. Згідно з нею, субіндекс «діяльність і стратегія підприємств» розраховується за 16 показниками, а субіндекс «якість бізнес-середовища» – за 31 показником. При цьому вплив першого субіндексу визначається коефіцієнтом 0,37, а другого - 0,63 [12].

За результатами своїх досліджень В.А. Павлова виділила три методичні підходи до оцінювання конкурентоспроможності підприємства (продукції): за величиною комплексного показника конкурентоспроможності конкретних товарів на конкретних ринках на основі середніх і відносних величин; за величиною комплексного показника на основі поєднання показника конкурентоспроможності товарів і показників ефективності організаційно-економічного механізму управління підприємством; за інтуїтивними характеристиками конкурентного статусу на основі прикладних

моделей [9, с. 83].

Також три підходи до оцінювання конкурентоспроможності підприємства та побудови її показників виділив А.Б. Брутман. Серед цих підходів: перший – базується на системному моделюванні діяльності підприємств в умовах невизначеності, другий – спирається на ідеологію екстраполяції, третій – належить до логічного якісного прогнозування [4, с. 159]. Сам автор для вимірювання конкурентоспроможності підприємства пропонує статистичний аналог системного підходу, згідно з яким необхідно оцінити рівень життєздатності підприємства у «типових» стаціонарних умовах на основі аналізу статистичних даних, що характеризує діяльність підприємства у різних зовнішніх умовах [4, с. 160].

Деякі автори, а саме Ю.А.Сімех, Г.Л.Азоев, А.П.Челенков, запропонували систематизувати існуючі методи оцінки конкурентоспроможності підприємства на такі групи: методи, засновані на аналізі порівняльних переваг; методи, що базуються на теорії рівноваги фірм та галузі; методи, побудовані на основі теорії ефективної конкуренції; методи, засновані на теорії якості товару; матричні методи оцінки; комплексні (інтегральні) методи [11; 1, с.113-135].

Метод, що базується на оцінці конкурентоспроможності продукції підприємства, ґрунтується на ствердженні, що конкурентоспроможність виробника є тим вищою, чим вищою є конкурентоспроможність його продукції. В ролі показника, що оцінює конкурентоспроможність товару або послуги, використовується співвідношення двох характеристик: якості і ціни [1, с.113].

Метод, що базується на аналізі порівняльних переваг підприємств-конкурентів, ґрунтується на основних положеннях теорії міжнародного розподілу праці, згідно з якими передумовою для завоювання галуззю чи підприємством стійких конкурентних позицій є наявність порівняльних переваг, що дозволяють забезпечити відносно нижчі витрати виробництва порівняно з конкуруючою галуззю чи підприємством. У даному випадку оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємства здійснюється шляхом співставлення не лише виробничих витрат, а й обсягів та норми прибутку, та (або) обсягів продажів, та (або) ринкових часток [1, с.115].

При методі, заснованому на теорії ефективної конкуренції, як основний інструмент аналізу рівня конкурентоспроможності підприємства використовується співставлення показників стану підприємства з показниками підприємств-конкурентів та з середньогалузевими показниками [1, с.121].

Інтегральний метод передбачає розрахунок інтегрального показника рівня конкурентоспроможності підприємства, що включає в себе два елементи-співмножники: критерій, що відображає ступінь задоволення потреб споживача (характеризує відносну конкурентоспроможність товару), та критерій ефективності виробництва (рентабельність активів, рентабельність власного капіталу або середня за певний період норма рентабельності) [1, с.125].

Для методу самооцінки спочатку проводиться експертна оцінка усіх показників діяльності підприємства за всіма критеріями з присвоєнням у відповідності із ступенем розвитку підходу чи наявності позитивних результатів значень оцінок – 0,25; 0,50; 0,75; 1,00. Суму отриманих оцінок з кожного критерію множать на «вагу» критерію та додають. Наприкінці виводиться загальна оцінка діяльності. На цьому розрахункова частина аналізу вважається завершеною. Далі отримане значення порівнюють з попередньою оцінкою самого підприємства або з оцінкою діяльності підприємств-конкурентів [1, с. 130].

Матричний метод, розроблений консалтинговою групою Бостона, ґрунтується на аналізі конкурентоспроможності підприємства з урахуванням життєвого циклу товару (послуги). Суть процесу оцінювання полягає в аналізі матриці, побудованої за принципом системи координат: по горизонталі - темпи зростання (скорочення) кількості продажів у лінійному масштабі; по вертикалі - відносна частка товару (послуги) на ринку [1, с. 130].

Вищезазначену систематизацію підходів до методів оцінювання конкурентоспроможності підприємства підтримували й такі автори, як Ю.Б.Іванова, О.М.Тищенко, В.Ю.Самуляк, Р.В.Фещур, доповнивши наведений перелік ще кількома методами, а саме: методом, заснованим на теорії мультиплікатора; методом визначення позиції в конкуренції з погляду стратегічного потенціалу підприємства; методом, заснованим на порівнянні з еталоном. Особливу увагу дослідженню та класифікації матричних методів оцінки конкурентоспроможності підприємства приділили українські науковці О.М.Тищенко, Ю.Б.Іванов, М.О.Кизим.

Пріоритетне положення мають методики оцінки зведеного рівня конкурентоспроможності, основою якого є систематизований набір показників, за умови використання надійних експертних оцінок [10].

Розкриємо деякі методи оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємства більш детально.

Як відомо, визначення і розрахунок показників ґрунтуються на кількісній інтерпретації усіх сфер діяльності підприємства та факторів впливу на нього. Частина показників становить комерційну таємницю і є недоступною для процесу оцінювання. Переважає інтуїтивність в агрегуванні та кількісній інтерпретації показників. Крім того, застосування на практиці певного підприємства показників описового характеру також ускладнює вказаний процес. Вивчаючи критерії і показники конкурентоспроможності підприємства, В.А. Павлова дійшла висновку, що загальна конкурентоспроможність підприємства включає забезпечення конкурентоспроможності продукції, яку виготовляє чи реалізує підприємство, та конкурентоспроможність його ресурсного потенціалу, який формує ключові характеристики стану підприємства [9, с. 65].

Конкурентоспроможність підприємств можна визначити в статичі та в

динаміці, стверджував Р.А. Фатхутдинов. Ним запропоновано оцінювати конкурентоспроможність підприємства в статичній з урахуванням вагомості товарів і ринків, на яких ці товари реалізуються. Для цього автор навіть наступне:

$$K_{орг} \geq \sum_{i=1}^n a_i b_j \times K_{ij} \rightarrow 1, \quad (1)$$

де $K_{орг}$ – конкурентоспроможність підприємства; a_i – питома вага i -го товару підприємства в обсязі продажу за аналітичний період (визначається долями одиниць $i = 1, 2, \dots, n$); b_j – показник значущості ринку, на якому представлено товар підприємства (для розвинених країн значущість ринку рекомендовано приймати рівній 1, для інших країн – 0,7, для внутрішнього ринку – 0,5); K_{ij} – конкурентоспроможність i -го товару на j -му ринку [13, с. 297]. При цьому вагу i -го товару підприємства в обсязі продажів визначав за формулою:

$$a_i = V_i / V, \quad (2)$$

де V_i – обсяг продажу i -го товару за аналітичний період; V – загальний обсяг продажу підприємства за той самий період [13, с. 298].

В.Ф. Оберемчук пропонував оцінювати конкурентоспроможності підприємства за допомогою інтегрального показника, який розраховується за формулою:

$$Kn = \sqrt[8]{0,22\Pi_1 * 0,14\Pi_2 * 0,1\Pi_3 * 0,19\Pi_4 * 0,14\Pi_5 * 0,07\Pi_6 * 0,04\Pi_7 * 0,1\Pi_8} \quad (3)$$

де Π_1 – конкурентоспроможність продукції; Π_2 – фінансовий стан підприємства; Π_3 – ефективність збуту і просування товарів; Π_4 – ефективність виробництва; Π_5 – конкурентний потенціал; Π_6 – екологічність виробництва; Π_7 – соціальна ефективність; Π_8 – імідж підприємства [8, с. 7]. Треба зазначити, що показником, який характеризує конкурентоспроможність продукції, коректніше було б назвати рівень конкурентоспроможності продукції. Крім того, конкурентоспроможність продукції формується під впливом ефективності її виробництва, збуту та просування. Отже, вказаний метод розрахунку конкурентоспроможності підприємства включає в себе показники, що характеризують конкурентоспроможність підприємства і ті, що є похідними від них. Це може призвести до подвійності врахування певних факторів і неправильних результатів оцінювання.

І.І.Надточій вважав, що здійснювати оцінювання конкурентоспроможності підприємства доцільно на основі інтегрального показника конкурентоспроможності товару підприємства та стабільності (ефективності) його функціонування [7].

При розрахунку рівня конкурентоспроможності підприємства використовували різну сукупність показників. Так, концепція, що базується на несистематизованому та систематизованому наборі показників, виділяє такі

показники: конкурентоспроможність продукції та ефект від її реалізації, відношення вартості реалізованої продукції до її кількості за поточний період, відношення прибутку до загальної вартості продажу, відношення загальної вартості продажу до вартості матеріально-виробничих запасів; відношення загальної вартості продажу до вартості нереалізованої продукції; відношення суми дебіторської заборгованості до загального обсягу продажу; завантаження виробничих потужностей; портфель замовлень та обсяг капіталовкладень [6, с. 250].

Інший метод оцінки конкурентоспроможності пропонувала І.В. Булах. Реалізація запропонованого автором методу здійснюється за допомогою розробленої математичної моделі оцінки конкурентоспроможності підприємства, яку побудовано із використанням апарату нечіткої логіки і нейронних мереж [5, с. 26]. Завдяки ієрархічній побудові математичної моделі оцінки досягається найповніше врахування стану факторів внутрішнього і зовнішнього середовища конкретного підприємства в певний момент часу, що є необхідною умовою проведення якісного конкурентного аналізу. Використання апарату нейронних мереж та нечітких множин має певні переваги при оцінці конкурентоспроможності й ухвалення управлінських рішень: комплексність, системність, врахування динамічності показників у просторі і часі, врахування специфіки діяльності підприємств, можливість налагодження і навчання моделі на реальних даних, що сприяє обґрунтованому вибору конкурентної стратегії.

Найбільш продуктивними підходами до побудови системи показників конкурентоспроможності підприємства В.С. Уланчук вважав підходи відповідно до таких класифікаційних ознак: функціональне призначення (сфера застосування), функціональне охоплення результативних потоків та факторна модель конкурентоспроможності. Виходячи з функціонального призначення показників, він підтримував думку стосовно виокремлення тактичного та стратегічного модулів показників конкурентоспроможності або показників експрес- та фундаментальної діагностики конкурентоспроможності підприємства. До складу тактичного модуля показників конкурентоспроможності підприємства включав показники, що характеризують внутрішні результативні потоки, і ті, що розраховуються тільки на підставі публічної звітності (затверджених форм). А системою тактичного модуля показників конкурентоспроможності підприємства вважав утворення базових фінансово-економічних показників, показників активів і топ-характеристик підприємства, показників продуктивності та розподілу ресурсів підприємства. Залежно ж від функціонального охоплення було виокремлено показники конкурентоспроможності підприємства у дві групи: показники, що характеризують внутрішні результативні потоки, і показники, що характеризують зовнішні результативні потоки підприємства [12].

Перелік вище наведених методів та методологічних підходів до оцінки рівня

конкурентоспроможності підприємств є невичерпним. Проте він відображає загальний стан сучасних наукових досягнень у даній сфері.

Отже, існування значної кількості наукових праць про конкурентоспроможність підприємства та розглянуті методи її оцінювання свідчать про відсутність єдиного методу оцінювання рівня конкурентоспроможності.

Слід зазначити, що сучасні наукові дослідження щодо оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємства спрямовані на адаптацію існуючих методів до галузевих особливостей різних підприємств та сучасних економічних умов. Водночас визначення рівня конкурентоспроможності підприємства є недостатнім для характеристики його діяльності та прийняття управлінських рішень. Тому треба звернути увагу на визначення рівня конкурентостійкості підприємства як критичного атрибуту конкурентоспроможності підприємства для уточнення оцінки рівня його конкурентоспроможності.

Список використаних джерел:

1. Азоев Г. Л. Конкурентные преимущества фирмы / Г.Л. Азоев, А.П. Челенков. – М. : ОАО «Типография «НОВОСТИ», 2000. – 256 с.
2. Академия рынка: маркетинг / [А. Дайан, Ф. Букерель, А. Оливье, Р. Урсе и др.]; под. научн. ред. А.Г. Худокормов. [пер с франц.] – М. : Экономика, 1993. – 571 с.
3. Борисенко З.М. Основи конкурентної політики [підручник] / З.М. Борисенко. – К. : Таксон, 2004. – 704 с.
4. Брутман А.Б. Промышленное предприятие как объект измерения конкурентоспособности: методологический аспект / А.Б. Брутман // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2009. – Т. 2. – № 4. – С. 154-161.
5. Булах І. В. Математична модель оцінки стратегічної конкурентоспроможності підприємства / І. В. Булах // Вісник Національного університету водного господарства та природокористування. – 2007. – Вип. 3 (39). – С. 24-31.
6. Герчикова І.Н. Менеджмент [учебник] / І.Н. Герчикова. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Банки и биржи, ЮНИТИ, 1995. – 480 с.
7. Надточій І.І. Сутність і значення конкурентоспроможності в розвитку підприємств [електронний ресурс] / І.І. Надточій // Вісник Національного університету кораблебудування. – 2010. – № 2. – Режим доступу: www.ev.nuos.edu.ua
8. Оберемчук В. Ф. Забезпечення конкурентоспроможності підприємства: стратегічні аспекти: Автореферат дис. на здобуття наук. ступеня д.е.н. Спец. 08.06.01. / В. Ф. Оберемчук; Київський нац. ун-т. – К., 1999. – 19 с.
9. Павлова В. А. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка та стратегія забезпечення [монографія] / В. А. Павлова. – Д. : Вид-во ДУЕП, 2006. – 276 с.
10. Савченко С.М. Загальні положення оцінки конкурентоспроможності підприємства [електронний ресурс] / С.М. Савченко // Проблеми системного підходу в економіці. – 2008. – № 4. – Режим доступу: <http://www.nbu.gov.ua>
11. Сімах Ю. А. Визначення поняття конкурентостійкості підприємства / Ю. А. Сімах // Вісник Міжнародного Слов'янського Університету. Серія «Економічні науки». – Том X. – 2007. – № 1. – С.12–16.
12. Уланчук В.С. Конкуренція та методи визначення конкурентоспроможності [електронний ресурс] / В.С. Уланчук, Н.О. Лисенко // Збірник наукових праць Уманського державного аграрного університету. – 2008. – Випуск 70. – Ч. 2. Економіка. – Режим доступу: <http://udau.edu.ua>
13. Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организации : [учеб. пособие] / Р.А. Фатхутдинов. – М. : Эксмо, 2004. – 544 с.
14. Kastens M. Long-Range Planning for Your Business. / M. Kastens. – N.Y. – 1976. – p. 52-53.
15. Palay N. The Managers Guide to Competitive Marketing Stratagies./ N. Palay. – N.Y. – 1989. – p.81-82.