

## МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Панченко М.О., Бровкова О.Г.

Одеський національний політехнічний університет

У даній статті вивчені основні методи оцінки конкурентоспроможності підприємства. Розглянуті підходи до визначення критерію ефективної конкуренції, економічні і якісні показники, що впливають на конкурентні переваги організації. Конкурентоспроможність – головний показник ефективності виробництва, оцінки ефективної діяльності системи управління.

**Ключові слова:** конкурентоспроможність, підприємство, методика, оцінка, аналіз.

**Постановка проблеми.** У сучасних умовах ринкової економіки підвищення конкурентоспроможності є однією з основних цілей підприємства, оскільки саме від рівня конкурентоспроможності в значній мірі залежить фінансове благополуччя організації.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Не дивлячись на велику кількість наукових розробок вітчизняних і зарубіжних учених по питаннях управління конкурентоспроможністю, багато аспектів даної проблеми на сьогоднішній день залишаються вивченими недостатньо.

Це підтверджує актуальність вивчення конкурентоспроможності, пошуку найбільш точного і функціонального інструментарію її оцінки і ефективних механізмів її підвищення в умовах діяльності підприємства.

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Єдиний метод оцінки конкурентоспроможності підприємства в даний час ще не розроблений. Більшість методів оцінки конкурентоспроможності галузі базуються на класичній теорії міжнародного розподілу праці. Відповідно до закону порівняльних переваг, країна спеціалізується на виробництві і експорті тих товарів, собівартість яких значно нижче за їх ціну на світовому ринку, а імпортує ті види продукції, які в інших країнах дешевше. Переваги у витратах виробництва є передумовою сильних ринкових позицій. При виборі критеріїв і показників слід враховувати, що показники можуть бути вимірними і невимірними. Вимірні показники мають кількісну міру (продуктивність праці, показники ефективності), а невимірні показники не мають чисельних значень і відбиваються тільки в якісних описах, наприклад, якість обслуговування, задоволення попиту.

**Мета статті** полягає в вивченні теоретико-методологічних основ конкурентоспроможності підприємства, розгляду різних підходів до оцінки конкурентоспроможності підприємств та вибору найбільш оптимального.

**Виклад основного матеріалу.** В умовах ринкової економіки, коли можливість подальшого розвитку організації безпосередньо залежить від здійснення ефективної господарської діяльності, пріоритетним напрямом є управління її конкурентоспроможністю за допомогою постійного аналізу і оцінки.

Основними завданнями, що вирішуються при оцінці конкурентоспроможності організації, є:

- визначення рівня конкурентоспроможності на теперішній момент часу;
- виявлення тенденцій і закономірностей в підвищенні конкурентоспроможності за досліджуваній період;
- визначення «вузьких» місць, що негативно впливають на конкурентоспроможність організації;

- виявлення резервів, які організація може використовувати для підвищення своєї конкурентоспроможності [2].

Для цілей управління конкурентоспроможністю необхідна наявність об'єктивного інструменту її оцінки. На сьогоднішній день існує ряд методик оцінки конкурентоспроможності підприємства, запропонованих російськими і зарубіжними авторами.

Серед багатьох підходів можна виділити два принципових: кількісний і якісний.

Кількісні методи оцінки конкурентоспроможності, як правило, пов'язані з розрахунком індексів, перш за все інтегральних, покликаних оцінити стан ряду ключових показників, що відображають окремі аспекти конкурентоспроможності, з подальшим об'єднанням їх в агрегований показник. Вони засновані на застосуванні різних коефіцієнтів для аналізу виробничої діяльності, фінансового положення, ефективності інвестицій та ін. При цьому показники, що приймаються тим або іншим автором як основні для оцінки конкурентоспроможності, достатньо різноманітні.

Так, Таран В.А. у своїй роботі за основні показники конкурентоспроможності підприємства пропонує приймати: економічний потенціал і ефективність діяльності (активи, основний капітал, власний і позиковий капітал, об'єм продажів, частка на ринку, прибуток); рівень управління (форми організації і досвід функціонування елементів господарського механізму з позиції нововведень і відповідальності); виробничий і збутовий потенціали, вказуючи на можливість фірми проводити і реалізовувати ту або іншу продукцію в необхідних кількостях в необхідні терміни (наявність сировинної бази; виробничі і збутові потужності; об'єм і напрями капіталовкладень, що визначають виробничу політику та ін.); науково-дослідний потенціал (організація і напрям наукових досліджень, щорічні витрати на НІОКР, число патентів на винаходи, область патентознавства, оцінка можливості заняття фірмою монопольного положення в якій-небудь області техніки та ін.); фінансове положення (платоспроможність, кредитоспроможність і умови кредитування, структура капіталу – відношення власного капіталу до загальної суми активів та ін.)

Вітчизняний економіст М.Р. Міронов запропонував комплексний метод оцінки конкурентоспроможності підприємства, заснований на оцінці наступних групових показників і критеріїв конкурентоспроможності підприємства: ефективності виробничої діяльності підприємства; фінансового положення підприємства; ефективності організації збуту і просування товару на ринку; конкурентоспроможності товару; ділової активності підприємства. Коефіцієнт конкурентоспроможності підприємства розраховується як сума множення значення того або

іншого критерію на коефіцієнт його ваги. Недоліком даного методу є достатньо жорстка заданість критеріїв ефективності [3].

Конкурентоспроможність організації Фатхутдінов Р.А. пропонує оцінювати по чотирьох основних групах показників: 1) переваги в зовнішньому середовищі (макросередовище, інфраструктура регіону, мікросередовище); 2) переваги у внутрішньому середовищі (технології, організація процесів, ресурси); 3) переваги в якості і ресурсоемності товарів, що випускаються, нововведень (товари, нововведення, послуги); 4) переваги ринків (за об'ємом ринків, по кількості конкурентів, по оперативності і надійності фінансових операцій, по безпеці торгівлі). Пропоновані автором показники враховують всі аспекти діяльності підприємства.

Для інтегральної оцінки конкурентоспроможності підприємств в статті Фатхутдінов Р.А. пропонує формулу, що враховує вагомість товарів і ринків, на яких вони реалізуються:

$$K_{opr} = \sum a_i \times b_j \times K_{ij} \rightarrow 1, \quad (1)$$

де  $a_i$  – питома вагомість товару в об'ємі продажів за аналізований період;

$b_j$  – показник значущості ринку, на якому представлений товар організації.

Для промислово розвинених країн значущість ринку рекомендується приймати на рівні 1,0, для решти країн 0,7, для внутрішнього ринку 0,5.

Проте недоліком даної методики є те, що конкурентоспроможність організації ототожнюється конкурентоспроможністю його товару, що некоректно. Конкурентоспроможність продукції є необхідною, але не достатньою умовою конкурентоспроможності підприємства. Крім того, в даній методиці суб'єктивність визначення значущості ринку знижує достовірність оцінки [6].

У роботі Шальмінової А.С. для оцінки конкурентоспроможності підприємства пропонується вибирати систему показників ефективності виробничої діяльності підприємства, фінансового положення підприємства, ефективності організації збуту і просування товару, конкурентоспроможності товару і ефективності інноваційного проекту. Інтегральний показник конкурентоспроможності автор отримує методом теорії бажаності. Загальний показник конкурентоспроможності підприємства розраховується у вигляді середньої геометричної зваженої:

$$K^* = \frac{(\alpha_1 + \alpha_2 + \alpha_3 + \alpha_4 + \alpha_5) \sqrt[\alpha_1]{e_1^{\alpha_1} \cdot e_2^{\alpha_2} \cdot e_3^{\alpha_3} \cdot e_4^{\alpha_4} \cdot e_5^{\alpha_5}}}{\alpha_1 + \alpha_2 + \alpha_3 + \alpha_4 + \alpha_5}, \quad (2)$$

де  $\alpha_1, \alpha_2, \alpha_3, \alpha_4, \alpha_5$  – коефіцієнти вагомості показників ефективності;

$e_1, e_2, e_3, e_4, e_5$  – частні показники ефективності діяльності підприємства.

У даній методиці враховується велике число чинників, що впливають на конкурентний статус підприємства. Проте методика не позбавлена суб'єктивізму. Достовірність оцінки конкурентоспроможності по даній методиці в значній мірі залежить від кваліфікації експерта, так як інтегральний показник розраховується з використанням вагів, визначуваних експертами [6].

Якісні методи не пов'язані з кількісними розрахунками, а засновані на експертних оцінках. Самим універсальним і оперативним методом оцінки конкурентоспроможності підприємства є SWOT-аналіз, що дозволяє найповніше зіставити індикатори конкурентоспроможності суб'єкта ринкових відносин з аналогічними індикаторами суперників, виявити і оцінити власні сильні і слабкі сторони, так само як і сильні і слабкі сторони своїх конкурентів. Вказаний метод залишає

підприємству свободу в виборі індикаторів конкурентоспроможності [3].

Група так званих матричних методів базується на оцінці маркетингової стратегії підприємства з використанням побудови матриці конкурентних стратегій [1]. Перевагою даного методу є те, що за наявності інформації про об'єми реалізації і відносні долі ринку конкурентів метод дозволяє забезпечити високу адекватність оцінки. Проте виключається проведення аналізу причин що відбувається, що ускладнює вироблення управлінських рішень, а також вимагає наявності достовірної маркетингової інформації; це вабить необхідність відповідних досліджень.

Широкого поширення на практиці набула методика оцінки конкурентоспроможності підприємства, заснована на концепції ціннісного ланцюга М. Портеру. Методика аналізу конкурентоспроможності припускає використання ціннісного ланцюга підприємства як основу для конкурентного аналізу. Оцінка конкурентоспроможності підприємства здійснюється експертним шляхом. Експертна група оцінює стан організації шляхом відповіді на питання, згруповані по ціннісних блоках. Отримані результати дозволяють оцінити реальне положення справ в компанії, визначити точки можливого зростання, блоки неефективного використання капіталу, ціннісні дії, які визначають конкурентне обличчя компанії і її конкурентні переваги. Основною вимогою даної методики є гранична чесність експертів без перебільшення власних можливостей і можливостей конкурентів [7].

**Висновки і пропозиції.** Виходячи з вище проаналізованого, можна констатувати, що до теперішнього часу в Україні відсутня єдина методика комплексної кількісної оцінки конкурентоспроможності підприємства, необхідність в якій набуває всього велику актуальність. Кожна з перерахованих груп методів може застосовуватися як оцінка конкурентоспроможності підприємств багатьох галузей. Проте слід констатувати, що досконалих методів не існує і вибирати той або інший необхідно виходячи з цілей, ради яких проводиться оцінка.

Кількісні методи дозволяють об'єктивно оцінити конкурентні можливості підприємства, проте в більшості випадків в основі їх лежить аналіз чинників, що визначають конкурентоспроможність господарюючих суб'єктів, перелік яких носить суто суб'єктивний характер і є вичерпним. В той же час система чинників конкурентоспроможності підприємства є відкритою, а безліч елементів цієї системи нечітким, що свідчить про недостатню адекватність оцінки. Крім того, як правило, відбувається зведення різних за природою техніко-економічних показників в єдиний показник конкурентоспроможності з привласненням кожному з оцінюваних чинників коефіцієнтів, що визначають їх вагове значення. Разом з тим, вплив різних економічних чинників в конкретній економічній ситуації на конкурентоспроможність підприємства різний.

Якісні методи не відрізняються особливою науковою строгістю, але чутливі, гнучкі і, за умови аналізу достатньо достовірної інформації, дозволяють оцінити факти, а не абстрактні цифри. Основним недоліком даної групи методів є істотна суб'єктивність і умовність, проте в деяких випадках застосування їх необхідно і вельми продуктивно.

Таким чином, оцінка конкурентоспроможності підприємств є достатньо складним процесом через свою новизну. Проте, актуальність і необхідність подібного аналізу очевидна. Не дивлячись на велику кількість робіт, присвячених оцінці конкурентоспроможності підприємств, що є до теперішньо-

го часу, серед них не пропонується методики, що найбільш прийнятна для об'єкту дослідження та відрізняється своєю надійністю. Потрібно обирати яка включає в розумній пропорції як якісну, так і таку методику оцінки конкурентоспроможності, що кількісну складові.

#### Список літератури:

1. Грігор'єва М. С. Методи оцінки конкурентоспроможності підприємства [Електронний ресурс] режим доступу: <http://www.ibl.ru/konf/120412/metody-ocenki-konkurentosposobnosti-predpriyatija.html>
2. Замураєва Л. Е. Методологічні аспекти оцінки конкурентоспроможності організації. [Електронний ресурс] режим доступу: [http://perspectives.utmn.ru/2008\\_8/2.1.htm](http://perspectives.utmn.ru/2008_8/2.1.htm)
3. Отт А. Ст. Підвищення конкурентоспроможності як програмне завдання технічного переозброєння машинобудівного підприємства/Двигатель № 46, 2011 режим доступу:<http://engine.aviaport.ru/issues/75/page46.html>
4. Уляхин Т. М. Методологічні підходи до вибору напрямів розробки методів оцінки і аналізу конкурентоспроможності промислового підприємства/ Університет ім. Ст. І. Вернадського № 2(12), 2008 Том 1. Режим доступу: <http://vernadsky.tstu.ru/pdf/2008/02g/36g.pdf>
5. Фасхiev X. A. Визначення конкурентоспроможності підприємства/ Маркетинг в Росії і за кордоном № 4, 2009 режим доступу: <http://www.dis.ru/library/market/archive/2009/4/4960.html>
6. Фасхiev X. A. Як зміряти конкурентоспроможність підприємства? [Електронний ресурс] режим доступу: <http://referent.mubint.ru/8/2287>
7. Хасанов Р. X. Методика оцінки конкурентоспроможності підприємства [Електронний ресурс] режим доступу: [http://www.moderncompetition.ru/general/upload/articles\\_preview/sk0409-99\\_fs.pdf](http://www.moderncompetition.ru/general/upload/articles_preview/sk0409-99_fs.pdf)
8. Чайникова Л. Н. Конкурентоспроможність підприємства: навчальн. посібник / Л. Н. Чайникова, Ст. Н. Чайників. Тамбов: Вид-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2007. – 192 с.

**Панченко М.А., Бровкова Е.Г.**

Одесский национальный политехнический университет

## МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

#### Аннотация

В данной статье изучены основные методы оценки конкурентоспособности предприятия. Рассмотрены подходы к определению критерия эффективной конкуренции, экономические и качественные показатели, которые влияют на конкурентные преимущества организации. Конкурентоспособность – главный показатель эффективности производства, оценки эффективной деятельности системы управления.

**Ключевые слова:** конкурентоспособность, предприятие, методика, оценка, анализ.

**Panchenko M.O., Brovkova O.H.**

Odessa National Polytechnic University

## METHODICAL APPROACHES TO ESTIMATION OF COMPETITIVENESS OF ENTERPRISE

#### Summary

The basic methods of estimation of competitiveness of enterprise are studied in this article. Approaches to determination of criterion of effective competition, economic and quality indicators, which influence the competitiveness of organization, are examined. Competitiveness is the main indicator of efficiency of production, estimation of effective activity of the management system.

**Keywords:** competitiveness, enterprise, methodology, estimation, analysis.