

УДК 339.137

## МЕТОДИ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Колмакова О.М., Андріянова О.А.

Харківський національний університет будівництва та архітектури

В статті розглянуті основні методи оцінки конкурентоспроможності підприємства. Методи оцінки конкурентоспроможності неможливо розглядати без факторів, що впливають на підприємство. При детальному аналізі методів розглянуті їх переваги та недоліки. Об'єднавши виділені фактори та методи було складено таблицю-матрицю. Результати досліджень суто теоретичні і в подальшому планується формалізувати результати аналізу.

**Ключові слова:** матричний метод, методи оцінки конкурентоспроможності.

**Постановка проблеми.** Конкурентоспроможності – є вирішальним фактором комерційного успіху в ринковій економіці. Це багатоаспектне поняття, що означає відповідність товарів і послуг компанії умовам ринку, конкретним вимогам споживачів не тільки за своїми якісними, технічними, економічними, естетичними характеристиками, але і за умовами їх реалізації. Інакше кажучи, оцінка конкурентоспроможності – це досить великий комплекс заходів щодо аналізу відповідності стану товарів і послуг компанії умовам ринку тощо.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Конкурентоспроможність підприємства була і залишається предметом дослідження багатьох провідних науковців, таких як Портер Майкл Е. [1], Колмакова О.М. [2; 3], Білоножко М.М. [3], Смачило В.В. [4], Білоусько Т.Ю. [5] та інші. Методам оцінки конкурентоспроможності присвячена лівова частка цих досліджень.

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** В результаті проведених досліджень провідними вченими було розроблено багато методів оцінки конкурентоспроможності, описані основні принципи оцінки, перелічений інструментарій оцінки. Методи оцінки конкурентоспроможності також неможливо розглядати без факторів, що впливають на підприємство. Різноманітна велика кількість досліджень потребує упорядкування, класифікації.

**Метою даної статті** є розглянути переваги та недоліки методів дослідження конкурентоспроможності, об'єднати виділені фактори та методи в таблицю-матрицю.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Слово «конкуренція» походить від латинського – «concurrere», тобто «стикатися». Вона являє собою механізм суперництва на ринку товарів, боротьби ринкових структур за право знайти свого покупця і за можливість продати свій товар на найбільш вигідних умовах і отримати бажаний прибуток.

Для визначення конкурентоспроможності підприємства на ринку необхідно виділення факторів, що впливають на можливості виграшу чи програшу організації в конкурентній боротьбі.

Зовнішніми факторами є [1; 2; 3; 4]: рівень відкритості економіки країни; рівні конкурентоспроможності країни, регіону, галузі; державна підтримка малого і середнього бізнесу в країні; правове регулювання функціонування економіки країни і регіонів; податкові ставки; відсоткові ставки; національна система стандартизації та сертифікації; якість інформаційного забезпечення управління на всіх рівнях ієрархії; наявність доступних і дешевих природних ресурсів; державна підтримка науки, освіти та інноваційної діяльності; прогресивність системи підготовки та перепідготовки кадрів в країні; кліматичні умови і географічне положення країни або регіону тощо.

Внутрішніми факторами є [1; 2; 3; 4]: 1) Структурні: прогресивність виробничої структури підприємства (гнучкі виробничі системи, автоматизовані модулі); досконалість організаційної структури підприємства, що дозволяє здійснювати вертикальну і горизонтальну інтеграцію з виробництва конкурентного товару; рівень уніфікації та стандартизації продукції, що випускається; рівень регулювання виробничих процесів з метою досягнення конкурентних переваг підприємства; досконалість інформаційної та нормативно-методичної бази управління конкурентоспроможним виробництвом; 2) Ресурсні: людські ресурси; фізичні ресурси; ресурс знань; грошові ресурси. 3) Інфраструктура – транспортна система країни, система зв'язку, поштово-ві послуги, переказ платежів та коштів з банку в банк всередині і за межі країни, система охорони здоров'я і культури, житловий фонд і його привабливість з точки зору проживання і роботи. 4) Технічні: питома вага патентованих товарів, технологій, обладнання; рівень якості виготовлення товарів. 5) Управлінські: стратегія підприємства; менеджмент; маркетинг; організація поставок сировини, матеріалів і комплектуючих виробів; 6) Економічні: показники рентабельності продукції, виробництва, капіталу і продажів; швидкість оборотності всіх видів матеріальних ресурсів; фінансова стійкість функціонування підприємства; частка експорту товарів.

На основі відібраних факторів було виділено перелік основних методів оцінки кон-

курентоспроможності [1; 2; 3; 4]. Існує шість основних підходів до визначення конкурентоспроможності (рис. 1).

Методи оцінки включають три основні групи показників.

Перша група - це показники, які характеризують ефективність виробничо-торговельної діяльності підприємства. Серед них можна виділити: співвідношення чистого прибутку до чистої вартості матеріальних активів, співвідношення чистого прибутку до чистих продажів, а також використовується співвідношення чистого прибутку до чистого оборотного капіталу.

Друга група показників є показниками інтенсивності використання основного капіталу і оборотного. Як представників цієї групи можна назвати: співвідношення чистих продажів до чистого оборотного капіталу, співвідношення чистих продажів до чистої вартості матеріальних активів, співвідношення основного капіталу до вартості матеріальних активів, співвідношення чистих продажів до вартості матеріально-виробничих запасів і співвідношення матеріально-виробничих запасів до чистого оборотного капіталу.

Заклучна група показників представлена показниками фінансової діяльності. Це такі характеристики, як: співвідношення поточного боргу до вартості матеріальних активів, співвідношення поточного боргу до вартості мате-

ріально-виробничих запасів, співвідношення оборотного капіталу до поточного боргу, співвідношення довгострокових зобов'язань до чистого оборотного капіталу.

На сьогоднішній день розроблено безліч методів оцінки конкурентоспроможності підприємств, їх можна класифікувати наступним чином (табл. 1).

Матричні методи оцінки є досить простими і дають наочну інформацію. Більш того вони засновані на розгляді процесу конкуренції в розвитку і в разі наявності правдивої інформації дають можливість здійснити досить якісний аналіз конкурентних позицій.

Методи, які базуються на проведенні оцінки конкурентоспроможності продукції, пов'язують за допомогою поняття «ефективного споживання» конкурентоспроможність підприємства і конкурентоспроможність товару. Вважається, що конкурентоспроможність вище, чим вище якість товару і менше його вартість. Серед позитивних рис цих методів можна назвати: простоту і наочність проведення оцінки. Але разом з тим вони не дають повного уявлення про сильні та слабкі сторони в роботі підприємства.

Відповідно до теорії ефективної конкуренції найбільш конкурентоспроможними вважаються фірми, в яких найкращим чином налагоджена робота всіх підрозділів і служб. Оцінка



Рис. 1. Основні підходи до оцінки конкурентоспроможності

Таблиця 1

## Методи оцінки конкурентоспроможності підприємств [1; 3; 4; 5]

Назва методу	Відмінні риси методики	Плюси і мінуси методу
1. Матричні методи: 1.1 матриця БКГ; 1.2 матриця Портера; 1.3 матриця «привабливість ринку/конкурентоспроможність» (так звана модель GE/McKinsey); 1.4 матриця «привабливість галузі/конкурентоспроможність» (так звана модель Shell/DPM); 1.5 матриця «Стадія розвитку ринку конкурентна позиція» (так звана модель Hofer/Schendel); 1.6 матриця «Стадія життєвого циклу продукції конкурентна позиція» (так звана модель ADL/LC)	Оцінка починається з побудови спеціальної матриці в певній системі координат: по осі абсцис відкладають темпи зростання або скорочення обсягу продажів: по осі ординат розташовується відносна частка, яку підприємство займає на ринку. Згідно з цією методикою найбільш конкурентоспроможними вважаються ті економічні суб'єкти, які функціонують на швидко зростаючому ринку і займають суттєву його частку.	Плюси: забезпечує високу адекватність оцінки. Мінуси: не дає можливість провести аналіз причин ситуації, що склалася, чим ускладнює процес розробки управлінських рішень, крім того ці методи вимагають наявності точної маркетингової інформації, а це пов'язане з необхідністю проведення таких досліджень.
2. Методи, які ґрунтуються на процедурі оцінювання конкурентоспроможності товару, що виробляється або послуги, що надається підприємством	Ключова ідея таких методик в тому, що конкурентоспроможність підприємства і товару знаходяться в прямій залежності, тобто з ростом конкурентоспроможності товару зростає і конкурентоспроможність фірми. З метою визначення конкурентоспроможності товару можуть бути використані маркетингові методи, більшість з них націлені на визначення співвідношення ціна/якість. При розрахунку показника конкурентоспроможності за кожним видом продукції, що виробляється використовуються економічні і параметричні індекси конкурентоспроможності.	Плюси: методи засновані на оцінці однієї з найважливіших складових конкурентоспроможності фірми - це конкурентоспроможність товару або послуги, що створюється. Мінуси: не дає повного уявлення про сильні та слабкі сторони в діяльності підприємства, оскільки конкурентоспроможність фірми підміняється конкурентоспроможністю товару і не включає інші характеристики її діяльності.
3. Методи, в основу яких покладено теорію ефективної конкуренції	Теорія ефективної конкуренції полягає в тому, що найбільш конкурентоспроможними є ті компанії, в яких найкращим чином налагоджена робота всіх підрозділів і служб. Причому вважається, що на ефективність функціонування будь-якої зі служб впливає цілий комплекс факторів – ресурсів підприємства. І оцінка ефективності роботи кожної зі структур має на увазі оцінку ефективності використання ними цих ресурсів. зору наявних ресурсів	Плюси: облік різноманітних елементів діяльності компанії. Мінуси: в основу методики покладено ідею про те, що рівень конкурентоспроможності підприємства можна визначити за допомогою простого складання здібностей підприємства до досягнення конкурентних переваг. Але сума різноманітних елементів такої складної системи як підприємство, найчастіше за все, не призводить до того ж результату, як і вся система в цілому
4. Методи, засновані на комплексному підході до оцінки конкурентоспроможності	У відповідності з цією методикою прийнято вважати, що конкурентоспроможність підприємства це величина інтегральна по відношенню до поточної конкурентоспроможності та конкурентного потенціалу. В даному випадку поточна і потенційна конкурентоспроможність та їх співвідношення в рамках інтегрального показника конкурентоспроможності підприємства в залежності від використовуваного методу можуть відрізнитися	Плюси: дає можливість врахувати не тільки існуючий рівень конкурентоспроможності компанії, а разом з тим і його майбутню можливу динаміку. Мінуси: в ході визначення поточної і потенційної конкурентоспроможності використовуються методи, розглянуті вище, а це означає, що і недоліки тих підходів переходять на цей

ефективності роботи будь-якої такої структури має на увазі оцінку ефективності використання нею ресурсів. Така методика оцінювання застосовується найбільше в оцінці промислових підприємств і включає всі найважливіші оцінки господарської діяльності, виключаючи дублювання конкретних показників, дає можливість створити загальну картину конкурент-

ного становища фірми на внутрішньому і зовнішньому ринку швидко і точно.

Реалізація комплексних методів оцінювання конкурентоспроможності підприємства здійснюється з використанням методу інтегральної оцінки. Цей метод включає дві складові: по-перше, критерій, що характеризує ступінь задоволення потреб споживача, по-друге, кри-

терій ефективності виробництва. Позитивною рисою цього методу можна назвати простоту здійснюваних розрахунків і можливість однозначно інтерпретувати результати. Разом з тим, важливим недоліком є неповна характеристика діяльності підприємства [2; 4; 5].

За результатами аналізу авторами була побудована матриця співвідношення показників основної діяльності підприємства та основних методів оцінки конкурентоспроможності (рис. 2).

Показники	Матричні методи	Методи, які ґрунтуються на процедурі оцінювання конкурентоспроможності товару	Методи, в основу яких покладено теорію ефективної конкуренції	Методи, засновані на комплексному підході до оцінки
Перша група	+	-	+	Показники всіх груп
Друга група	+	+	-	
Третя група	+	-	-	

Рис. 2. Матриця оптимального співвідношення методів оцінки конкурентоспроможності та показників підприємства

Здійснивши аналіз розроблених на сьогодні методів оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємства, можна прийти до висновку, що не існує ідеальної з усіх боків методики комплексного оцінювання конкурентоспроможності підприємства. Виділені недоліки наявних підходів до оцінювання конкурентоспроможності підприємств обумовлюють сильно обмежені можливості практичного застосування більшої їх частини. Наприклад, від методу, за допомогою якого, здійснюється оцінка конкурентоспроможності фірми не виробничої сфери, суттєво залежить надійність отриманих результатів, простота їх ідентифікації та можливості подальшого застосування.

**Висновки з даного дослідження.** Для коректної оцінки і подальшого підвищення конкурентоспроможності підприємства розроблено безліч методів, які можуть застосовуватися як окремо, так і в комплексі, в залежності від завдань, поставлених перед початком проведення оцінки. Різноманіття існуючих сьогодні методів ускладнює вибір найкращих методів оцінки. Розроблена автором матриця оптимального співвідношення методів оцінки конкурентоспроможності та показників підприємства дає можливість підібрати найбільш ефективний і простий метод оцінювання для кожного конкретного підприємства.

## Список літератури:

1. Портер Майкл Е. Конкуренція.: пер. з англ. М.: Вільямс, 2005. – 608 с.
2. Колмакова О.М. Основні принципи побудовання економічного механізму прогнозування та швидкого реагування на подію «настання кризи» / Колмакова О.М. / Вісник економіки транспорту і промисловості. – Харків: УкрДАЗТ. – 2011. – № 34 – С. 399–401.
3. Колмакова О.М., Білоножка М.М. Основні аспекти процесу формування та активізації механізму управління витратами сільськогосподарських підприємств у позазататних ситуаціях / О.М. Колмакова, М.М. Білоножка / Науковий журнал «Молодий вчений» № 4.4(44.4), квітень, 2017 р. – С. 68–72.
4. Колмакова О.М., Смачило В.В. Адаптація систем збалансованих показників для оцінювання діяльності транспортних підприємств / О.М. Колмакова, В.В. Смачило / Вісник економіки транспорту і промисловості. – Харків: УкрДАЗТ. – 2011. – № 33. – С. 191–194.
5. Білоусько Т.Ю. Вибір матричних методів в обґрунтуванні стратегії розвитку підприємства [Електронний ресурс] / Т.Ю. Білоусько. – Режим доступу: [http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuv/cgiirbis\\_64.exe?](http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?)

**Колмакова Е.Н., Андриянова О.А.**

Харьковский национальный университет строительства и архитектуры

## МЕТОДЫ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

### Аннотация

В статье рассмотрены основные методы оценки конкурентоспособности предприятия. Методы оценки конкурентоспособности невозможно рассматривать без факторов, влияющих на предприятие. При детальном анализе методов рассмотрены их преимущества и недостатки. Объединив выделенные факторы и методы была составлена таблица-матрица. Результаты исследований носят теоретический характер и в дальнейшем планируется формализовать результаты анализа.

**Ключевые слова:** матричный метод, методы оценки конкурентоспособности.

**Kolmakova O.M., Andriianova O.A.**

Kharkiv National University of Civil Engineering and Architecture

## **METHODS OF ESTIMATION OF COMPETITIVENESS OF THE ENTERPRISE**

### **Summary**

The article considers the main methods of assessing the competitiveness of an enterprise. Methods for assessing competitiveness can not be considered without factors affecting the enterprise. With detailed analysis of methods, their advantages and disadvantages are considered. By combining the selected factors and methods, a table-matrix was compiled. The results of the research are of a theoretical nature and in the future it is planned to formalize the results of the analysis.

**Keywords:** matrix method, methods for assessing competitiveness.