

УДК 330.131.5

Оцінка конкурентоспроможності підприємства

Швед Т.В.старший викладач кафедри економічної теорії
Національного університету харчових технологій**Біла І.С.**кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економічної теорії
Національного педагогічного університету імені М.П. Драгоманова

У статті розглядаються наявні підходи до оцінки конкурентоспроможності підприємства. Авторами згруповано методи, що застосовуються для визначення та оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства. До них належать методи, що ґрунтуються на основі аналізу порівняльних переваг; методи, що ґрунтуються на основі теорії рівноваги підприємства і галузі; методи, які ґрунтуються на основі теорії ефективної конкуренції; методи, які ґрунтуються на основі теорії якості продукції підприємства; методи, які ґрунтуються на основі теорії мультиплікатора; методи визначення конкурентної позиції з точки зору стратегічного потенціалу підприємств; методи, які ґрунтуються на основі експертних оцінок; матричні методи оцінки конкурентоспроможності; комплексні методи оцінки конкурентоспроможності підприємства. Визначення переваг та недоліків названих методів дало змогу зробити висновок про необхідність застосування системи методів для більш повної оцінки конкурентоспроможності підприємства з урахуванням особливостей його господарської діяльності.

Ключові слова: конкурентоспроможність підприємства, оцінка конкурентоспроможності підприємства, структурний підхід до оцінки конкурентоспроможності підприємства, функціональний підхід до оцінки конкурентоспроможності підприємства, методи оцінки конкурентоспроможності підприємства.

Швед Т.В., Бела І.С. ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

В статье рассматриваются имеющиеся подходы к оценке конкурентоспособности предприятия. Авторами сгруппированы методы, применяемые для определения и оценки уровня конкурентоспособности предприятия. К ним относятся методы, основанные на анализе сравнительных преимуществ; методы, основанные на теории равновесия предприятия и отрасли; методы, основанные на теории эффективной конкуренции; методы, основанные на теории качества продукции предприятия; методы, основанные на теории мультипликатора; методы определения конкурентной позиции с точки зрения стратегического потенциала предприятий; методы, основанные на экспертных оценках; матричные методы оценки конкурентоспособности; комплексные методы оценки конкурентоспособности предприятия. Определение преимуществ и недостатков названных методов позволило сделать вывод о необходимости применения системы методов для более полной оценки конкурентоспособности предприятия с учетом особенностей его хозяйственной деятельности.

Ключевые слова: конкурентоспособность предприятия, оценка конкурентоспособности предприятия, структурный подход к оценке конкурентоспособности предприятия, функциональный подход к оценке конкурентоспособности предприятия, методы оценки конкурентоспособности предприятия.

Shved T.V., Bila I.S. EVALUATION OF COMPETITIVENESS OF ENTERPRISES

The article discusses the available approaches to assessing the competitiveness of enterprises. The authors grouped the methods used to measure and evaluate the level of competitiveness of the enterprise. These include methods based on the analysis of the comparative advantages; methods based on equilibrium theory and the enterprise sector; methods based on the theory of effective competition; methods based on the quality of the theory of enterprise; methods based on the theory of the multiplier; methods for determining the competitive position in terms of strategic potential of enterprises; methods based on expert judgment; matrix methods for assessing competitiveness; comprehensive evaluation methods of enterprise competitiveness. Identify the benefits and disadvantages of these methods led to the conclusion about the need for a system of methods for a more complete assessment of the competitiveness of enterprises, taking into account the peculiarities of its economic activity.

Keywords: competitiveness of enterprises, evaluation of enterprise competitiveness, structured approach to the assessment of the competitiveness of enterprises, functional approach to the assessment of the competitiveness of enterprises, methods for assessing the competitiveness of enterprises.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Зростання конкуренції на внутрішніх і зовнішніх ринках, прискорення науково-технічного розвитку в усіх сферах суспільного

життя зумовлюють необхідність для суб'єктів господарювання швидкої адаптації до змінюваних умов, ефективних рішень у сфері управління виробництвом. Конкурентоспро-

можність підприємства виступає одним із основних факторів забезпечення його виживання в умовах нестабільності і подальшого ефективного розвитку. Дослідження питань оцінки конкурентоспроможності підприємства має на меті зменшити неоднозначність та незбалансованість критеріїв щодо цієї проблеми, підвищити можливості вибору найоптимальнішого методу оцінки і досягнення конкурентоспроможності, удосконалити процес її управління на підприємстві. Усе зазначене підвищує актуальність дослідження підходів до оцінки конкурентоспроможності підприємств для економічної науки і практики.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню методичних аспектів оцінки конкурентоспроможності загалом та конкурентоспроможності підприємств зокрема присвячені праці Г. Азоєва, В.Д. Базилевича, Я. Базиліюк, Я. Жаліла, С. Гаврилюка, П. Забеліна, Ю. Іванова, Ф. Котлера, Ж.-Ж. Ламбена, Ю. Леонт'євої, М. Портера, Р. Фатхутдінова, О. Чепурної, В. Яцури та інших науковців. Вчені досліджують діяльність підприємства в умовах конкуренції, здійснюють оцінку конкурентоспроможності національної економіки та окремих підприємств, пропонують методи оцінки конкурентоспроможності підприємств окремих галузей та сфер економіки.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Однак, незважаючи на значну кількість опублікованих праць та їх наукову цінність, чимало теоретичних і методологічних аспектів оцінки конкурентоспроможності підприємств потребують подальших наукових досліджень, особливо в напрямі систематизації методичних підходів та визначення переваг і недоліків кожного з них.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Основною метою статті є систематизація та висвітлення основних підходів до оцінки конкурентоспроможності підприємств, а також визначення переваг та недоліків кожного з них.

Виклад основного матеріалу дослідження. Оцінка конкурентоспроможності підприємства є складним і багатofакторним завданням, яке зводиться до інтерпретації і оцінки системи показників, які характеризують різні сторони діяльності підприємства, що формують його конкурентоспроможність [1, с. 94].

Оцінка рівня конкурентоспроможності підприємства дає змогу:

- сформулювати управлінські завдання (визначення підходів до виробництва, технології, збуту, найму трудових ресурсів, фінан-

сування матеріального, інформаційного та організаційного забезпечення);

- прийняти управлінське рішення (зменшити витрати, зосередити увагу на конкретному сегменті ринку, укласти відповідні контракти);

- розробити заходи, спрямовані на розвиток і підтримку конкурентних переваг (здійснити інновації, підтримати довгострокові переваги, упередити дії учасників, розробити заходи освоєння нових ринків і залучення коштів інвестора);

- адаптувати підприємство до ринкових умов господарювання, здатних забезпечити перемогу в конкурентній боротьбі за споживача та ринки збуту тощо [2, с. 183–184].

Оцінка розвитку підприємства з точки зору оцінки конкурентоспроможності підприємства здійснюється відповідно до найбільш загальних підходів – структурного та функціонального [3]. В основі структурного підходу до оцінки конкурентоспроможності підприємства лежить аналіз його позиції на ринку з урахування рівня монополізації галузі, тобто концентрації виробництва і капіталу, наявності вхідних бар'єрів для нових підприємств, що вступають до галузевого ринку, ступеня диференціації продукції, можливості технологічних нововведень та економії на масштабах виробництва. Функціональний підхід полягає у визначенні конкурентоспроможності підприємства за показниками ефективності виробництва, фінансового стану, збуту та конкурентоспроможності товару. Перевагою функціонального підходу є використання тих груп показників, які дають змогу більш об'єктивно оцінити найважливіші сфери діяльності підприємства, зокрема фінансово-господарську діяльність підприємства (продуктивність праці та фондоддача, показники ліквідності та платоспроможності підприємства, рентабельності продажу тощо), та визначити його місце на галузевому ринку. Однак цей підхід не дає змогу врахувати такі характеристики конкурентоспроможності підприємства, як імідж та потенціал підприємства.

Крім того, для оцінки конкурентоспроможності підприємства з аналізом ступеня стійкості положення підприємства на галузевому ринку, спроможності виробляти продукцію, що користується попитом, використовуються окремі кількісні показники: відношення прибутку до загальної вартості продажу (підвищення цього показника свідчить про підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства); співвідношення загальної вартості продажу та вартості нереалізованої продукції, що свідчить про зміну попиту на продукцію підприємства і, від-

повідно, його конкурентоспроможності; відношення загальної вартості продажу до вартості матеріальних виробничих запасів, що показує зміну обігу запасів внаслідок зміни попиту на продукцію та запасів сировини. Як правило, кожен підхід до оцінки конкурентоспроможності розроблений не для всіх однорідних підприємств, а для одного-двох. Залежно від того, з якою метою і ким проводиться оцінка конкурентоспроможності, значно коливаються кількість факторів, які беруть участь в оцінці, їх якісний склад та значення.

Варто відзначити, що сьогодні для оцінки конкурентоспроможності підприємства використовується цілий ряд методів, що пояснюється неоднозначністю наявних методичних підходів у дослідженні конкурентоспроможності підприємства. Узагальнюючи наявні наукові дослідження з цього питання, всю сукупність методів оцінки конкурентоспроможності

підприємства можна класифікувати за такими ознаками: за об'єктом оцінки (продукції, персоналу, потенціалу); за способом здійснення оцінки (індикаторні, матричні, графічні, математичні); за напрямом формування інформаційної бази (критеріальні, експертні); за видами використовуваних показників (диференційовані, комплексні); за періодом розрахунку (фактичні, прогностичні); за можливістю розроблення управлінських рішень (поточні, стратегічні) [3; 4; 5]. Основні методи оцінки конкурентоспроможності підприємства наведені у табл. 1.

Крім того, методи, що застосовуються для визначення та оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства, можуть бути об'єднані в такі групи [6, с. 102–104; 7, с. 101; 8, с. 506; 9, с. 41–47].

1) Методи, що ґрунтуються на основі аналізу порівняльних переваг, базуються на

Таблиця 1

Система методів оцінки конкурентоспроможності підприємства

Назва групи	Назва методу
<p><i>Матричні</i></p> <p>Полягають у визначенні кількісного значення інтегрального рейтингового показника розвитку окремого підприємства або у графічному визначенні його позиції за певними параметрами, а також дають змогу здійснити аналіз окремих аспектів діяльності підприємства, середовища функціонування, ринкової позиції; визначити основні напрями подальшого розвитку.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Матриця «Бостонської консалтингової групи» (БКГ). 2. Матриця І. Ансоффа. 3. Матриця МакКінсі. 4. Матриця конкурентних стратегій М. Портера. 5. Матриця Томпсона – Стрікленда. 6. SWOT-аналіз. 7. SPACE-аналіз. 8. STEP-аналіз.
<p><i>Графічні</i></p> <p>Забезпечують наочність сприйняття кінцевих результатів оцінки, інтерпретованих у графічних об'єктах (рисунках, графіках, діаграмах тощо), щодо наведення відповідних розрахунків та логічних висновків.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Графіки порівнянь. 2. Аналітичні графіки. 3. Ілюстративні графіки. 4. Діаграми. 5. Картограми. 6. Картодіаграми. 7. Моделі розвитку, засновані на теорії життєвого циклу.
<p><i>Індекси</i></p> <p>Базуються на комплексній характеристиці відносної зміни елементів розвитку підприємства у часі, просторі або порівняно з еталоном, які внаслідок наявності функціональної залежності між ними представлені системою взаємопов'язаних показників за принципом представлення інтегрального результату через його складові.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Метод, що ґрунтується на визначенні конкурентоспроможності продукції. 2. Метод, що ґрунтується на теорії ефективної конкуренції. 3. Метод, що ґрунтується на визначенні сили реактивної позиції. 4. Метод, що ґрунтується на теорії рівноваги фірми та галузі. 5. Метод інтегральної оцінки. 6. Метод бенчмаркінгу.
<p><i>Аналітичні</i></p> <p>Базуються на здійсненні розрахунково-аналітичних операцій з вхідними даними. При цьому залежно від конкретної методики аналізу застосування цих методів може передбачати як прості арифметичні операції, так і досить складні розрахунки.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Метод різниць. 2. Метод рангів. 3. Метод балів. 4. Методи експертної оцінки. 5. Системи диференційних рівнянь.

положеннях теорії міжнародного поділу праці, відповідно до яких передумовою досягнення підприємством стійких конкурентних позицій є відносно нижчі витрати виробництва, ніж у конкурента. Для оцінки конкурентоспроможності підприємства за цим методом аналізуються не лише витрати виробництва, але й обсяг і норма прибутку, обсяг продажів та частка ринку. Однак конкурентні позиції визначаються не стільки кількістю, скільки якістю виробничо-господарської діяльності і рівнем конкурентоспроможності продукції.

2) Методи, що ґрунтуються на основі теорії рівноваги підприємства і галузі, відповідно до яких критерієм конкурентоспроможності підприємства є наявність у виробників факторів виробництва, які можуть бути використані більш ефективно, ніж у конкурентів, а під рів-

новагою розуміють такий стан, коли у виробника відсутні стимули для переходу в інший стан. Для визначення конкурентоспроможності за теорією рівноваги використовують відносні показники вартості основних та оборотних засобів, величини заробітної плати та процентних ставок тощо.

3) Методи, які ґрунтуються на основі теорії ефективної конкуренції. Основним інструментом оцінки конкурентоспроможності підприємства є співставлення показників стану підприємства з показниками підприємств конкурентів, відповідно до якого найбільш конкурентоспроможними вважаються підприємства, на яких найкраще організована робота всіх підрозділів і служб, оцінка ефективності яких передбачає оцінку ефективності використання ресурсів і дає змогу визначити сильні та

Таблиця 2

Переваги та недоліки основних методів оцінки конкурентоспроможності підприємства

Методи	Переваги	Недоліки
Методи, які ґрунтуються на основі аналізу порівняльних переваг	Простота оцінки	Не дають змогу адекватно оцінити конкурентні позиції підприємства; статичність отриманих оцінок; не характеризує можливості адаптації до зміни зовнішнього середовища
Методи, які ґрунтуються на основі теорії рівноваги підприємства та галузі	Якісне оцінювання на рівні галузей різних країн	Не враховують вплив внутрішніх факторів; обмежені умовами ринку досконалої конкуренції; складність узагальнення результатів оцінки
Методи, які ґрунтуються на основі теорії ефективної конкуренції	Суттєвий аналіз господарської діяльності; оцінка стану підприємства на галузевому рівні	Значні обсяги розрахунків; складність узагальнення результатів оцінки; неможливість оцінки динаміки чинників, які впливають на рівень конкурентоспроможності
Методи, які ґрунтуються на основі теорії якості продукції	Врахування конкурентоспроможності продукції	Не враховують рівень виробничо-збутової діяльності підприємства; доцільні для виробників одного виду продукції
Методи, які ґрунтуються на основі теорії мультиплікатора	Врахування якісних показників діяльності підприємства	Результати оцінки є об'єктивними лише для нетривалого проміжку часу
Метод визначення позиції в конкуренції з точки зору стратегічного потенціалу підприємств	Можливість проаналізувати окремі елементи потенціалу	Складність оцінки та аналіз лише факторів внутрішнього середовища
Методи, які ґрунтуються на основі експертних оцінок	Адекватність результатів оцінки в умовах обмеженості даних	Доцільні для виробників одного виду продукції
Матричні	Дають змогу дослідити розвиток конкуренції у динаміці; наочність	Описові, не враховують фінансові показники діяльності підприємства; обмежене використання для аналізу підприємств з низьким рівнем конкурентоспроможності
Комплексні	Простота, наочність та однозначність оцінки	Не дає можливості для глибокого аналізу і виявлення резервів підвищення рівня конкурентоспроможності; не придатний для оцінки підприємств із значною номенклатурою товарів

слабкі сторони одного підприємства порівняно з іншим та шляхи усунення відставання.

4) Методи, які ґрунтуються на основі теорії якості продукції підприємства, відповідно до яких конкурентоспроможність підприємства тим вище, чим вище конкурентоспроможність його продукції. Продукція порівнюється з параметрами товару-еталону. Для визначення конкурентоспроможності продукції використовуються різні маркетингові і кваліметричні методи, в основі більшості яких лежить знаходження співвідношення «ціна-якість». Розрахунок показника конкурентоспроможності за кожним видом продукції ведеться з використанням економічного і параметричного індексів конкурентоспроможності.

5) Методи, які ґрунтуються на основі теорії мультиплікатора і характеризують ланцюжок послідовних залежностей ефектів та стимулів, що їх викликали, тут оцінюються конкурентні переваги підприємства одного кластера перед іншим щодо якості продукції чи надання послуг.

6) Методи визначення конкурентної позиції з точки зору стратегічного потенціалу підприємств, за допомогою яких аналізується внутрішнє середовище підприємств з метою виявлення переваг та потенціалу для їх розроблення і з'являється можливість проаналізувати окремі елементи потенціалу.

7) Методи, які ґрунтуються на основі експертних оцінок і широко використовуються для аналізу можливостей конкурентів, оскільки, на відміну від аналізу власного підприємства, за багатьма позиціями інформаційної бази отримати потрібну інформацію законним шляхом неможливо. Ця група методів не може забезпечити високу точність аналізу, але з великою вірогідністю дасть змогу оцінити стан підприємства одиничного виробництва або невеликого бізнесу.

8) Матричні методи оцінки конкурентоспроможності, які засновані на розгляді процесів конкуренції в динаміці. Теоретичною

базою цих методів є концепція життєвого циклу товару і технології. Матричні методи оцінки конкурентоспроможності різних товарів розроблені маркетинговою організацією «Бостон консалтинг груп» і в подальшому застосовувалися не тільки для аналізу характеристик товарів, але й під час вивчення конкурентоспроможності «стратегічних одиниць бізнесу» – товарів, збутової діяльності, окремих компаній, галузей тощо.

9) Комплексні методи оцінки конкурентоспроможності підприємства, спрямовані на розроблення зведеного показника рівня конкурентоспроможності, що реалізується на основі визначення наявних ресурсів підприємства, оцінки ефективності їх використання та визначення рівня його конкурентоспроможності відносно підприємств, які функціонують в одній галузі та належать одній продуктивній групі. Цей метод передбачає розрахунок узагальненого показника конкурентоспроможності підприємства, що характеризує ступінь задоволення потреб споживача та рівень ефективності виробництва.

Кожен із зазначених методів оцінки конкурентоспроможності не є вичерпним, має свої переваги та недоліки, які подано у таблиці 2.

Висновки з цього дослідження. Як бачимо, різноманітність методів ставить перед суб'єктом господарювання вибір оптимального методу оцінки конкурентоспроможності, який би не тільки об'єктивно показав реалістичний стан речей, але й дав змогу спланувати подальшу діяльність, обрати найбільш впливові фактори конкурентоспроможності, сформулювати правильну стратегію конкурентоспроможності, позбавлену суб'єктивізму. Крім того, у зв'язку із зазначеними нами перевагами і недоліками методів оцінки конкурентоспроможності підприємства варто підходити до цього питання комплексно – застосовувати систему методів для більш повної оцінки конкурентоспроможності підприємства з урахуванням особливостей його господарської діяльності.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Реутов В. Управление конкурентоспособностью: [монография] / В. Реутов, Н. Вельгош. – Симферополь: Таврия, 2005. – 200 с.
2. Яцковий Д. Сучасні методики оцінки конкурентоспроможності підприємства / Д. Яцковий // Вісник соціально-економічних досліджень – 2013. – Вип. 4 (51). – С. 183–188.
3. Фатхудинов Р. Стратегический менеджмент: [учебник] / Р. Фатхудинов. – М.: Дело, 2005. – 448 с.
4. Ілляшенко С. Інноваційний менеджмент: [підручник] / С. Ілляшенко. – Суми: ВТД – Університетська книга, 2010. – 334 с.
5. Сладкевич В. Стратегічний менеджмент організацій: [підручник] / В. Сладкевич. – К.: Персонал, 2008. – 496 с.

6. Потенціал і розвиток підприємства: [навч. посібник] / [Б. Бачевський, І. Заблодська, О. Решетняк]. – К.: ЦУЛ, 2009. – 400 с.
7. Гриньов А. Інноваційний розвиток промислових підприємств: концепція, методологія, стратегічне управління: [монографія] / А. Гриньов. – Х.: ІНЖЕК, 2003. – 308 с.
8. Закревська Л. Оцінка конкурентоспроможності підприємств кондитерської промисловості / Л. Закревська // Економіка: проблеми теорії та практики. – 2004. – Вип. 195. – Т. 2. – С. 503–514.
9. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення: [монографія] / за заг. ред. О. Янкового. – О.: Атлант, 2013. – 470 с.