

МЕТОДИ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

METHODS OF ASSESSMENT OF THE COMPETITIVENESS OF THE ENTERPRISE

У статті розглянуто принципи і методи оцінки конкурентоспроможності підприємств. Систематизовано та висвітлено основні методи оцінки конкурентоспроможності підприємств. Наведено переваги та недоліки кожного з методів. Встановлено, що повну інформацію щодо конкурентоспроможності можна одержати, використовуючи одночасно декілька методів оцінки. Звернено увагу, що в сучасних умовах господарювання кожне підприємство для ефективного функціонування та оцінки своїх перспектив на майбутнє повинно аналізувати та сприяти підвищенню рівня конкурентоспроможності.

Ключові слова: конкуренція, конкурентоспроможність підприємства, конкурентоспроможність продукції, методи оцінки, аналіз, ефективність.

В статье рассмотрены принципы и методы оценки конкурентоспособности предприятий. Систематизированы и освещены основные методы оценки конкурентоспособности предприятий. Приведены преимущества и недостатки каждого из методов. Установлено, что полную информацию о конкурентоспособности можно получить, используя одновременно несколько методов

оценки. Обращено внимание, что в современных условиях хозяйствования каждое предприятие для эффективного функционирования и оценки своих перспектив на будущее должно анализировать и способствовать повышению уровня конкурентоспособности.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентоспособность предприятия, конкурентоспособность продукции, методы оценки, анализ, эффективность.

The article deals with the principles and methods for assessing the competitiveness of enterprises. The systematization and coverage of the main methods of assessing the competitiveness of enterprises are carried out. The advantages and disadvantages of each method are presented. It is found that full information on competitiveness can be obtained using several evaluation methods at the same time. Attention is drawn to the fact that in the modern conditions of management, each enterprise for the effective operation and evaluation of its future prospects should analyse and promote the increase of the competitiveness level.

Key words: competition, enterprise competitiveness, product competitiveness, evaluation methods, analysis, efficiency.

УДК 330.131.5

Пеняк Ю.С.

к.е.н., доцент кафедри обліку та оподаткування
Університет банківської справи

Постановка проблеми. Сучасний етап розвитку економіки України висуває якісно нові вимоги до управління конкурентоспроможністю підприємств. У зв'язку із цим виникає необхідність у вдосконаленні управління конкурентоспроможністю продукції підприємства шляхом використання сучасних принципів менеджменту, маркетингу, забезпечення стратегічного підходу до їхньої діяльності. Враховуючи сучасні тенденції інтеграції економіки країни в європейський простір, перед виробниками виникає проблема приведення умов виробництва відповідно до європейських стандартів. Тільки після повного перезавантаження економіки країни Україна зможе вийти на світові ринки. Саме тому оцінка конкурентоспроможності є вихідним етапом для розроблення стратегічних альтернатив щодо підвищення конкурентних позицій підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У сучасній науковій літературі теоретичні та методологічні основи оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства та його продукції розглянуто в роботах багатьох вітчизняних та зарубіжних учених, серед яких О.Є. Гудзь, І.О. Бланк, В.В. Ковальов, П.А. Стецюк, М.Й. Малік, Р.А. Фатхутдінов, В. Реутов, І.В. Бурачек, С.А. Нестеренко, С.М. Клименко, Д. Яцковий та інші науковці [1–10].

Слід відзначити, що більшість учених-економістів розглядає кредитоспроможність як властивість певного суб'єкта ринкових стосунків (організації, галузей економіки, регіонів, країни у цілому), об'єкта

ринкових відносин, що характеризується наявністю або відсутністю певних переваг порівняно з аналогом конкурентного середовища. 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. Однак, незважаючи на значну кількість опублікованих праць та їх наукову цінність, досі в економічній науці не сформована цілісна теорія конкурентоспроможності господарюючих суб'єктів і, як наслідок, не вироблена універсальна методика оцінки рівня конкурентоспроможності підприємств.

Постановка завдання. Метою дослідження є систематизація та висвітлення основних методів оцінки конкурентоспроможності підприємств, а також визначення переваг та недоліків кожного з них.

Виклад основного матеріалу дослідження. У сучасних умовах господарювання перед кожним підприємством постала проблема оцінки рівня конкурентоспроможності, тобто здатності здійснювати діяльність в умовах ринку та одержувати при цьому прибуток, достатній для науково-технічного вдосконалення виробництва, стимулювання працівників на високоякісному рівні. Після того як Україна вибрала європейський шлях розвитку, постала проблема переорієнтації своїх ринків збуту продукції на євrorинки. Але, як показав досвід перших років, економіка виявилася не зовсім готовою до таких стрімких змін. Для того щоб діяти, треба

мати уявлення та відповідну інформацію про стандарти виробництва, стан ринку, потреби споживачів [1, с. 3]. Головними чинниками, що негативно впливають на розвиток підприємств, є загальна економічна криза в державі, що призвело до зниження купівельної спроможності населення, а також диспаритет цін на продукцію сільського господарства і промисловості, відсутність цілеспрямованої й науково обґрунтованої державної підтримки, недосконалість кредитної, податкової та інвестиційної політики. Необхідні пошук і застосування дійових економічних важелів, які спонукають сільськогосподарських товаровиробників знижувати собівартість, упроваджувати інтенсивні ресурсозберігаючі технології виробництва високоякісної конкурентоспроможної продукції [3, с. 152].

Головною проблемою сучасного виробника є чітке знання світових стандартів виробництва, а головне – аналіз власних можливостей та прогнозування подальшої своєї діяльності. Але водночас необхідно проводити аналітичні дослідження стану світових ринків, уміти передбачати вподобання споживачів, виробляти продукцію, яка буде конкурентоспроможною на світових ринках та дешевою для виробника. У майбутньому в разі досягнення поставлених завдань виробники будуть отримувати сталі прибутки, а економіка країни – світове визнання.

Сьогодні немає єдиного універсального методу пізнання конкуренції, що зумовлено не лише складністю цієї дефініції в процесі її розвитку, а й тим, що глобалізація економіки вимагає організації систематичного аналізу процесів формування відносин в економіці країни й клімату конкуренції у виробництві та обігу. Потрібно організувати інформацію світового рівня про стан тих чи інших сфер економічної діяльності, норм і правил випуску продукції, а головне – зацікавити іноземних інвесторів вкладати кошти в розвиток різних галузей економіки. Важливу роль відіграє організація аналітичної роботи, пов'язаної з формуванням ринкової інфраструктури, зокрема процесів створення мережі банківсько-кредитних установ, торговельних, збутових та інших посередницьких організацій, біржових центрів, страхових, брокерських компаній, валютних бірж та аукціонів.

Одним із головних напрямів досягнення високого рівня конкурентоспроможності є визначення раціональних обсягів згідно з повним задоволенням потреб в аналітичних даних різних рівнів управління, забезпечення змістовності, глибини і ступеня відповідності інформації поставленим цілям. Паралельно необхідно вирішувати питання впровадження міжнародних стандартів, поліпшення технології збирання і обробки даних. Необхідним для поліпшення є відпрацювання моделей інформаційних систем, які б забезпечили ефективне управління виробничою і маркетинговою

діяльністю різних суб'єктів господарювання, їх взаємодію між собою та органами управління [5].

Сьогодні є методи, що застосовуються для визначення та оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства. Спробуємо розглянути найпоширеніші методи, можуть бути об'єднані в такі групи [2, с. 6–8; 4, с. 237; 8, с. 41–47; 10, с. 183–184].

1. Методи визначення конкурентоспроможності підприємства на основі оцінки конкурентоспроможності його продукції (продуктові методи) ґрунтуються на тому, що оцінка конкурентоспроможності підприємства може бути здійснена через аналіз і оцінку основних чинників конкурентоспроможності його продукції. Цей метод оцінки конкурентоспроможності підприємства передбачає урахування диференціації виробленої продукції шляхом знаходження середньозваженого значення серед показників конкурентоспроможності за кожним видом продукції, де вагами виступають обсяги реалізації відповідного виду продукції. Дані методи враховують одну з найбільш значущих умов досягнення конкурентоспроможності підприємства – конкурентоспроможність виробленої продукції, проте оцінка конкурентоспроможності підприємства через оцінку конкурентоспроможності продукції дає змогу отримати досить обмежене уявлення про недоліки і переваги в діяльності самого підприємства.

2. Матричні методи оцінки конкурентоспроможності підприємства (матриця Бостонської консалтингової групи, матриця І. Ансоффа, матриця Мак-Кінсі, матриця конкурентних стратегій М. Портера, матриця Томпсона – Стрікланда, SWOT-аналіз, SPACE-аналіз, STEP-аналіз) засновані на виявленні зовнішніх (внутрішніх) чинників конкурентоспроможності господарюючого суб'єкта та визначенні сегмента ринку (зони господарювання), на якому підприємство має або прагне отримати конкурентні переваги. Ці методи застосовуються для оцінки конкурентоспроможності будь-яких підприємств, характеризуються простотою і наочністю, але не враховують фінансові показники діяльності підприємства, мають низьку інформативність, тому що причина ситуації, що склалася, залишається поза сферою дослідження.

Найбільш поширеним методом визначення конкурентоспроможності підприємства є матриця «відносна частка ринку – темп зростання ринку», розроблена американською консультативною фірмою «Бостон консалтинг груп» (BCG). Цей метод заснований на аналізі конкурентоспроможності підприємства виходячи з показників зростання обсягу попиту і частки ринку порівняно з часткою провідного конкурента. Метод дає змогу оцінити конкурентоспроможність досліджуваного підприємства, встановити особливості розвитку конкурентної ситуації і виробити найкращу стратегію поведінки. З одного боку, об'єктивність оціночних параметрів (темп росту ринку, відносна ринкова частка)

і наочність отриманих результатів є перевагами цього методу, однак висока частка ринку не є єдиним чинником успішної діяльності підприємства, а високі темпи зростання – не ключовий показник привабливості ринку. Разом із цим отримані результати є узагальненими, що значно ускладнює прийняття управлінських рішень та обмежує можливість застосування розглянутого методу.

Багато економістів до матричних методів відносять методику SWOT-аналізу. Даний метод передбачає визначення сильних і слабких сторін, внутрішнього середовища підприємства, потенційних загроз і сприятливих можливостей зовнішнього середовища. Формою представлення результатів такого аналізу є табличне (матричне) уявлення сильних і слабких сторін (аналіз внутрішнього середовища підприємства), а також потенційних можливостей і загроз підприємства (аналіз зовнішнього середовища підприємства). Виявлення сильних і слабких сторін підприємства, безумовно, близьке за сферою свого застосування до аналізу конкурентоспроможності підприємства, але SWOT-аналіз більшою мірою є економічним інструментарієм планування стратегії підприємства і дає змогу оцінити скоріше конкурентне середовище підприємства, ніж його конкурентоспроможність [10, с. 183].

3. Методи оцінки конкурентоспроможності підприємства, засновані на теорії ефективної конкуренції (операційні методи), передбачають, що найбільш конкурентоспроможними є ті підприємства, де ефективно організована робота окремих підрозділів і служб. Вони дають змогу комплексно проаналізувати діяльність підприємства і виробити управлінські рішення щодо поліпшення його діяльності. До недоліків цієї групи методів слід віднести безліч оціночних параметрів, що істотно ускладнює процедуру збору, аналізу, оцінки даних і обмежує практичну застосовність розглянутого методу.

4. Комплексні методи засновані на виявленні поточної (досягнутої) і потенційної конкурентоспроможності господарюючого суб'єкта. При цьому залежно від методу оцінка і співвідношення поточної і потенційної конкурентоспроможності в рамках інтегрального показника конкурентоспроможності підприємства можуть варіюватися. Так, у низці випадків поточна (досягнута) конкурентоспроможність підприємства визначається за аналогією з методами, заснованими на оцінці конкурентоспроможності продукції господарюючого суб'єкта, потенційна – за аналогією з методами, заснованими на теорії ефективної конкуренції. До переваг комплексних методів слід віднести можливість обліку не тільки досягнутого рівня конкурентоспроможності підприємства, а й його можливої динаміки в майбутньому. Однак вони не дають можливості для глибокого аналізу і виявлення

резервів підвищення рівня конкурентоспроможності, а також не придатні для оцінки підприємств зі значною номенклатурою продукції, товарів.

5. Динамічні методи оцінки конкурентоспроможності підприємства передбачають аналіз основних показників діяльності підприємства в динаміці. Як ключові показники розглядаються операційна ефективність (рентабельність господарської діяльності), стратегічне позиціонування (динаміка частки ринку), а також фінансова стійкість (ліквідність). Цей метод оцінки конкурентоспроможності підприємства охоплює ключові характеристики діяльності підприємства, виключає дублювання оціночних параметрів і дає змогу на основі отриманих динамічних рядів проводити факторний аналіз і прогнозувати рівень конкурентоспроможності господарюючого суб'єкта.

Слід зазначити, що жоден із методів оцінки конкурентних позицій підприємства на цільовому ринку не знайшов широкого застосування у практиці та має свої переваги й недоліки. Найбільш повну інформацію щодо конкурентоспроможності можна одержати, використовуючи одночасно декілька методів оцінки, на підставі чого можна зробити висновок, що універсального методу комплексної оцінки рівня і джерел конкурентоспроможності підприємства поки не розроблено. На нашу думку, це зумовлено тим, що розглянуті методи мають цілу низку недоліків, а саме переважна більшість методів оцінки конкурентоспроможності підприємства ґрунтується на виявленні вичерпного переліку параметрів конкурентоспроможності. Разом із цим збільшення кількості оціночних параметрів ускладнює процедуру збору, аналізу та оцінки даних у зв'язку з труднощами збору даних, необхідних для проведення аналізу, з відсутністю на підприємствах висококваліфікованих фахівців зі спеціальною підготовкою для реалізації дослідницької роботи і т. д.

Разом із цим деякі сумніви викликає проведення оцінки параметрів (системи параметрів) конкурентоспроможності експертним шляхом, що може призвести до досить умовного, суб'єктивного математичного зв'язку оцінюваного показника конкурентоспроможності з вихідним параметром (системою параметрів). Також у деяких наведених методах різні параметри конкурентоспроможності зводяться в інтегральний показник шляхом присвоєння вагових коефіцієнтів кожному з оцінюваних параметрів. Однак у кожній конкретній ситуації економічні чинники різною мірою впливають на конкурентоспроможність господарюючого суб'єкта, тому явне встановлення єдиних вагових коефіцієнтів для всіх підприємств є необґрунтованим.

Зазначені недоліки наявних методів оцінки конкурентоспроможності підприємства зумовлюють невисокі можливості практичного застосування більшості з них. Винятком, на нашу думку, є дина-

мічний метод оцінки конкурентоспроможності підприємства. Переваги цього методу полягають у такому:

- він охоплює ключові характеристики діяльності підприємства, виключає дублювання оціночних параметрів;
- має у своїй основі чітко виражений математичний взаємозв'язок між установленими оціночними параметрами, що дає змогу виявляти об'єктивну залежність оцінюваного показника конкурентоспроможності від вихідних параметрів у динаміці;
- дає змогу прогнозувати рівень конкурентоспроможності підприємства (груп підприємств);
- є універсальним методом, тобто дає змогу оцінювати конкурентоспроможність окремих підприємств (груп підприємств) з урахуванням цілей аналізу і наявності вихідних даних незалежно від розмірів, галузевої приналежності та форми власності;
- відрізняється гнучкістю, тобто можливістю обліку умов і особливостей функціонування окремих підприємств (груп підприємств).

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, для майбутнього розвитку економіки країни та подальшої її інтеграції у світовий простір необхідно розробити систему економічного аналізу, яка здатна об'єднати дослідження на мікро- та макро-рівні та в ході синтезу вміло поєднати ці дані для досягнення позитивних кінцевих результатів та привести продукцію до високого конкурентоспроможного рівня. При цьому показник конкурентоспроможності повинен ураховувати всі критерії споживачів конкретного ринку і відображати не лише очікувану, а й реальну конкурентоспроможність, бо для успішного продажу продукції необхідно, щоб вона з'являлася на тому ринку, на якому дійсно потрібна, у потрібній кількості, у потрібний момент часу, щоб споживач був підготовлений до появи даної продукції, а маркетингова програма була б кращою, ніж у конкурентів. Більшість підприємств поки не досягла необхідної ефективності ведення конкуренції на ринку. Це не в останню чергу пов'язано з недостатньою вивченістю методів оцінки конкурентоспроможності підприємств та визначенням внутрішніх і зовнішніх чинників, що впливають на позицію підприємств у конкуренції.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Гудзь О.Є. Роль інновацій щодо забезпечення конкурентоспроможності та ефективності підприємства. Вісник ХНТУСГ. Економічні науки. 2015. Вип. 161. С. 3–11.
2. Гудзь О.Є. Стратегічні напрями формування конкурентних переваг підприємств. Економіка. Менеджмент. Бізнес. 2018. № 3(25). С. 4–11.
3. Бланк І.О. Основи фінансового менеджменту: у 2-х т. К.: Ельга, Ніка-центр, 2011. 710 с.

4. Стецюк П.А. Стратегія і тактика управління фінансовими ресурсами сільськогосподарських підприємств: монографія. К.: ННЦ «ІАЕ», 2009. 370 с.

5. Бурачек І.В. Конкурентоспроможність продукції підприємств: сутність, методи оцінки та зарубіжний досвід управління. Економіка та управління підприємствами. 2016. Вип. 14. С. 288–292. URL: <http://global-national.in.ua/archive/14-2016/60.pdf> (дата звернення: 22.09.2018).

6. Основи аграрного підприємництва / за ред. М.Й. Малика. К.: Інститут аграрної економіки, 2000. 582 с.

7. Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организации. М.: Маркет ДС, 2008. 432 с.

8. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення: монографія / за заг. ред. О. Янкового. О.: Атлант, 2013. 470 с.

9. Нестеренко С.А. Конкурентоспроможність сільськогосподарських підприємств: управлінський аспект: монографія. К.: Аграр Медіа Груп, 2013. 484 с.

10. Яцковий Д. Сучасні методики оцінки конкурентоспроможності підприємства. Вісник соціально-економічних досліджень. 2013. Вип. 4(51). С. 183–188.

REFERENCES:

1. Hudz O.Ye. (2015) Rol innovatsii shchodo zabezpechennia konkurentospromozhnosti ta efektyvnosti pidpriemstva. Visnyk KhNTUSH: Ekonomichni nauky, vol. 161, pp. 3- 11.
2. Hudz O.Ye. (2018) Stratehichni napriamy formuvannia konkurentnykh perevah pidpriemstv. Ekonomika. Menedzhment. Biznes, vol. 3 (25), pp. 4–11.
3. Blank I. A. (2011) Osnovy finansovoho menedzhmentu [Fundamentals of Financial Management], El'ha, Nika-tsent, Kyiv, (in Ukrainian).
4. Stetsiuk P.A. (2009) Stratehiia i taktyka upravlinnia finansovymy resursamy sil'skohospodars'kykh pidpriemstv [Strathethia and tactics upravlinnia finansovymy resursamy sil'skohospodars'kykh pidpriemstv], NNTs IAE, Kyiv, (in Ukrainian).
5. Burachek I.V. (2016) Konkurentospromozhnist produktii pidpriemstv: sutnist, metody otsinky ta zarubizhnyi dosvid upravlinnia. Ekonomika ta upravlinnja pidpriemstvamy, vol. 3 (25), pp. 4–11. / Available at: <http://global-national.in.ua/archive/14-2016/60.pdf>. (accessed 22.09.2018).
6. Malik M.Y. (2000) Osnovy ahrarnoho pidpriemnytstva, Instytut ahrarnoi ekonomiky, Kyiv. (in Ukrainian).
7. R.A Fatkhutdynov (2008) Upravlenye konkurentosposobnosti orhanyzatsyy. Moscow: Market DS. (in Russian)
8. O. Jankovskyj (2013) Konkurentospromozhnist pidpriemstva: otsinka rivnia ta napriamy pidvyshchenia: [monohrafiia], Atlant, Kyiv. (in Ukrainian).
9. S.A. Nesterenko (2013) Konkurentospromozhnist silskohospodars'kykh pidpriemstv: upravlinskyi aspekt [monohrafiia]. K.: TOV "Ahrar Media Hrup", (in Ukrainian).
10. D. Yatskovyi (2013) Suchasni metodyky otsinky konkurentospromozhnosti pidpriemstva. Visnyk sotsialno-ekonomichnykh doslidzhen, vol. 4 (51), pp.183–188.

METHODS OF ASSESSMENT OF THE COMPETITIVENESS OF THE ENTERPRISE

The relevance of the problem. The increase in the competitiveness of enterprises and their products is possible only in the presence of scientifically grounded methods of evaluation and competitive strategy. The basis for developing such a strategy is to assess the actual level of competitiveness of the enterprise by the relevant indicators. Therefore, the assessment of the level of competitiveness of the enterprise and its products should be given maximum attention in the development of competitive strategies, programs to increase the competitiveness of the enterprise, etc.

The aim of the study is to systematize the methods of assessing the competitiveness of enterprises and identify effective ways to increase the competitiveness of enterprises and their products.

Methods and results of research. When assessing the competitiveness of economic entities, the indicators of microeconomic efficiency are taken into account. These are the results of the financial and economic activity, as well as the sources of building the potential of competitiveness (innovation, investment) and ways of forming a microenvironment. They outline the position of the company in the market, that is, its role and financial capacity and the ability to maintain a long-term advantage over its competitors.

The main methods for assessing the competitiveness of enterprises include the following: factor analysis; hierarchy analysis; method of studying the corporate profile; concept of value chain; analysis of financial and production efficiency of the enterprise; matrix method, developed by the Boston Consulting Group; SWOT-analysis or analysis of competitors' market strategies, a method based on the assessment of the competitiveness of enterprise products; method of evaluation on the theory of effective competition. Among the methods of determining the competitiveness indicators of enterprises, we can distinguish measurement, calculation, expert, sociological, experimental, and registration. Most methods for assessing the competitiveness of organizations are based on the application of coefficients for analysing production, financial, and investment potential.

It should be noted that none of the methods for assessing the company's competitive position in the target market has been widely used in practice and has its advantages and disadvantages. The most complete information on competitiveness can be obtained using several evaluation methods at the same time. Taking this into account, we can draw a conclusion that the universal method of integrated assessment of the level and sources of competitiveness of the enterprise is currently not developed.

In our opinion, this is due to the fact that the methods discussed have a number of shortcomings, namely, the overwhelming majority of methods for assessing the competitiveness of the enterprise is based on the identification of an exhaustive list of competitiveness parameters. At the same time, the increase in the number of valuation parameters complicates the process of collecting, analysing, and evaluating the data necessary for the analysis; the absence of highly qualified specialists at the enterprises with special training for research work is also an important constituent of the problem.