

УДК 339.137:334.723

**ОЦІНКА РІВНЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ
ЯК ОСНОВА ФОРМУВАННЯ ЇХ КОНКУРЕНТНОЇ СТРАТЕГІЇ***Кобець С.П.*

Визначено базові принципи оцінки рівня конкурентоспроможності промислових підприємств та їх продукції. Систематизовані та проаналізовані методичні підходи до оцінки рівня конкурентоспроможності промислових підприємств та їх продукції. Особлива увага приділена методикам оцінки конкурентоспроможності, що надають можливість дістати конкретну, кількісно визначену оцінку цього рівня. Виділені переваги, недоліки даних методик. Розглянута можливість використання досліджених методик оцінки конкурентоспроможності як основи формування конкурентної стратегії підприємств.

Ключові слова: конкурентоспроможність підприємств, конкурентоспроможність продукції, конкурентна стратегія, методи оцінки конкурентоспроможності підприємства, методи оцінки конкурентоспроможності продукції.

Підвищення рівня конкурентоспроможності підприємств та їх продукції можливо лише за наявності науково обґрунтованої конкурентної стратегії. Основою для розробки такої стратегії є оцінка фактичного рівня конкурентоспроможності підприємства, отже, оцінці рівня конкурентоспроможності підприємства та його продукції повинно бути приділено максимум уваги при розробці конкурентних стратегій, програм підвищення конкурентної стійкості підприємства тощо.

Теоретичні та методологічні основи оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства та його продукції розглянуті у роботах багатьох вітчизняних та зарубіжних вчених, серед яких Л. С. Кобиляцький [1], С. М. Клименко [2], С. І. Савчук [3], М. Ткаченко [4], В. Н. Осипов [5], А. Н. Литвиненко [6], Б. В. Букринський [8], І. О. Тарасенко [9], Г. І. Трегуб [10], О. В. Горбач [11], Р. А. Фатхудинов [12], К. Г. Грищенко [13], Ф. І. Шпіг [14] та ін.

Вивчення спеціальної економічної літератури показало, що проблема оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства і продукції теоретично глибоко розроблена і знайшла широке освітлення в науковій літературі. Проте не існує однієї загальноприйнятої методики оцінки конкурентоспроможності, існуючі методики оцінки конкурентоспроможності неузгоджені, в більшості робіт автори пропонують використовувати різні чинники, які використовуються при оцінці конкурентоспроможності.

Метою статті є систематизація та виявлення особливостей сучасних методичних підходів до оцінки рівня конкурентоспроможності підприємств та їх продукції.

Конкурентоспроможність, як економічну категорію, у залежності від її об'єкта, доцільно розглядати на трьох рівнях. Виділяють макрорівень (конкурентоспроможність транснаціональних корпорацій, конкурентоспроможність країн), мезорівень (конкурентоспроможність регіонів, кластерів, галузей) та мікрорівень (конкурентоспроможність підприємств, фірм, продукції, працівників тощо) [1]. Між зазначеними рівнями є тісний взаємозв'язок, наприклад конкурентоспроможність підприємства залежить від конкурентоспроможності його продукції тощо. При оцінці рівня конкурентоспроможності також необхідно враховувати рівень об'єкта, що вивчається, наприклад, при оцінці рівня конкурентоспроможності регіону необхідно враховувати рівень конкурентоспроможності його підприємств; при оцінці рівня конкурентоспроможності підприємства необхідно враховувати рівень конкурентоспроможності його продукції тощо.

Базовими принципами оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства та його продукції є [2]:

- комплексність – результати дослідження конкурентоспроможності підприємства повинні сполучати і оцінку ефективності процесу його адаптації до змінних умов функціонування, і ступінь реалізації стратегічного потенціалу, і конкурентні позиції підприємства відносно одного або декількох конкурентів, що розглядаються як база порівняння;
- системність – основою для оцінки рівня конкурентоспроможності і розробки відповідних реко-

мендацій можуть виступати лише результати системного аналізу впливу чинників зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства з урахуванням між факторних взаємозв'язків та обумовленого ними синергічного ефекту;

- об'єктивність – результати дослідження та оцінки конкурентоспроможності підприємства повинні базуватися на повній та достовірній інформації про зовнішні та внутрішні умови його функціонування і відображати реальні конкурентні позиції суб'єкта господарювання;
- динамічність – основним завданням дослідження конкурентоспроможності є не статична оцінка фактичних конкурентних позицій підприємства на конкретний момент часу, а прогнозування їх змін та розробка на цій основі ефективних управлінських рішень;
- безперервність – процес дослідження та оцінки конкурентоспроможності та змін її рівня має носити безперервний характер (шляхом створення системи моніторингу ринку, чинників конкурентоспроможності, конкурентних позицій підприємства), оскільки дискретні оцінки не завжди дають можливість своєчасно зафіксувати стрибкоподібні зміни чинників конкурентоспроможності, оцінити можливі тенденції динаміки конкурентних позицій підприємства та своєчасно прийняти та реалізувати відповідні управлінські рішення;
- оптимальність – у відповідності з цим принципом об'єктом дослідження є не лише сам рівень конкурентоспроможності, але і ступінь ефективності його досягнення, тому конче необхідною є комплексна оцінка шляхів досягнення певних конкурентних позицій з урахуванням як прямих витрат, пов'язаних з реалізацією заходів по регулюванню конкретного чинника, так і потенційних витрат на розвиток та підтримку конкурентної переваги у майбутньому.

Серед існуючих методик оцінки конкурентоспроможності можна виділити групу методик, що дозволяють отримати конкретну, кількісно визначену оцінку рівня конкурентоспроможності, і групу таких, де відсутня кількісна оцінка (графічні, матричні методи тощо).

Розглянемо докладніше першу групу методик, оскільки друга група методик є неточною із-за високої частки суб'єктивізму при оцінці конкурентоспроможності та неможливості її використання для підвищення рівня конкурентоспроможності. Методи кількісної оцінки рівня конкурентоспроможності можуть бути об'єднані в 3 групи [3]:

1. Диференціальні;
2. Інтегрально-диференціальні;
3. Інтегральні.

До першої групи методів оцінки конкурентоспроможності продукції можна віднести такі методи, як метод відповідності певним показникам, метод порівняння з базовим зразком [4]. Суть даних методів – порівняння ідентичних ознак об'єкту і зразка. Застосування даних методів передбачає визначення порівнюваних об'єктів, вибір бази порівняння, вибір шкал вимірювання параметрів. Найбільш складним є вибір бази порівняння. Перевагою даних методів є можливість виявлення наявності або відсутності у оцінюваних об'єктів конкурентних переваг в розрізі вибраної системи ознак. Ці знання є обов'язковим відправним пунктом нормування безлічі можливих напрямів підвищення конкурентоспроможності об'єкту [3]. Ще одна важлива властивість диференціальних оцінок – це їх відносний характер, що забезпечує зручність при порівнянні різноякісних ознак об'єктів, що оцінюються.

До основних недоліків диференціального підходу слід віднести можливість обліку тільки односпрямованих змін значень ознак, при якому кращому значенню ознаки ставиться у відповідність більше значення показника (що недостатньо у разі, коли має місце оптимум значення ознаки усередині діапазону його можливих значень), а також складнощі обліку наявності граничних, наприклад, нормативних значень ознак [5]. В деяких випадках використання диференціального підходу як інструменту рішення певних задач в рамках загальної проблеми підвищення конкурентоспроможності цілком доцільне.

До другої групи методів оцінки конкурентоспроможності можна віднести такі методи, що ґрунтуються на аналізі сукупності характеристик, які дозволяють описати стан досліджуваного об'єкта. Кожна характеристика поділяється на ряд одиничних і групових показників, які характеризують елементи об'єкта. З одиничних і групових показників виводиться інтегральний показник конкурентоспроможності об'єкта.

Найбільш відомим і поширеним з цієї групи методів є метод оцінки конкурентоспроможності, яка

викладена [6]. Цю методику, на нашу думку, можна вважати класичною. Доволі часто автори робіт застосовують зазначену методику як базову для розробки власних методик оцінки рівня конкурентоспроможності об'єкта. Так, наприклад, роботи [7;8;9], базуються саме на методиці, викладеній в роботі [6]

Даний метод має ряд недоліків, відмічених в роботах [5; 10]:

- 1) не враховується те, що для деяких критеріїв існують обмеження (об'єктивні або суб'єктивні), при порушенні яких конкурентоспроможність дорівнює нулю;
- 2) при порівнянні декількох об'єктів необхідне проведення розрахунків для кожної пари окремо;
- 3) вагові значення показників розраховують за допомогою експертної оцінки, яка вимагає витрат часу на організаційні заходи, і є суб'єктивною;
- 4) неможливо оцінити ступінь впливу на конкурентоспроможність чинників, що не піддаються кількісній оцінці (імідж підприємства і т.п.);
- 5) даним методом розраховується конкурентоспроможність одного об'єкту щодо іншого, а не рівень конкурентоспроможності об'єкту взагалі.

До третьої групи методів оцінки конкурентоспроможності можна віднести такі методи, як методи економічної оцінки конкурентоспроможності, зокрема методи, побудовані у вигляді економіко-математичних моделей.

Автори методів економічної оцінки конкурентоспроможності пропонують оцінювати конкурентоспроможність за допомогою показника, заснованого на економічних показниках (прибуток, витрати, капіталовкладення, ефективність). Такий підхід до оцінки конкурентоспроможності продукції використаний О.В Горбач [11], яка запропонувала оцінювати конкурентоспроможність знарядь праці (машин), як відношення прибутку до капіталовкладень. При цьому машина буде конкурентноздатна, якщо відношення прибутку до капіталовкладень даної машини буде більше, або дорівнюватиме величині даного показника на ринку. Р.А. Фатхудинов пропонує кількісну оцінку конкурентоспроможності об'єктів здійснювати за формулою:

$$K_{az} = \left(\frac{E_{az}}{E_{lz}} \right) k'_1 \cdot k'_2 \cdot k'_n, \quad (1)$$

де K_{az} - конкурентоспроможність об'єкту, що аналізується на конкретному ринку; E_{az} - ефективність аналізованого об'єкту на конкретному ринку, одиниця корисного ефекту /грошова одиниця; E_{lz} - ефективність кращого конкурента, що знаходиться на даному ринку; k'_1, k'_2, k'_n - коефіцієнти, що враховують конкурентні переваги [12].

У даних методах не враховуються показники конкурентоспроможності продукції та немає порівняння цих показників з показниками конкуруючої продукції, що є як перевагою цих методів (простота оцінки), так і їх недоліком (неприйнятність методу з погляду управління конкурентоспроможністю).

Для моделювання комплексної оцінки конкурентоспроможності об'єкту (для підприємства це можуть бути конкурентоспроможність продукції, фінансовий стан, ефективність діяльності зі збуту, ефективність операційної діяльності, ефективність інвестиційної діяльності, ефективність управління, соціальна ефективність, імідж підприємства тощо), розробляються шкали вимірювання чинників конкурентоспроможності та розробляється модель оцінки конкурентоспроможності. Модель оцінки конкурентоспроможності об'єкту представляє собою функціональне відображення виду

$$X = \{X_i\} \rightarrow Y, i = \overline{1, N},$$

де X_i – часткові критерії конкурентоспроможності, які характеризують різні характеристики об'єкту і є найбільш важливими для оцінки його конкурентоспроможності;

N – кількість врахованих критеріїв.

Використання економіко-математичних моделей для оцінки рівня конкурентоспроможності є достатньо ефективним. Економіко-математичне моделювання дозволяє враховувати не лише кількісні, а й якісні показники діяльності підприємств. В сучасних умовах якісні показники діяльності підприємств стають ключовими факторами впливу на їх конкурентоспроможність [13,14]. Однак, процес оцінки рівня конкурентоспроможності з використанням економіко-математичних моделей є достатньо трудомістким та складним. Найбільшу складність викликає вибір та обґрунтування найбільш значущих для об'єкта дослідження факторів конкурентоспроможності, врахування

ступеню важливості зазначених факторів, розробка шкал вимірювання різних за своєю природою факторів конкурентоспроможності та інтерпретація отриманих кінцевих даних для розробки заходів щодо підвищення рівня конкурентоспроможності об'єкта дослідження.

ВИСНОВКИ

Результати теоретичного дослідження свідчать, що проблема оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства і продукції теоретично глибоко розроблена і знайшла широке освітлення в науковій літературі. Існує чимало методів оцінки конкурентоспроможності. Кожен із цих методів мають як численні переваги, так і недоліки. Проте не існує однієї загальноприйнятої методики оцінки конкурентоспроможності, методики оцінки конкурентоспроможності неузгоджені, у більшості робіт автори пропонують використовувати різні чинники конкурентоспроможності. Отже, існує необхідність у розробці методичних підходів до оцінки конкурентоспроможності українських промислових підприємств та їх продукції.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Кобиляцький Л. С. Управління конкурентоспроможністю: навч. посіб. для вузів. / Л. С. Кобиляцький. — К.: Зовнішня торгівля, 2003 — 304 с.
2. Клименко С. М. Управління конкурентоспроможністю підприємства: навч. посіб. / С. М. Клименко, О. С. Дубова, Д. О. Барабась [та ін.]. — К.: КНЕУ, 2006. — 527 с.
3. Савчук С. И. Методы оценки конкурентоспособности: логика построения и анализ возможностей / С. И. Савчук // Вісник Тернопільської академії народного господарства. Економіко-математичне моделювання. — 2003. — №14 — С. 54 – 65.
4. Ткаченко М. Методичне забезпечення оцінки конкурентоспроможності товарів / М. Ткаченко // Вісник КДТЕУ. — 1999. — №2. — С. 135-144.
5. Осипов В. Н. Оценка конкурентоспособности продукции производственного назначения / В. Н. Осипов, В. А. Диленко, А. А. Стрелец. — Одесса: ИПРЭИ НАН Украины, 2001. — 152 с.
6. Литвиненко А. Н., Татьяненко М. А. Методологические вопросы оценки экономических аспектов конкурентоспособности машиностроительной продукции / А. Н. Литвиненко, М. А. Татьяненко // Бюлетень інностаринної комерческoй інформації. — 1981. — Приложение №1. — С. 36-39.
7. Савицкая В. Г. Экономический анализ: Учеб. / В. Савицкая. — 10-е изд., испр. — М.: Новое знание, 2004. — 640с.
8. Конкурентоспособность продукции и предприятия/ [Букринский Б. В., Лазварева Е. В., Агеева И. Н. и др.]; научн. ред. Букринский Б. В. — Одесса: ИПРЭИ НАН Украины, 2002 — 131с.
9. Тарасенко І. О. Удосконалення методів оцінки та аналізу конкурентоспроможності продукції на підприємствах промисловості / І. О. Тарасенко // Вісник Технологічного університету Поділля. Економічні науки. — 2003. — №5 / Ч 2, Т 1 — С. 204-207
10. Трегуб Г. І. Удосконалення методичних підходів до оцінки конкурентоспроможності продукції / Г. І. Трегуб // Механізм регулювання економіки. — 2002. — № 3-4. — С. 252-258.
11. Горбач О. В. Економічна оцінка конкурентоспроможності машин на стадії технологічної підготовки виробництва: Автореф. дис. на здобуття наук. ступеня. канд. екон. наук / О. В. Горбач; Харк. держ. ун-т. — Х., 1999 — 16с.
12. Фатхудинов Р. А. Управление конкурентоспособностью организации. Эксклюзивные технологии формирования стратегии повышения конкурентоспособности организации: теория, методика, практика / Р. А. Фатхудинов. — М.: ЭКСМО, 2004 — 541с.
13. Гриценко К.Г. Моделювання оцінки конкурентоспроможності страхових компаній на основі нечіткої логіки / К.Г. Гриценко // Збірник наукових праць ДВНЗ «УАБС НБУ» «Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України». — Суми: ДВНЗ «Українська академія банківської справи НБУ», 2010. — Вип.29. — С.103-113.
14. Шпіг Ф. І. Конкурентоспроможність банку: фактори та критерії оцінки / Ф. І. Шпіг // Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України: збірник наукових праць. — Суми: УАБС НБУ, 2006. — Т.16. — С.57-63.