УДК 334.716:339.137.2.005

Л.М. Закревська
К.е.н., доц., Національний університет харчових технологій
О.М. Герасименко
Магістрант, Національний університет харчових технологій

Концептуальні методичні підходи до оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємства

В статті досліджено концептуальні методичні підходи до оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємства. Виявлено основні проблеми визначення конкурентоспроможності підприємства, з якими стикаються вітчизняні виробники. Обґрунтовано, що для достовірного оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємство має постійно здійснювати аналіз всіх сфер своєї діяльності. Узагальнено головні принципи оцінювання конкурентоспроможності підприємства, на основі яких розраховується і аналізується даний показник. Обґрунтовано, що вибір методу визначення рівня конкурентоспроможності підприємства залежить від виду його діяльності та асортименту продукції. Досліджено основні переваги та недоліки методів оцінювання конкурентоспроможності підприємства. На основі узагальнення існуючих наукових положень обґрунтовано, що найбільш точним для оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємства є метод ефективної конкуренції, а графічні методи використовуються для узагальнення результатів дослідження. Авторами сформовано зведену порівняльну таблицю методів оцінювання конкурентоспроможності підприємства. Обґрунтовано, що більшість методів, які застосовуються для оцінки конкурентоспроможності підприємства, мають елемент суб’єктивізму, оскільки базуються на експертному оцінюванні.

Ключові слова: конкурентоспроможність, підприємство, продукція, товар, метод визначення конкурентоспроможності.

Л.М. Закревская
К.э.н., доц., Национальный университет пищевых технологий
О.М. Герасименко
Магистрант, Национальный университет пищевых технологий

Концептуальные методические подходы к оценке уровня конкурентоспособности предприятия

В статье исследованы концептуальные методические подходы к оценке уровня конкурентоспособности предприятия. Выявлены основные проблемы определения конкурентоспособности предприятия, с которыми сталкиваются отечественные производители. Обосновано, что для достоверного оценивания уровня конкурентоспособности предприятие должно постоянно осуществлять анализ всех сфер своей деятельности. Обобщены главные принципы оценки конкурентоспособности предприятия, на основе которых рассчитывается и анализируется данный показатель. Обосновано, что выбор метода определения уровня конкурентоспособности предприятия зависит от вида его деятельности и ассортимента продукции. Исследованы основные преимущества и недостатки методов оценки конкурентоспособности предприятия. На основе обобщения существующих научных положений обосновано, что наиболее точным для оценки уровня конкурентоспособности предприятия является метод эффективной конкуренции, а графические методы используются для обобщения результатов исследования. Авторами сформирована сводная сравнительная таблица методов оценки конкурентоспособности предприятия. Обосновано, что большинство методов, которые применяются для оценки конкурентоспособности предприятия, имеют элемент субъективизма, поскольку базируются на экспертном оценивании.

Ключевые слова: конкурентоспособность, предприятие, продукция, товар, метод определения конкурентоспособности.

L. Zakrevska

Candidate of economic sciences, National University of Food Technologies

O. Gerasymenko

Graduate student, National University of Food Technologies

Conceptual methodological approaches to evaluation of competitiveness level of the enterprise

The conceptual methodical approaches to the estimation of the level of competitiveness of the enterprise are investigated in the article. There is determine the main problems of the competitiveness of the company, which are faced by domestic

producers, are revealed. It is substantiated that for reliable assessment of the level of competitiveness the enterprise must constantly carry out an analysis of all spheres of its activity. The main principles for determining the competitiveness of an enterprise are described, on the basis of which this indicator is calculated and analyzed. It is substantiated that the method of determining the competitiveness depends on the activity of the enterprise and manufactured products. It is determined that this indicator is significantly influenced by the competitiveness of products or a separate assortment group. The main methods of determining the competitiveness of the enterprise are described. The main advantages and disadvantages of each method are determined. It is determined that the most accurate method of determining the competitiveness of an enterprise is the effective competition method, and graphical methods are used to present the results of analysis and evaluation of the competitiveness of the enterprise. Thus, it is possible to determine which method of determination of competitiveness should be applied to the chosen enterprise. A consolidated comparative table of methods for determining the competitiveness of the enterprise is developed. Most of the methods used to assess the competitiveness of an enterprise are an element of subjectivity, since they are based on peer review.

Key words: competitiveness, enterprise, products, goods, method of determination of competitiveness.

Постановка проблеми. Всі підприємства різняться між собою за розмірами, сферами діяльності, технологічними процесами тощо. Проте всі вони як системи мають досить однаковий стандартний склад. Кожна фірма має ряд своїх можливостей, властивостей, взаємозалежних компонентів, які відрізняються від конкурента. Для досягнення головної мети підприємству необхідно знайти свою нішу на ринку, забезпечити споживачами та мати високий рівень конкурентоспроможності.

В сучасних ринкових умовах, коли ринок перенасичений товарами та послугами, а смаки споживачів стають більш вибагливими, суб’єктам господарювання потрібно аналізувати можливості не лише кількісного розширення обсягів виробництва та реалізації продукції, але й якісні параметри. Для успішного ведення бізнесу підприємствам потрібно формувати власні конкурентні переваги, враховувати та скорочувати перелік слабких сторін, уникати загроз (з боку конкурентів, держави тощо), використовувати можливості, перетворюючи їх на сильні сторони. Ці компоненти визначають місце підприємства на ринку, забезпечують певний стратегічний напрям розвитку, визначають рівень конкурентоспроможності.

Для достовірного оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємство має постійно здійснювати аналіз всіх сфер своєї діяльності. Варто враховувати також і специфіку кожної галузі народного господарства. Методи, які знайшли широкого застосування в одних з них, не використовуються в інших через брак статистичних відомостей або суттєві похибки під час експертного оцінювання. Таким чином, виникає потреба у дослідженні концептуальних методичних підходів до визначення рівня конкурентоспроможності підприємств в умовах мінливого конкурентного середовища.

Аналіз останніх досліджень та публікацій з проблеми. Проблемам визначення конкурентоспроможності підприємства присвячені праці багатьох вітчизняних та зарубіжних вчених, таких як: І. Ансофф, М. Портер, Л. В. Балабанова, А. В. Кривенко С. В. Мельников, Ю. Б. Іванов, В. А. Павлов, О. Л. Фурманюк, М. О.Тартачник, П. Кругман, С. Ліндер, Б. Олін, Д. Сакс, Л. Саммерс, Дж. Харт, Е. Хекшер, О. Білорус, Б. Буркинський, М. Делягін, Я. Жаліло, В. Іноземцев, Б. Кузик, Д. Лук'яненко, С. Меншиков, І. Спиридонов, С. Соколенко, Р. Фатхутдінов, Т. Циганкова, Ю. Яковець та інших. Проте результати їх розвідок потребують узагальнення і систематизації, що і визначило вибір теми наукового дослідження.

Метою статті є дослідження концептуальних методичних підходів до визначення рівня конкурентоспроможності підприємства в умовах мінливого конкурентного середовища, обґрунтування доцільності їх використання.

Викладення основного матеріалу. В сучасних умовах господарювання застосування методичного підходу до визначення рівня конкурентоспроможності залежить від вибору концепції оцінювання. Згідно досліджень проф. В. Андріанова показник конкурентоспроможності країни об'єднує конкурентоспроможність товару, виробника та конкурентоспроможність галузі [1]. Тому він важливий не лише для суб'єктів господарювання, але і для економіки країни. Визначивши конкурентоспроможність можна правильно розподіляти кошти по галузях, порівнювати з аналогічними виробниками або напрямками виробництва інших країн, слідкувати за новітніми технологіями, впроваджувати власні інновації. Таким чином, це означатиме підвищення рівня конкурентоспроможності країни.

Сучасні виробники також підвищують та зміцнюють свою конкурентоспроможність, удосконалюючи продукцію, послуги, процеси, системи для вирізнення з поміж інших підприємств. Проте деякі з них нехтують цим показником або застосовують неефективні методи оцінювання.

Таким чином, конкурентоспроможність підприємства являє собою здатність суб'єкта господарювання створювати, виробляти і продавати товари та послуги, цінові й нецінові якості яких привабливіші, ніж в аналогічної продукції конкурентів. Вона відіграє важливу роль у стратегічному розвитку підприємства [1].

Дослідженням конкурентних переваг, споживчих преференцій і тенденцій розвитку ринку найчастіше займається маркетинговий відділ, але інформація повинна надходити з усіх підрозділів організації та мати офіційне підтвердження. Конкурентоспроможність на рівні підприємства може визначатися від меншого до більшого або навпаки. Тобто можливе визначення конкурентоспроможності конкретного виду продукції або номенклатурної групи, підрозділу або персоналу, підприємства загалом. В залежності від поставлених завдань керівництво вирішує, на що саме спрямувати дослідження.

Оцінка конкурентоспроможності підприємства повинна базуватись на наступних принципах [2]:

- комплексність – дослідження має проводитися, охоплюючи все підприємство, всю продукцію, яку воно виготовляє, всі технічні і адміністративні процеси, конкурентні позиції щодо декількох конкурентів;
- системність – конкурентоспроможність розглядається як складна економічна система, тобто сукупність взаємопов'язаних елементів, які її формують;
- об'єктивність – інформація, яка надходить та оброблюється, як внутрішня так і зовнішня, повинна бути достовірною, перевіреною і бажано мати документальне підтвердження;
- 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 [3];
- безперервність – визначення конкурентоспроможності та її зміни повинно бути безперервним процесом для запобігання неочікуваних ситуацій та швидке реагування на стрибкоподібні зміни;
- оптимальність – витрати на процес оцінювання конкурентоспроможності, досягнення стратегічних цілей та розвиток конкурентних позицій повинні себе виправдовувати для ефективного досягнення результатів.

Існує безліч традиційних методів, які можна застосовувати для оцінювання конкурентоспроможності підприємств. Розглянемо головні з них, аби виявити їх

відмінності, переваги та недоліки. Загалом виділяють графічні, матричні, розрахункові та комбіновані методи.

Для використання методу, заснованого на теорії ефективної конкуренції, потрібно мати достовірну базову інформацію. Вона охоплює результати фінансової, виробничої, збутової діяльностей, а також рівень конкурентоспроможності продукції.

Індикативний метод ґрунтується на розрахунку інтегрального показника та враховує вплив найбільш важливих факторів на конкурентоспроможність підприємства. Їх ранжування здійснюється за допомогою методу експертних оцінок. Результати дослідження наочно відображаються у вигляді діаграми конкурентоспроможності. Перевагами даного методу є: можливість вибору найважливіших і найпотрібніших факторів оцінювання; наочність результатів дослідження дає змогу вчасно виявити недоліки та загрози в діяльності підприємства та прийняти заходи для їх мінімізації або усунення. Недоліками є: необхідність здійснення проміжних розрахунків; наявність ймовірності похибки через людський фактор.

Сутність матричного методу полягає у побудові таблиць або матриць, які за допомогою попарного порівняння дають можливість експертам визначити ранг конкурентоспроможності досліджуваних підприємств. Інформація оброблюється методами матричної алгебри [4]. Перевагами даного методу є те, що: розраховується похибка відхилення від узгодженості, тобто результати є варійованими; для дослідження можна вибирати різні сфери діяльності підприємства. Недоліком методу є можливість помилки при здійсненні розрахунків або необ’єктивна експертна оцінка.

Метод оцінки на основі теорії конкурентних переваг, автором якого є Майкл Портер, базується на співставленні або зовнішніх конкурентних переваг, які відображають цінність для покупця – ціна, або внутрішніх, які відображають цінність для виробника – витрати. Співставлення даних показників підприємства і конкурента дає можливість визначити конкурентоспроможність підприємства. Перевагою є те, що можна порівнювати конкурентні переваги досліджуваного підприємства з необмеженою кількістю конкурентів. Недоліком є те, що метод базується лише на співставленні витрат підприємства на одиницю продукції, а на конкурентоспроможність підприємства впливає багато інших факторів. Тому результати порівнюють лише витратну частину діяльності підприємств.

Метод профілів ґрунтується на побудові карти профілю, що дає можливість побачити, яке саме поле займає досліджуване підприємство серед мінімальних і

максимальних значень. Такі профілі порівнюються з профілями конкурентів. Величина площі профілів свідчить про рівень конкурентоспроможності. Перевагами даного методу є те, що: одиниці вимірювання факторів, які оцінюються, можуть бути різними; можна оцінювати необмежену кількість факторів, які впливають на конкурентоспроможність Але недоліком є те, що профіль показника визначається по галузі експертним методом, тому потрібно залучати до цього процесу багатьох висококваліфікованих фахівців.

Графічні методи застосовуються для наочного аналізу, частіше – для презентацій та доповідей. За їх допомогою підприємства мають змогу наочно оцінити власні конкурентні переваги і недоліки для своєчасного реагування на ситуацію, що склалась. Проте недоліком є те, що метод не дає змоги узагальнити результати досліджень у вигляді розрахованого показника конкурентоспроможності [5].

Метод ефективної конкуренції, яку розробив А. С. Попов, дає можливість оцінити конкурентоспроможність підприємства за наступними критеріями: ефективність виробничої діяльності, фінансове положення, ефективність збуту та просування продукції, конкурентоспроможність товару. Сутність методу полягає у визначенні показника конкурентоспроможності підприємства за допомогою коефіцієнтів вагомості перерахованих елементів. Перевагою є те, що метод охоплює всі напрями діяльності підприємства, його основні техніко-економічні показники, тому він є найбільш точним та найбільш достовірним. Недоліками його застосування є: відсутність відкритого доступу до необхідної інформації; суб’єктивізм у встановленні сталих значень вагомостей оцінюваних показників і критеріїв.

Узагальнити вищенаведену інформацію можна за допомогою даних табл. 1.

Таблиця 1. Порівняльна характеристика методів оцінювання конкурентоспроможності підприємства

Назва методу	Характеристика			
	Сфера застосування	Об’єм інформації	Потреба в експертній оцінці	Деталізованість методу
Індикативний	В будь-якій галузі виробництва товарів і послуг	Велика кількість інформації про підприємство	Потрібно не менше 5 експертів	Немає потреби застосування інших методів
Матричний	В будь-якій галузі виробництва товарів і послуг	Велика кількість інформації про підприємство	Є потреба в експертах	Дуже деталізований метод, є можливість дослідження по підрозділах
Конкурентних переваг	В будь-якій галузі виробництва	Велика кількість інформації про підприємство та	Є потреба в експертній або споживчій оцінці	Метод, спрямований на порівняння

	товарів і послуг	конкурента		характеристик підприємства та конкурента, тому, за потреби, можливе застосування інших методів
Метод профілів	В будь-якій галузі виробництва товарів і послуг	Велика кількість інформації про підприємство та галузь	Є потреба в експертній або споживчій оцінці	Дуже деталізований метод, загалом застосовується до конкретного виду продукції
Графічний	В будь-якій галузі виробництва товарів і послуг	Потрібна інформація про атрибути, які будуть досліджуватися	Є потреба в експертах	Метод дозволяє наочно побачити стан досліджуваних атрибутів, тому, за потреби деталізації, потрібно застосовувати інші методи
Ефективної конкуренції	В будь-якій галузі виробництва товарів і послуг	Велика кількість інформації про підприємство	Потреба в експертах є лише при визначення конкурентоспроможності товару	Метод досить деталізований, адже охоплює всі головні підрозділи та показники діяльності підприємства

Кожний метод потребує особливої підготовки та конкретної, а, головне, перевіреної та підтвердженої інформації, для більш точного визначення конкурентоспроможності підприємства. Тоді фірма зможе визначити свої сильні та слабкі сторони, виправити недоліки у роботі та покращити свої конкурентні переваги.

Висновки і перспективи подальших наукових досліджень. За вищенаведеною інформацією можна зробити висновок, що основні методи визначення конкурентоспроможності застосовуються для підприємств-виробників як товарів, так і послуг, але деталізація та доцільність застосування методів залежить від того, на що саме спрямоване дослідження.

Література:

1. Бурачек, І.В., Біленчук, О.О. Конкурентоспроможність продукції підприємств: сутність, методи оцінки та зарубіжний досвід управління / І.В. Бурачек, О.О. Біленчук // Збірник наукових праць. Житомирський державний технологічний університет. – 2016. – Вип. 4. – С. 289.

2. Погребняк, Д. В. Методи діагностики конкурентоспроможності підприємства / Д. В. Погребняк // Проблеми підвищення ефективності інфраструктури. Збірник наукових праць. – 2015. – Вип. 34. – С. 45–51.

3. Морозова І. Теоретико-методологічні детермінанти дослідження конкурентоспроможності промислових підприємств в умовах глобалізації / І. Морозова // Збірник наукових праць. Донецький національний університет. – 2017. – Вип. 10, част. 3. – С. 335-339.

4. Дикань, В. Л. Методичні підходи до оцінки конкурентоспроможності підприємства / В. Л. Дикань, Т. В. Пономарьова // Вісник економіки транспорту і промисловості. Серія «Економіка». – 2016. – Вип. 26. – С. 100–105.

5. Квятковська, Л. А., Воробйова Л. Д. Оцінка поточної та довгострокової конкурентоспроможності підприємства / Л. А. Квятковська, Л. Д. Воробйова // Вісник національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут». Збірник наукових праць. – 2017. – Вип. 19. – С. 181–187.

References:

1. Burachek I.V., Bilenchuk O.O. (2016) Konkurentospromozhnistj produkciji pidpryjemstv: sutnistj, metody ocinky ta zarubizhnyj dosvid upravlinnja [Competitiveness of production of enterprises: the essence, methods of evaluation and foreign experience of management]. Collection of scientific works. Zhytomyr State Technological University, vol. 4, p. 289.

2. Poghrebnjak D.V. (2015) Metody diaghnostyky konkurentospromozhnosti pidpryjemstva [Methods of diagnostics of enterprise competitiveness]. Problems of improving the efficiency of the infrastructure. Collection of scientific works, vol. 34, pp. 45-51.

3. Morozova I. (2017) Teoretyko-metodologhichni determinanty doslidzhennja konkurentospromozhnosti promyslovykh pidpryjemstv v umovakh ghlobalizaciji [Theoretical and methodological determinants of research of competitiveness of industrial enterprises in the conditions of globalization]. Collection of scientific works. Donetsk National University, vol. 10, no. 3, pp. 335-339.

4. Dykanj V.L. (2016) Metodychni pidkhody do ocinky konkurentospromozhnosti pidpryjemstva [Methodological approaches to assessing the competitiveness of enterprises]. Bulletin of the Economy of Transport and Industry. Economics series, vol. 26, pp. 100-105.

5. Kvjatkovsjka L. A., Vorobjova L. D. (2017) Ocinka potochnoji ta dovghostrokovoji konkurentospromozhnosti pidpryjemstva [Assessment of the current and long-term

competitiveness of the enterprise]. Bulletin of the National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute", vol. 19, pp. 181-187.

Відомості про авторів

П.І.П. Закревська Людмила Миколаївна.

Дата народження: 18.04.1978 року.

Кандидат економічних наук Національного університету харчових технологій, кафедра економіки і права. Доцент цієї кафедри. Місце розташування: вул. Володимирська, 68, корпус В, кім. 509. **Місце проживання:** Київська обл., м. Буча, вул. Нове шосе, б. 11-а, кв. 17. **Контактний телефон:** (097) 916-72-55.

П.І.П. Герасименко Олена Миколаївна.

Дата народження: 01.07.1995 року.

Магістрант Національного університету харчових технологій, кафедра економіки і права. **Місце проживання:** м. Київ, проспект Повітрофлотський, б. 55, кв. 39 **Контактний телефон:** (095) 111 98 11.

Information about the authors

Zakrevskaya Lyudmila.

Candidate of Economic Sciences, National University of Food Technologies, Department of Economics and Law. Associate professor of this department. Location: Kiev, Vladimirskaya st., 68, building B, room. 509. e-mail: absolytkamilka@gmail.com.

Gerasimenko Olena.

Master of National University of Food Technologies, Department of Economics and Law. Location: Kiev, Vladimirskaya st., 68, building B, room. 509. e-mail: absolytkamilka@gmail.com.