

**Методи оцінки конкурентоспроможності суб'єктів господарювання**

*Анотація.* У статті представлено аналіз існуючих методик визначення конкурентних переваг підприємств та запропоновано аналітично-порівняльний метод оцінки конкурентоспроможності суб'єктів господарювання.

**Ключові слова:** методи оцінки, конкурентоспроможність суб'єктів господарювання, виробництво продукції, ринкова економіка.

*Аннотация.* В статье представлено анализ существующих методик определения конкурентных преимуществ и предложено аналитико-сравнительный метод оценки конкурентоспособности субъектов хозяйствования.

**Ключевые слова:** методы оценки конкурентоспособности субъектов хозяйствования, производство продукции, рыночная экономика.

*Annotation.* The article presents an analysis of existing methods for determining competitive advantage and proposed analytical method and comparative evaluation of the competitiveness of business entities.

**Key words:** methods of evaluation of the competitiveness of economic entities, production, market economy.

**Постановка проблеми.** Важливими задачами сучасного періоду розвитку економіки є створення умов для ефективного функціонування суб'єктів господарювання у конкурентному середовищі. Адже забезпечення високої конкурентоспроможності підприємств служить основою успішного розвитку економіки України, умовою інтеграції до світового співтовариства. Але якихось спеціальних заходів принципового характеру з підвищення

конкурентоспроможності все ще не прийнято. Загальна ситуація в економіці України, яка сформована під впливом невирішених проблем минулих років, а також нестабільна політична ситуація в країні, яка схоже набуває хронічного характеру, не сприяють розвитку і зміцненню конкурентних переваг підприємств. І все ж, не дивлячись на вищезгадані обставини, певні підприємницькі структури досить успішно функціонують в ринковому середовищі, виготовляючи свою продукцію, що відзначається досить високою конкурентоспроможністю.

В умовах ринкової економіки суб'єкт господарювання, що реалізує товари на ринку, не може тривалий час займати стійкі позиції, опираючись в своїй стратегії тільки на показники конкурентоспроможності продукції, тобто не враховуючи сукупні витрати по її створенню та реалізації. При виході на новий ринок, появі нових конкурентів, прийнятті рішення про розширення виробництва чи його скорочення, а також при здійсненні інвестицій з метою модернізації технологічного обладнання чи оновлення продукції, яка випускається, потрібна оцінка потенціалу та можливостей не окремого виду продукції, а підприємницької структури в цілому.

Варто відмітити, що проблеми конкурентоспроможності суб'єктів господарювання досліджувались такими вченими як Тридід О.М., Воронкова А.Е., Пономарьов В.П., Дибніс Г.І., Багрова І.В., Аксьонова Л.О., Валуліч А.М., Нетреба І.О., та інш. [1-4]. Але питання оцінки конкурентоспроможності вітчизняних підприємств українськими вченими на даний час вивчались недостатньо. Тому дослідження методів оцінки конкурентоспроможності суб'єктів господарювання є досить актуальним і являє собою важливу науково-практичну проблему.

**Головне завдання даного наукового дослідження** – на підставі аналізу існуючих методів визначення конкурентних позицій підприємницьких структур, запропонувати аналітично-порівняльний метод оцінки конкурентоспроможності підприємства, що дозволить здійснити

аналіз впливу зовнішнього середовища та внутрішніх можливостей даного суб'єкта господарювання.

**Виклад основного матеріалу.** Існують різноманітні методи оцінки конкурентоспроможності підприємницьких структур. Вони базуються на вимірі конкурентних переваг, які використовуються даними суб'єктами господарювання в своїй маркетинговій стратегії: якість і ціна товару, обслуговування споживачів, терміни виконання замовлень, імідж і т.д.

В світовій практиці використовується ряд методів аналізу конкурентних переваг. Серед них варто виділити SWOT ( сила, слабкість, можливості, погрози), LOTS, PIMS ( Profit Impact of Market Strategy) та Mckinsey (стратегія, навички загальноприйняті цінності, структура, системи, кадри, стиль) [5].

На основі цих методів оцінка конкурентних переваг здійснюється на ранніх стадіях інвестування при техніко-економічному обґрунтуванні інноваційних та інвестиційних проектів. Разом з тим не всі переваги можна оцінити кількісно. В цих випадках застосовуються експертні методи оцінки. В рамках теорії порівняльних витрат, запропонованої класиками економічної теорії, безпосередньо оцінити конкурентоспроможність неможливо, тому були запропоновані непрямі методи оцінки. Одним із найбільш часто застосовуваних є метод, що базується на припущенні, тобто чим нижчі витрати виробництва в галузі, тим більшими перевагами володіє галузь по відношенню до конкурентів. Виходячи із цього дати оцінку конкурентоспроможності суб'єктів господарювання досить непросто, оскільки наявні переваги характеризують конкурентоспроможність не тільки окремого суб'єкта, але і всієї галузі. Методологічна незавершеність наявних підходів спонукала до розробки в рамках теорії порівняльних витрат інших методів вирішення проблеми. Наприклад, пропонувалось в якості показника розглядати кінцевий результат взаємодії підприємницьких структур з ринком в плані його досягнення яких-небудь цілей – обсягу прибутку, норми прибутку, рівня продажу, частки на ринку і т. д. Якщо які-небудь показники,

прийняті за критерії конкурентоспроможності, досягаються, то із цього слідує, що суб'єкт господарювання, який розглядається, володіє певною мірою конкурентоспроможності.

В рамках теорії рівноваги і факторів виробництва критерієм конкурентоспроможності служить наявність у виробника факторів виробництва, які можуть бути використані з кращою, ніж у інших конкурентів, ефективністю.

Методи оцінки конкурентоспроможності на основі теорії рівноваги і факторів виробництва можуть використовуватись суб'єктами господарювання, але вони мають певні обмеження. По-перше, теорія рівноваги була розроблена для дослідження процесів розвитку галузі в умовах досконалої конкуренції. По-друге, методологія, що аналізується, формується на основі припущення, згідно якого галузі в результаті свого розвитку повинні прийти до стану рівноваги. Але цього практично не спостерігається.

Окремі напрямки в методах оцінки конкурентоспроможності займають матричні методи. Вони базуються на вивченні процесів конкуренції в динаміці. Їх методологічною передумовою є концепція життєвого циклу технології та продукції. Адже будь-яка продукція з моменту її появи на ринку проходить певні стадії життєвого циклу – впровадження, ріст, насичення та спад.

В середині 70-х років був розроблений матричний метод оцінки конкурентоспроможності продукції, який в подальшому застосовувався і при вивченні конкурентоспроможності підприємницьких структур. Інструментом дослідження в даному випадку служить матриця, яка складається із чотирьох квадрантів і побудована з використанням двох показників, один із яких є тимчасовим.

Варта також уваги оцінка конкурентоспроможності суб'єктів господарювання по якості продукції, яка здійснюється методом профілів. Алгоритм процедури даного методу включає три етапи.

На першому етапі встановлюються існуючі ринки для продукції, що аналізуються та їх вимоги. Для кожного ринку встановлюється рівень задоволення вимогам конкуруючої на ньому продукції в порівнянні з ідеальною, яку хотів би мати споживач. Інформація збирається на основі опитування достатньо представницьких груп споживачів.

На другому етапі вирішується питання стосовно того, якою повинна бути створена продукція, щоб її можна було реалізувати з максимальною рентабельністю.

На останньому етапі аналізується робота збутового підрозділу суб'єкта господарювання в порівнянні з аналогічними підрозділами конкурентів. Мета даного етапу – виміряти тривалість часу реалізації продукції та вивчити можливості його зниження.

Методи оцінки конкурентоспроможності на основі характеристик якості продукції не містять простих критеріїв, що дозволяють давати однозначну оцінку конкурентоспроможності суб'єктів господарювання. Тому застосовуються непрямі узагальнюючі показники або система показників, що повною мірою знижує методологічну цінність даного підходу.

Заслуговує уваги методика оцінки конкурентоспроможності підприємницьких структур на основі ключових факторів успіху [6]. Її алгоритм складається із п'яти логічно послідовних етапів:

1. Визначається декілька (8-10) найбільш важливих для даної галузі ключових факторів успіху.

2. Для кожного фактора визначається питома вага, виходячи із його значимості. Сума ваги по всіх виведених ключових факторах повинна бути рівна 1,0.

3. Позиція кожного конкурента по окремому ключовому фактору оцінюється експертним шляхом виходячи із відповідної шкали. Оцінки можуть бути, наприклад, від 1 до 10, де 1- сама слабка позиція, а 10 – сама сильна.

4. Визначається загальна оцінка конкурентоспроможності суб'єктів господарювання на основі суми рейтингових оцінок для кожного конкурента. Найбільш конкурентоспроможний суб'єкт той, який отримав максимальну оцінку.

5. Позиції, по яких виявлені істотні недоліки або позитивні сторони, повинні бути використані при виробці стратегії життєздатності суб'єкта господарювання. Загальне правило наступне: ті позиції, по яких відмічені переваги, повинні бути максимально використані для посилення його конкурентної позиції. По тих позиціях, де переваги у конкурентів, повинні бути вироблені заходи, які б заважали їм їх використовувати. Після порівняння необхідно вирішити, по яких показниках варто обійти конкурентів, а по яких триматися з ними на одному рівні, або навіть і поступитись.

Оцінка конкурентоспроможності суб'єктів господарювання також можлива на основі критерія, що відображає в динаміці ступінь задоволення споживача і тимчасового критерія ефективності виробництва [7].

Ці критерії характеризують внутрішню та зовнішню ефективність його роботи. Перший – показник конкурентоспроможності продукції ( $1_t$ ). Він визначається відношенням суми споживчих вартостей всієї продукції до вартості споживання. Другий критерій характеризує ефективність виробничої діяльності конкурентів ( $1_e$ ) і визначається шляхом відношення показників ефективності у суб'єкта, що аналізується і у конкурента. Загальний показник рівня конкурентоспроможності визначається по наступній формулі:

$$K = 1_t \times 1_e, \quad (1)$$

де  $K$  – загальний показник конкурентоспроможності підприємницьких структур;

$1_t$  – індекс конкурентоспроможності по всій продукції;

$1_e$  – індекс відносної ефективності.

Варто зазначити, що показник  $K$  є інтегральною числовою характеристикою конкурентоспроможності підприємницьких структур. Якщо

$K < 1$ , то суб'єкт господарювання, що аналізується, поступається іншому по конкурентоспроможності, якщо ж  $K > 1$ , то переважає. При рівній конкурентоспроможності  $K = 1$ .

Недоліком наведеної методики є проблемність розрахунку конкурентоспроможності сукупності продукції, що випускається, яка може включати десятки позицій.

Необхідно також відмітити метод конкурентного маркетингу. Він дозволяє з високою ступінню точності визначити конкурентоспроможність не тільки продукції, але і її виробника. В його основу покладений так званий «метод профілів» [8]. Даний метод полягає у:

- виявленні вимог споживача до товару;
- встановленні ієрархії параметрів в залежності від їх значимості для споживача;
- визначенні розмірності параметрів в межах діапазона значень, які в змозі помітити та оцінити споживач;
- вимірі техніко – економічних параметрів даного виробу і порівнянні його з виробом конкурентів.

Оцінка конкурентоспроможності по даній методиці здійснюється в три етапи.

По-перше, встановлюється ринок товару, що вивчається і аналізуються його особливості, в тому числі визначається наскільки продукція, що пропонується, відповідає уявленням споживачів про ідеальний товар.

По-друге, визначаються параметри, якими повинна володіти нова продукція, щоб її збут забезпечував максимальний дохід.

По-третє, аналізується діяльність підрозділу, який здійснює збут в порівнянні з діяльністю аналогічних підрозділів конкурентів. Подібний аналіз направлений на визначення часу реалізації товару і є основою заходів по його скороченню.

Але при всіх позитивних моментах розроблених західними вченими систем оцінки конкурентоспроможності підприємницьких структур, варто

врахувати, що нинішня система бухгалтерського обліку та статистичної звітності ще не адаптована до світової системи обліку. Крім того, в Україні на даний час інші темпи інфляції, свої способи її стримування, фази макроекономічного циклу, висока фондо-, енерго- і трудомісткість виробництва, недостатньо високі продуктивність праці, платоспроможний попит населення, несприятливий податковий, інвестиційний, фінансово-кредитний клімат. Тому деякі показники, що застосовуються для оцінки конкурентоспроможності суб'єктів господарювання в зарубіжних країнах, неможливо розрахувати, або їх оцінка буде неправдивою, що не дозволить провести якісний порівняльний аналіз із зарубіжними конкурентами.

В Україні на даний час розроблені методики визначення імовірності банкрутства для підприємств певних галузей, які можуть успішно використовуватись для оцінки конкурентоспроможності суб'єктів господарювання, зокрема методики визначення імовірності банкрутства для підприємств харчування [9], для підприємств торгівлі [9]. Цікавою, на мій погляд, є методика визначення рівня фінансового стану для суб'єктів підприємницької діяльності, яка розроблена Проскурою О.Ю. для підприємств державної форми власності, акціонерних товариств та для підприємств інших організаційно – правових форм [10].

Але найефективніше застосування для оцінки конкурентоспроможності суб'єктів господарювання може мати методика визначення рівня життєздатності для підприємств промисловості [9], яка включає розрахунок коефіцієнта життєздатності та застосування шкали визначення рівня життєздатності.

Економіко-математична модель визначення рівня життєздатності для підприємств промисловості має такий вигляд:

$$K_{ж.} = 1,0K_{п.л.} + 2,5K_{а.л.} + 2,86K_{м.в.к.} + 2,0K_{м.в.пр.} + 3,33K_{р.пр.}, \quad (2)$$

де  $K_{ж.}$  – коефіцієнт життєздатності промислових підприємств;

$K_{п.л.}$  – коефіцієнт поточної ліквідності;

$K_{а.л.}$  – коефіцієнт абсолютної ліквідності;



Км.в.к. – коефіцієнт маневреності власних коштів;

Км.в.пр. – коефіцієнт майна виробничого призначення;

Кр.пр. – коефіцієнт рентабельності продажу продукції.

Шкала визначення рівня життєздатності для підприємств промисловості автором рекомендується наступна (табл.1).

**Таблиця 1. Шкала визначення рівня життєздатності підприємств промисловості**

<b>Значення коефіцієнта життєздатності</b>	<b>Рівень життєздатності</b>
5,0 і вище	Високий
4,99 - 4,16	Середній
4,15 – 2,26	Низький
2,25 – нижче	Дуже низький

За допомогою даної методики працівники підприємств зможуть досить оперативно оцінити фінансовий стан свого підприємства. Це може сприяти зниженню ризиків в фінансових операціях суб'єктів господарювання, виявленню недоліків в господарській практиці та визначенню основних напрямків її покращення.

Оскільки рівень розвитку економіки Росії схожий певною мірою на рівень розвитку України, можна вітчизняним підприємствам рекомендувати оцінку конкурентоспроможності підприємницьких структур на основі обліку вагомості товарів та ринків, що розроблена російськими вченими [6]. Для цього використовується наступна формула:

$$\mathbf{K_{cx}} = \mathbf{a_i} \times \mathbf{b_j} \times \mathbf{K_{ij}}, \quad (3)$$

де  $\mathbf{K_{cx}}$  – показник конкурентоспроможності підприємницьких структур;

$\mathbf{a_i}$  – питома вага і-тої продукції підприємницьких структур в обсязі продажу за період, що аналізується, яка визначається за формулою:

$$\mathbf{a_i} = \mathbf{V_i} / \mathbf{V}, \quad (4)$$

де  $\mathbf{V_i}$  - обсяг продажу і-тої продукції підприємницьких структур за період, що аналізується;

$V$  – загальний обсяг продажу продукції підприємницьких структур за цей же період;

$b_j$  – показник значимості ринку, на якому реалізується продукція підприємницьких структур. Для промислово розвинених країн (США, Японія, країни Євросоюзу, Канада) значимість ринку дорівнює 1, для решти країн – 0,7, для внутрішнього ринку – 0,5.

$K_{ij}$  – значення конкурентоспроможності  $i$ -того товару на  $j$ -тому ринку. Даний показник розраховується за формулою:

$$K_{ij} = (E_i / E_{к.з.}) \times K_1 \times K_2 \times \dots \times K_n, \quad (5)$$

де  $E_i$  – ефективність  $i$ -того товару на конкретному ринку;

$E_{к.з.}$  – ефективність кращого зразка, який реалізується конкурентом на даному ринку;

$K_1, K_2, \dots, K_n$  – коригуючі коефіцієнти, які враховують конкурентні переваги.

Але дана методика призначена, в основному, для оцінки окремих аспектів конкурентоспроможності підприємницьких структур. Вона не забезпечує комплексної оцінки конкурентоспроможності, що передбачає аналіз впливу зовнішнього середовища і оцінку його внутрішніх можливостей.

Для вирішення даної проблеми можна запропонувати аналітично-порівняльний метод оцінки конкурентоспроможності. Його сутність складає три процеси.

По-перше, аналіз і виявлення найбільш реальних факторів формування конкурентоспроможності суб'єктів господарювання для умов, при яких вони функціонують.

По-друге, аналіз резервів формування конкурентоспроможності, визначення реальних можливостей і шляхів використання, а також розрахунок можливого рівня досягнення показників конкурентоспроможності.

По-третє, зіставлення рівнів цих показників з аналогічними характеристиками відомого конкурентоспроможного суб'єкта підприємницької діяльності – конкурента.

**Висновки.** Запропонований метод є, на мій погляд, основою для проведення рейтингової оцінки рівня конкурентоспроможності суб'єкта господарювання. Це, в свою чергу, дозволяє виявити не тільки його місце серед вітчизняних конкурентів, але і виявити за рахунок яких складових можна підвищити конкурентоспроможність, а також визначити, в чому полягають сильні та слабкі сторони конкурентів.

### *Список використаної літератури:*

1. Тридід О.М. Організаційно-економічний механізм стратегічного розвитку підприємства: Монографія. – Харків: Вид ХДЕУ, 2002. – 364с.
2. Воронкова А.Э. и др. Поддержка конкурентоспособного потенциала предприятия. // А.Э Воронкова, В.П. Пономарев, Г.И. Дибнис – К.: Техника, 2000. – 152с.
3. Багрова І.В., Аксьонова Л.О., Вакуліч А.М. Концепція заходів по підвищенню конкурентоспроможності сучасного підприємства // Економіка: проблеми теорії та практики. Збірник наукових праць. Вип.178. – ДНУ, 2003. - С.203 -207.
4. Нетреба І.О. Роль інформаційних систем управління в підвищенні конкурентоспроможності вітчизняних підприємств // Формування ринкових відносин в Україні : Збірник наукових праць. – К.: НДЕІ Міністерства економіки України, 2006. – Вип..1(56). – С.89-93.
5. Фатхутдинов Р.А. Стратегический менеджмент. Ученик. 5-ое узд. М.: Дело 2002. – 353с.
6. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: маркетинг, менеджмент. М.: Издательский центр «Маркетинг», 2002. – 892с.

7. Как продать товар на внешнем рынке: справочник / отв. ред. Савинов – М.: МИСЛЬ, 1999. – 57с.
8. О методах расчета конкурентоспособности // БИКИ. 1998. №17. –С4.
9. Мартиненко В.П. Стратегія життєздатності промислових підприємств: Монографія. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. -328с.
10. Проскура О.Ю. Антикризове управління підприємством // Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук, м. Харків – 2002. – 18с.