

Студент 4 курсу  
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

## **СУЧАСНІ МЕТОДИ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

*Анотація. Розглянуто поняття і суть конкурентоспроможності підприємства, проблеми та існуючі методики оцінювання конкурентоспроможності підприємства будівельної промисловості. Проаналізовано переваги та недоліки різних методик, що застосовуються у вітчизняній та зарубіжній практиці.*

*Аннотация. Рассмотрены понятие и суть конкурентоспособности предприятия, проблемы и существующие методики оценивания конкурентоспособности предприятия строительной промышленности. Проанализированы преимущества и недостатки разных методик, которые используются в отечественной и зарубежной практике.*

*Annotation. The concept and essence of the competitiveness of enterprises, problems and methods of evaluating the existing competitiveness of the enterprises of the construction industry have been regarded. The advantages and disadvantages of different techniques that are used in domestic and foreign practice have been analyzed.*

*Ключові слова: конкуренція, конкурентоспроможність підприємства, методи оцінки, рівень конкурентоспроможності.*

У сучасних умовах конкуренція є визначальним фактором впорядкування цін, стимулом інноваційних процесів (запровадження в виробництво нових винаходів та технологій). Вона сприяє витісненню з виробництва неефективних підприємств, раціональному використанню ресурсів, запобігає диктату виробників-монополістів щодо споживача.

Питання оцінки конкурентоспроможності підприємства розглядалися різними вченими, зокрема: Портером М. Е., Герчиковою І. Н., Градовим А. П., Калугіною З. А., Ліпсиц І. У., Діксоном П. Р., А. Селезневим, Адріановим В. Д., Зулькарпаєвим І. В., Ільсовою Л. Р., Долинською М. Г., Соловйовою І. А., Мисаковим В. С. та ін.

Актуальність дослідження конкурентоспроможності підприємства зростає в процесі формування ринкових відносин і створення конкурентного середовища, без якого говорити про конкурентоспроможність взагалі не має сенсу. У зв'язку з цим перед будь-якою організацією постає проблема стратегічного й тактичного управління розвитком здатності підприємства виживати в ринкових умовах.

Проблема конкурентоспроможності тісно пов'язана з проблемою продуктивності, ефективності господарської діяльності. Це обумовлено тим, що саме зростання ефективності є запорукою конкурентоспроможності підприємств.

Конкурентоспроможність підприємства можна охарактеризувати [1]:

як можливість тривалий час відстоювати власні домінуючі позиції в галузі завдяки наявності ефективної стратегії або здатність діяти в довгостроковому періоді на ринку та одержувати при цьому прибуток, достатній для науково-технічного вдосконалення виробництва, підтримки продукції на високому якісному рівні і стимулювання працівників;

як властивість виробничо-економічних систем (підприємств) змінювати траєкторію руху або режим функціонування в процесі збереження і розвитку вже наявних або створення нових конкурентних переваг.

Аналіз економічної літератури свідчить про наявність різноманітних визначень конкурентоспроможності підприємства, але у вітчизняній практиці переважає думка про те, що конкурентоспроможність підприємства пов'язана винятково з його поточним становищем на ринку, а критерієм конкурентоспроможності виступають лише кількісні фактори, такі, як відносна частка ринку, обсяги продажів, чистий прибуток, чиста поточна вартість тощо [1].

У закордонній практиці головними критеріями конкурентоспроможності підприємства вважаються якісно-цінові: високий технічний рівень, новизна, наукоємність, низькі витрати. Крім того, конкурентоспроможність розглядається як здатність підприємства до розвитку, до збереження існуючих і створення нових конкурентних переваг. У цьому випадку конкурентоспроможність розглядається не в статичній, не в певний момент часу, а в динаміці, у перспективі. Тому підвищення ефективності управління якістю продукції й витратами, а отже, й управління конкурентоспроможністю на сучасному етапі економічного розвитку, об'єктивно необхідно.

Політика держави в області конкуренції спрямована на те, щоб конкуренція могла виконувати свої функції. Керівний принцип "оптимальної інтенсивності конкуренції" як цілі політики в області конкуренції передбачає, що:

технічний прогрес швидко поширюється щодо виробництва (інновація під тиском конкуренції);

підприємства гнучко адаптуються до зміни умов, наприклад до потреб споживачів (адаптація під тиском конкуренції).

Рівень конкурентоспроможності підприємств в остаточному підсумку визначає рівень конкурентоспроможності економіки держави, оскільки безпосередньо бере участь у конкурентній боротьбі на внутрішніх і зовнішніх ринках. В умовах спаду виробництва проблема підвищення рівня конкурентоспроможності фірми стає особливо актуальною.

Рівень конкурентоспроможності підприємства можна визначати багатьма методами, такими, як: графічні, матричні, розрахункові та комбіновані (розрахунково-матричні, розрахунково-графічні) методи.

Кожний з них має свої переваги та недоліки.

Найбільш обґрунтованим є використання методу інтегральної оцінки конкурентоспроможності на основі розрахунку таких груп показників:

1. Ефективності виробничої діяльності підприємства (витрати на виробництво одиниці продукції, фондівіддача, рентабельність товару, продуктивність праці).

2. Фінансового стану підприємства (коефіцієнт автономії, коефіцієнт платоспроможності, коефіцієнт абсолютної ліквідності, коефіцієнт оборотності обігових коштів).

3. Ефективності організації збуту та просування товарів (рентабельність продажу, коефіцієнт затовареності готовою продукцією, коефіцієнт завантаження виробничих потужностей, коефіцієнт ефективності реклами і засобів стимулювання збуту).

4. Конкурентоспроможності товару (якість товару, ціна товару).

У зв'язку з тим, що кожний з цих показників має різний ступінь важливості для розрахунку коефіцієнта конкурентоспроможності підприємства ( $K_{кл}$ ), експертним шляхом були визначені коефіцієнти значущості критеріїв.

Розрахунок критеріїв і коефіцієнта конкурентоспроможності підприємства проводиться за формулою середньозваженої арифметичної.

Коефіцієнт конкурентоспроможності підприємства ( $K_{кл}$ ) розраховується за формулою:

$$K_{кл} = 0,15E_B + 0,29\Phi_{п} + 0,23E_3 + 0,33 K_T, \quad (1)$$

де  $E_B$  – значення критерію ефективності виробничої діяльності підприємства;

$\Phi_{п}$  – значення критерію фінансового стану підприємства;

$E_3$  – значення критерію ефективності організації збуту і просування товару на ринку;

$K_T$  – значення критерію конкурентоспроможності товару;

0,15; 0,29; 0,23; 0,33 – коефіцієнти вагомості критеріїв [2].

Критерій ефективності виробничої діяльності ( $E_B$ ) розраховується за формулою:

$$E_B = 0,31B - 0,19\Phi + 0,40P_{п} + 0,10П, \quad (2)$$

де  $B$  – відносний показник витрат виробництва на одиницю продукції;

$\Phi$  – відносний показник фондівіддачі;

$P_{п}$  – відносний показник рентабельності продукції;

$П$  – відносний показник продуктивності праці;

0,31; 0,19; 0,40; 0,10 – коефіцієнти вагомості показників.

Критерій фінансового стану діяльності підприємства ( $\Phi_{п}$ ) розраховується за формулами:

$$\Phi_{п} = 0,29K_A + 0,20 \cdot K_{п} + 0,36 K_{л} + 0,15 K_{\alpha}, \quad (3)$$

де  $K_A$  – відносний показник автономії підприємства;

$K_{п}$  – відносний показник платоспроможності підприємства;

$K_{л}$  – відносний показник ліквідності підприємства;

$K_{\alpha}$  – відносний показник оборотності обігових коштів;

0,29; 0,20; 0,36; 0,15 – коефіцієнти вагомості показників;

$$E_3 = 0,37P_{п} + 0,29K_{зат} + 0,21 K_{звл} + 0,14K_P, \quad (4)$$

де  $E_3$  – критерій ефективності організації збуту і просування товару;

$P_{п}$  – відносний показник рентабельності продажів;

$K_{зат}$  – відносний показник затовареності готовою продукцією;

$K_{звл}$  – відносний показник завантаження виробничих потужностей;

$K_P$  – відносний показник ефективності реклами і засобів стимулювання збуту;

0,37; 0,29; 0,21; 0,14 – коефіцієнти вагомості показників [2].

Запропонований метод є досить простим у використанні, не потребує великого масиву вхідної інформації та допомагає виявити й показати сильні і слабкі сторони підприємства, а також охоплює всі найбільш важливі оцінки господарської діяльності підприємства; дозволяє швидко та об'єктивно отримати картину становища підприємства на галузевому ринку.

Результати оцінки конкурентоспроможності підприємств на основі розрахунку показників методом інтегральної оцінки показали, що конкурентоспроможність підприємств олійно-жирової галузі знаходиться на середньому рівні за рахунок зменшення показників фінансового стану підприємства та маркетингової діяльності.

Такі результати демонструють, що підприємствам необхідно більше приділяти уваги таким напрямкам підвищення конкурентоспроможності, як:

розширення асортименту продукції;

активізація рекламної діяльності в засобах масової інформації;

стимулювання продажів за рахунок проведення маркетингових заходів.

Своєчасне виявлення сильних та слабких сторін підприємства за допомогою використання наведеної методики є важливим фактором підвищення конкурентоспроможності підприємств будівельної галузі як на національному, так і закордонному ринках.

Підсумовуючи проблеми підприємств, що конкурують між собою на ринку, надамо такі рішення щодо їх подолання та збільшення конкурентоспроможності підприємств:

ефективний контроль і постійне відновлення виробничої складової, застосування сучасних техніки й технологій на виробництві, використання енерго- та ресурсозберігаючих технологій; збільшення витрат на НДДКР;

управління вхідними та вихідними інформаційними потоками (про стан ринку, діяльність конкурентів, потреби і бажання споживачів) для більш ефективного прийняття рішень;

впровадження ефективної політики ресурсозабезпечення;  
контроль фінансового стану підприємства, управління інвестиціями;  
ефективне управління трудовим потенціалом підприємства, вивчення психологічних факторів і їх впливу на діяльність співробітників;  
розробка довгострокових і короткострокових стратегій, планування й прогнозування діяльності, поліпшення системи управління підприємством.

*Наук. керівн. Калмін І. В.*

---

**Література:** 1. Азоев Г. Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика : монография / Азоев Г. Л. – М. : Центр экономики и маркетинга, 1996. – 208 с. 2. Лифиц И. М. Теория и практика оценки конкурентоспособности товаров и услуг : учебн. пособ. / И. М. Лифиц. – М. : Юрайт-М, 2001. – 224 с. 3. Азоев Г. Л. Конкурентные преимущества фирмы : монография / Азоев Г. Л., Челенков А. П. – М. : ОАО "Типография "НОВОСТИ", 2000. – 256 с. 4. Борисенко З. М. Основы конкурентной политики : учебник / Борисенко З. М. – К. : Таксон, 2004. – 704 с. 5. Портер М. Международная конкуренция : учебн. пособ. / Портер М. – М., 1994. – 316 с.