

ОСНОВНІ ПІДХОДИ ЩОДО ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Анотация. Розглянуто основні підходи щодо оцінки конкурентоспроможності сучасних підприємств, виділено існуючі показники оцінки конкурентоспроможності підприємств, а також опрацьовано їх переваги та недоліки.

Аннотация. Рассмотрены основные подходы к оценке конкурентоспособности современных предприятий, выделены существующие показатели оценки конкурентоспособности предприятий, а также проработаны их преимущества и недостатки.

Annotation. The main approaches to assess the competitiveness of modern enterprises, selected existing indices measure the competitiveness of enterprises, and worked their advantages and disadvantages was considered.

Ключові слова: конкурентоспроможність підприємства, підходи, показники конкурентоспроможності.

Загострення кризових явищ в Україні сприяє посиленню та розвитку конкурентної боротьби. Результати конкурентної боротьби значною мірою залежать від рівня конкурентоспроможності окремих підприємств.

З розвитком ринкових відносин у світі, за умов загострення конкурентної боротьби, питанням оцінки конкурентоспроможності приділяється значна увага. Вагомий теоретичний внесок було зроблено такими науковцями, як М. Фатхутдінов, М. Портер, Ю. Іванов.

Метою даної статті є дослідження існуючих підходів за різними напрямками оцінки конкурентоспроможності підприємства та оцінки перспектив їх використання.

Конкурентоспроможність підприємства є агрегованим показником потенційних можливостей усіх структурних одиниць та елементів потенціалу підприємства, а також його здатності оперативно реагувати та пристосовуватися до чинників мінливого зовнішнього середовища. Потрібно зазначити, що єдиної методики оцінки конкурентоспроможності підприємства на сьогодні немає, що зумовлено передусім неоднозначністю трактування самого поняття конкурентоспроможності. Визначення конкурентоспроможності підприємства може проводитися з використанням якісних та кількісних методик оцінювання.

Якісні методи оцінювання здебільшого мають низький ступінь математичної формалізації, їм властива трудомісткість реалізації та дискретність оцінки. Вони не дають можливості використовувати оцінку конкурентоспроможності в процесі аналізу та визначення пріоритетних напрямів посилення конкурентних позицій на ринку. Кількісні методи дають змогу оцінювати реальні шанси суб'єкта господарювання у конкурентній боротьбі за привабливі стратегічні зони господарювання та приймати виважені, з тактичного та стратегічного погляду, управлінські рішення.

На основі аналізу наукових праць у сфері оцінки конкурентоспроможності підприємства всю сукупність підходів оцінювання можна об'єднати у групи:

1) підходи на основі традиційного методу оцінювання конкурентоспроможності товару. Підходи цієї групи передбачають розрахунок одиничних і групових показників. На першому етапі оцінювання виділяють найбільш важливі для споживача характеристики товару: споживчі та економічні. На основі порівняння характеристик базової моделі та досліджуваного зразка визначають одиничні показники конкурентоспроможності. Далі всередині кожної групи критеріїв здійснюють ранжування показників за ступенем їхньої значущості для споживача. Потім розраховують групові показники зведеного індексу конкурентоспроможності за споживчими й економічними властивостями та інтегральний показник конкурентоспроможності продукції;

2) матричні підходи, в основі яких лежить побудова та аналіз двовимірних матриць. Ці матриці будуються за принципом системи координат, на одній з осей якої позначають показники оцінювання стану або перспектив розвитку ринку, галузі, стратегічної зони господарювання, а на іншій – показники конкурентоспроможності відповідних їм напрямів бізнесу;

3) маркетинговий підхід, який передбачає врахування не лише вимог споживача до характеристик продукції, а й оцінювання сукупності чинників, які визначають ефективність усієї маркетингової діяльності підприємства загалом. До таких чинників належать оперативність системи постачання, організація сервісу та гарантійного обслуговування, репутація підприємства та інші [1].

Важливо наголосити, що на сьогодні не існує єдиного загальноприйнятого та визнаного провідними науковцями концептуального підходу щодо оцінки конкурентоспроможності суб'єкта господарювання, що зумовлює відсутність єдиної методики щодо визначення рівня конкурентоспроможності і спричиняє, у свою чергу, розгалуженість показників конкурентоспроможності й унеможлиблює використання їх на рівні суб'єктів господарювання. Таким чином, на сьогодні, існує нагальна потреба у вивченні існуючих показників оцінки конкурентоспроможності за виділеними напрямками і систематизація їх відповідно до обраних характеристик конкурентоспроможності підприємства запропонованої автором концепції. Розглянемо основні з них.

показник конкурентоспроможності товару, конкурентоспроможність продукції на конкретному ринку, частка одиниці. Для оцінки конкурентоспроможності підприємства також пропонується розраховувати коефіцієнт конкурентоспроможності продукції, що являє собою відношення ціни виробу до ціни еталону. На рівні підприємства формула дещо змінюється і коефіцієнт конкурентоспроможності становить суму співставлень цін кожного з виробів, за асортиментом продукції, що випускається підприємством, з ціною на відповідний еталон.

При дослідженнях конкурентоспроможність підприємства через його переваги у конкурентній боротьбі наголошують, що в будь-який момент у центрі конкуренції можуть опинитись один або відразу декілька наступних показників, а саме: ціна, новизна, номенклатура, технічна складність, витрати, послуги споживачам, стимулювання збуту, гарантії, стиль. Також пропонується використовувати такі показники: частка ринку, що належить підприємству у виробництві певного виду продукції, темп зростання частки ринку як порівняння темпів зростання обсягів виробництва підприємства (чи конкретного товару) до відповідних темпів зростання галузі, рентабельність. Також для оцінки та порівняння варіантів виходу на світовий ринок враховувать такі ключові характеристики конкурентоспроможності підприємства: платоспроможність, прибутковість, стратегія, адаптивність, фінансова та управлінська прозорість, керованість бізнесу, інвестиційна привабливість. Також визначають конкурентоспроможність підприємств через оцінку переваг за такими показниками: ринкова частка, ринкова ціна, а також основні показники господарсько-фінансової діяльності (продуктивність праці, рентабельність).

Для оцінки конкурентоспроможності підприємств пропонується визначати та аналізувати, в розрізі ефективності їх діяльності, показники стратегії розвитку останніх, а саме: динаміку активів, динаміку продажу і динаміку прибутків. Певний рівень ефективності роботи для виходу на міжнародний конкурентний ринок можна вимірювати такими показниками, як: величина прибутку, рівень рентабельності, показники якості тощо.

Важливо відзначити, що запропоновані вище показники оцінки конкурентоспроможності підприємства є слушними, але вони розглядаються окремо один від одного і не дають системного уявлення про стан суб'єкта господарювання для розуміння його конкурентоспроможності. Доцільно наголосити, що окремі із запропонованих показників можуть бути, у разі потреби, використані в запропонованій автором концепції, а саме: витрати, частка ринку, величина прибутку, прибутковість, рівень рентабельності, динаміка активів, динаміка продажу й динаміка прибутків та ін.

Найбільш слушним та доречним є четвертий багатоаспектний напрям, при якому досліджують конкурентоспроможність підприємства у розрізі різних площин та критеріїв, залежно від мети оцінки. Важливо відзначити, що саме представники зазначеного напрямку пропонують велику кількість показників, яка значно коливається, як у рамках даного напрямку, так і за його межами [2].

Після проведення теоретичного дослідження основних підходів оцінки конкурентоспроможності підприємств визначили, що існує багато різних течій, при яких пропонується використання різних критеріїв, яким притаманні відповідні показники, кількість яких різниться. Також було встановлено, що деякі з них можуть бути удосконалені відповідно до вимог часу та різних різних концепцій.

Наук. керівн. Матвієнко-Біляєва Г. Л.

Література: 1. Рибницький Д. О. Сучасні підходи до оцінювання конкурентоспроможності підприємства [Електронний ресурс] / Рибницький Д. О. – Режим доступу : <http://nbuv.gov.ua>. 2. Рзаєв Г. І. Показники оцінки конкурентоспроможності підприємств, їх переваги та недоліки [Електронний ресурс] / Рзаєв Г. І. – Режим доступу : <http://nbuv.gov.ua>. 3. Фатхутдинов Р. А. Конкурентоспособность : экономика, стратегия, управление [Текст] : учебное пособие / Фатхутдинов Р. А. – М. : ИНФРА-М. – 2000. – 312 с. 4. Портер М. Э. Конкуренция [Текст] : учебное пособие / Портер М. Э. – М. : Изд. дом "Вильямс", 2003. – 496 с. 5. Иванов Ю. Б. Конкурентні переваги підприємства: оцінка формування та розвиток [Текст] : монографія / Иванов Ю. Б., Орлов П. А., Иванова О. Ю. – Х. : ВД "ІЖЕК", 2008. – 352 с.