

Л.В. Лощина Державний вищий навчальний заклад «Українська академія банківської справи Національного банку України»

В.М. Мілашенко Полтавський інститут бізнесу Міжнародного науково-технічного університету імені академіка Ю. Бугая

Методика комплексної оцінки конкурентоспроможності підприємств

У статті досліджуються сучасні підходи щодо оцінки конкурентоспроможності підприємств. Розроблено методику комплексної оцінки конкурентоспроможності підприємств на основі інтегрального показника, що дозволяє швидко та ефективно приймати рішення стосовно впровадження конкурентних переваг підприємства на ринку.

Modern approaches towards estimation of competitiveness of enterprises are described in the article. The method of complex estimation of competitiveness of enterprises is developed on the basis of integral index. That allows quickly and effectively to make decisions in relation to introduction of competitive edges of enterprise at the market.

Ключові слова: методика, конкретні переваги, конкурентоспроможність, інтегральний показник.

Постановка проблеми. Проблема оцінки конкурентоспроможності підприємства передбачає визначення основних функцій конкуренції, до яких належать: визначення ринкової вартості товару у процесі конкурентної боротьби; стимулювання впровадження досягнень науково-технічного прогресу у виробництво як засобу підвищення життєздатності підприємства та отримання переваг над конкурентами; сприяння вибору найефективніших форм власності та господарювання; формування високоефективних конкурентних структур ринку. Мінливі конкурентні умови потребують від підприємств вчасного відповідного реагування на зміни, що відбулися [3, с. 15]. Конкуренція є визначальним фактором впорядкування цін, стимулом інноваційних процесів (запровадження у виробництво нових винаходів та технологій). Вона сприяє витісненню з виробництва неефективних підприємств, раціональному використанню ресурсів, запобігає диктату виробників монополістів по відношенню до споживача.

Стратегія розвитку кожного підприємства передбачає визначення тих сфер діяльності, де воно має вищий ресурсний потенціал та найефективніше його використовує. Міцність та сталість конкурентної позиції підприємства напряму залежить від структури його капіталу. Підприємство спрямовує свої зусилля на створення конкурентних переваг з метою отримання прибутку, висока норма якого приваблює конкурентів. Рішення нових гравців щодо вступу в галузь, як і рішення підприємств, що захищають свої позиції залежать від того, наскільки стратегія підприємства забезпечена ресурсами.

Підприємство, яке не оптимізує структуру капіталу, не відслідковує грошові потоки, не аналізує інвестиційну діяльність та не формує фінансових прогнозів ризикує залишитися без сприятливих за ціною внутрішніх та зовнішніх джерел фінансування, і як результат – втрата конкурентоспроможності.

У складному, динамічному і невизначеному середовищі підприємству потрібна гнучка система управління, ефективна виробнича система, вміння протистояти конкурентам. У зв'язку з цим, особливого значення набуває проблема створення, реалізації та підтримки існуючих конкурентних переваг підприємства, які, власне, й забезпечують його конкурентоспроможність.

Нині, також спостерігається значне підвищення ролі нововведень в економічному розвитку. Ефективність використання запозичених технологій помітно знизилася тому, що скоротився термін старіння розробленої технології. За таких обставин головним джерелом конкурентних переваг окремих підприємств стала здатність до здійснення нововведень, а на макроекономічному рівні – стимули до інвестування в інноваційний розвиток.

Слід зауважити, що в сучасних умовах нововведення можуть приносити суттєву вигоду тим, хто їх здійснює, за неодмінного дотримання жорстких часових обмежень. Це передбачає вкладення критично необхідного обсягу ресурсів у проект в стислі терміни. Брак ресурсів, передусім інвестиційних, часто призводить до небажаних результатів. Очевидно, що навіть жорстокої конкуренції при цьому активно сприяє впровадженню інновацій.

Враховуючи вищесказане комплексна оцінка конкурентоспроможності підприємств дозволить своєчасно виявляти проблемні сфери їх діяльності та вживати заходи щодо виправлення ситуації.

Аналіз останніх публікацій. Посилення конкурентної боротьби на глобальному і локальному ринках вимагає від господарюючих суб'єктів утримання конкурентних переваг, тому ця проблема є найактуальнішою. Дослідженню теоретичних проблем конкуренції, конкурентних стратегій, конкурентоспроможності, конкурентних переваг підприємств та методів їх оцінки присвячені праці відомих закордонних і вітчизняних вчених (зокрема, Д.Аакера, Г.Азоева, О.А. Амоші, У.Бролля,

Дж. Ванека, А. Гальчинського, В. Гейця, А.Градова, Д. Довганя, К. Ерроу, Н. Задорожної, О. Зозульова, Ю. Іванова, Т. Комісарової, І. Кравіса, Ж.-Ж. Ламбена, Т. Льовітта, В. Немцова, М. Перлітта, М. Познера, М. Портера, В. Прем'єра, Ф. Хайєка, А. Челенкова, М. Чумаченка, Й. Шумпетера, В. Юданова).

Так, Портер виокремив основні сили конкуренції на ринку. Ф. Хайєк довів, що конкуренція стимулює розвиток підприємств та розкриває їх потенціал. І. Багієв, аналізуючи маркетингове середовище, визначив його важливу складову - конкурентне середовище, яке впливає на діяльність підприємств та змінює результати їх функціонування.

Аналіз сучасних підходів щодо оцінки конкурентоспроможності підприємства, дає змогу виділити три основні групи методів оцінки стосовно використання підприємницького досвіду.

До першої групи слід віднести методичні розробки, сформовані без урахування думок практиків. Такі методи формуються науково-аналітичним шляхом. Ряд науковців пропонують індикаторний метод оцінки конкурентоспроможності підприємства за економічними та соціальними стандартами.

Більшість аналізованих методик оцінки належить до другої групи - на певному етапі дослідження залучають думки фахівців-практиків (переважно шляхом використання експертних оцінок). Отримані результати осереднюють і зважують на питому вагу окремих показників. При цьому набір компонентів оцінки залежить від цілей дослідження. Такі методи мають низку переваг: порівняно більший набір показників оцінки, який може змінюватися залежно від мети; залучення тих експертів, що знаються на конкретному предметі аналізу; наявність готових алгоритмів і простота розрахунків.

До третьої групи методів слід віднести практичні дослідження, що базуються переважно на досвіді сучасних підприємств, але частіше вони стосуються конкурентоспроможності товарів, а не підприємств.

Таким чином, прикладом оцінки конкурентоспроможності підприємства, побудованої з переважним використанням практичного досвіду підприємств, є метод, в основі якого лежить аналітична оцінка результатів діяльності підприємств.

На жаль, подібних практичних досліджень з урахуванням досвіду фахівців недостатньо. В той же час він міг би стати корисним для розробки дійсно дієвих методів оцінки.

Інший підхід до класифікації методів оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства можуть бути об'єднані в наступні дев'ять груп:

- методи, засновані на аналізі порівняльних переваг;
- методи, що базуються на теорії рівноваги фірми і галузі;
- методи, побудовані на основі теорії ефективної конкуренції;
- методи, засновані на теорії якості товару;
- матричні методи оцінки конкурентоспроможності;
- інтегральний метод;
- метод, заснований на теорії мультиплікатора;
- метод визначення позиції в конкуренції з погляду стратегічного потенціалу підприємства;
- методи, засновані на порівнянні з еталоном.

Все це свідчить, що питання комплексної оцінки конкурентоспроможності та формування конкурентних переваг підприємства потребують подальшої розробки.

Невирішені частини загальної проблеми. Незважаючи на зростаючий обсяг наукових досліджень, консенсусу серед вчених щодо економічної сутності конкурентоспроможності досі не досягнуто. Експлікація цього явища здійснюється переважно шляхом опису конкретних форм його прояву ("конкурентоспроможних" виробів, технологій, систем збуту, постачання, цін, витрат) — усього того, що може бути визначено частковими моделями, які відображають поверхову, а не глибинну сутність явища. Наслідком цього стає те, що українські підприємства здатні працювати лише у конкретній ситуації зі звуженим полем ефективної дії.

Це породжує деформований зміст самої теорії конкурентоспроможності. Що стосується теоретичних підходів до визначення конкурентних переваг то вони доповнюють один одного, але недостатньо, тому що кожний з авторів розглядає дане поняття під різним кутом зору. Внаслідок цього, не досить вивченими залишаються проблеми методології та методики комплексної оцінки конкурентоспроможності підприємства за допомогою інтегрального показника.

Метою дослідження є узагальнення та розвиток теоретичних і методичних підходів до комплексної оцінки конкурентоспроможності та формування конкурентних переваг промислових підприємств.

Основні результати дослідження. Аналіз існуючих в економічній літературі підходів дозволив визначити, що конкурентна перевага являє собою відносну категорію, яка проявляється у конкурентному середовищі, характеризується певною стійкістю та ефективністю, властивістю адаптуватися до мінливих умов і визначає можливість більш ефективного функціонування підприємства порівняно з конкурентами.

В найбільш узагальненому вигляді поняття «конкурентні переваги» відображає визначення Г.Азоева, який під конкурентними перевагами розуміє «концентровані прояви переваги над конкурентами в

економічній, технічній, організаційній сферах діяльності підприємства, які можна виміряти економічними показниками» [1]. Саме на теорії конкурентної переваги, розробленої М.Портером [7, 8], базується визначення конкурентоспроможності підприємства.

М. Портер докладно проаналізував різні підходи до пояснення причин конкурентоспроможності окремих підприємств і дійшов висновку, що наявність конкурентних переваг підприємства як на внутрішньому, так і на світовому ринку багато в чому залежить від факторів, які сформувалися в країні базування підприємства. Рівень конкурентних переваг підприємства в кожен конкретний момент часу визначається спільним впливом взаємопов'язаних і взаємозалежних факторів, які можуть бути представлені у вигляді системи. Розглядаючи такі фактори, як наявність робочої сили, достаток природних ресурсів, протекціоністська стратегія уряду стосовно вітчизняних підприємств, розбіжності у практиці управління підприємствами та ін., М. Портер дійшов висновку, що жоден з них, узятий окремо, не дозволяє досить переконливо відповісти на запитання, що ж саме визначає успіх чи поразку підприємства в конкуренції.

На жаль, вітчизняні вчені не дійшли єдиної думки стосовно забезпечення конкурентоспроможності підприємств, а праці західних авторів написані стосовно умов функціонування сформованої ринкової економіки і не враховують проблем адаптації вітчизняних підприємств до нестабільності економіки. У зв'язку з цим нові умови існування підприємств України вимагають дотримання деяких вимог до критеріїв та показників оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства. Показник конкурентоспроможності повинен відображати не тільки сучасний стан підприємства, а і тенденції його розвитку; бути стійким до змін кон'юнктури ринку; мати практичне застосування; не залежати від рівня монополізму підприємств. Водночас найбільш конкурентоспроможними будуть ті підприємства, на яких найкраще організована робота всіх відділів, підрозділів та служб. В свою чергу, на ефективність роботи підрозділів підприємства впливають різноманітні фактори. Однак, на жаль, питання щодо діагностики факторів, які визначають умови для створення і підтримки конкурентних переваг підприємства і одночасно відповідають вимогам конкурентного середовища та особливостям національної економіки, розглянуті недостатньо.

Діагностика конкурентних переваг є мірилом ефективності управління ними, у зв'язку з цим необхідно визначати як рівень розвитку кожної внутрішньої конкурентної переваги, так і рівень сукупності конкурентних переваг підприємства.

Динамічний характер впливу факторів зовнішнього і внутрішнього середовища на виробничі процеси, а також таке складне явище, як конкурентоспроможність, потребує її комплексної оцінки. Отже, для врахування впливу взаємодії внутрішнього і зовнішнього середовища підприємства на результати його діяльності необхідний аналіз факторів, які визначають умови для створення і підтримки конкурентних переваг підприємства.

Дослідження існуючих підходів до оцінювання конкурентоспроможності підприємства показав, що вони мають ті чи інші недоліки, які заважають їхньому використанню на практиці, а саме:

- різні підходи до вибору системи показників для оцінки конкурентоспроможності дають результати, які протирічать один одному;

- використання для визначення інтегрального показника конкурентоспроможності підприємств таких методів як додавання або множення індивідуальних показників, що входять в систему, приводять до того, що отриманий показник не має економічного сенсу. У зв'язку з цим, для розрахунку інтегрального показника конкурентоспроможності підприємства слід застосовувати методи багатовимірної аналізу, які дозволяють за сукупністю індивідуальних показників отримати інтегральний показник, а саме метод відстаней [6]. При цьому умовою використання даного методу є стандартизація значень економічних показників, які входять до матриці досліджень і розподіляються на дві групи: стимулятори і дестимулятори. До стимуляторів належать показники, зростання яких є бажаним, а до дестимуляторів - показники з протилежною властивістю.

Таким чином, розподіл показників на дві групи дає можливість сконструювати так званий еталонний показник, що характеризується максимальними значеннями показників - стимуляторів і мінімальними значеннями показників - дестимуляторів. Після визначення відстаней c_{io} між показником, що аналізується і еталонним показником визнається інтегральний показник y_i за формулою :

$$y_i = 1 - c_{io} / c_o, \quad (1)$$

де

$$c = \bar{c}_o + 2S_o; \quad \bar{c}_o = \sum_{i=1}^n c_{io} / n; \quad S_o = \left[\sum_{i=1}^n (c_{io} - \bar{c}_o)^2 / n \right]^{1/2}$$

n - кількість показників;

S_0 - відстань між n - ним показником системи та еталонним показником.

Значення інтегрального показника змінюється в інтервалі від нуля до одиниці. Чим ближче значення y_i до 1 тим вище конкурентоспроможність підприємства.

Система показників, яка пропонується для комплексної оцінки конкурентоспроможності підприємства повинна відповідати таким вимогам:

- включати показники, що характеризують конкурентоспроможність за всіма складовими;
- забезпечувати можливість порівняння показників, які використовуються для аналізу на різних підприємствах;
- спрямовуватися на виконання підприємством поточних та перспективних задач;
- має бути узгоджена з існуючою на підприємстві звітністю;
- витрати на збір та обробку інформації згідно обраної системи показників повинні бути мінімальними.

Таким чином, на нашу думку, для визначення конкурентоспроможності підприємства, до системи показників за різними складовими слід віднести наступні показники:

- за ефективністю виробничої діяльності: витрати виробництва на одиницю продукції, фондівіддача, рентабельність продукції, продуктивність праці;
- за фінансовим станом підприємства: коефіцієнт автономії, коефіцієнт платоспроможності, коефіцієнт абсолютної ліквідності, коефіцієнт оборення обігових коштів;
- за ефективністю організації збуту: рентабельність продажів, коефіцієнт завантаження виробничих потужностей, коефіцієнт ефективності реклами та засобів стимулювання збуту;
- за конкурентоспроможністю продукції: якість продукції, ціна продукції, умови платежу, строк поставки, рівень гарантійного і сервісного обслуговування на всіх етапах життєвого циклу;
- за конкурентоспроможністю персоналу: кваліфікація, досвід роботи, стаж, освіта, витрати на персонал.

Проблема підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства в умовах подальшого розвитку економіки пов'язана насамперед із завоюванням й утриманням конкурентних переваг - ключових факторів успіху підприємства в конкурентній боротьбі. У процесі конкурентної боротьби учасники переслідують однакові цілі - максимізація прибутку за рахунок завоювання переваг споживачів. Однак, способи й шляхи досягнення цієї загальної мети різні. Тому в конкурентній боротьбі перемагає той, хто раніше від інших домогся певних конкурентних переваг і захопив стійкий сегмент ринку. Але завоювання переваг - це тільки початок, набагато складніше втриматися на ринку, зберігаючи свої первісні позиції. Особливої гостроти ця проблема досягає в умовах посилення інтенсивності конкуренції на окремих ринках, де від виробників продукції вимагається постійно відслідковувати зміни попиту, вартості сировинних ресурсів, а питання рентабельності активів прямо залежить від ступеня використання новітніх підходів у сфері стратегічного розвитку.

Для реалізації ефективної стратегії досягнення конкурентних переваг підприємства потрібен відповідний рівень розвитку управлінської системи, здатної забезпечити інтеграцію функціональних сфер діяльності підприємства. Досягнення взаємодії й узгодженості впроваджуваних заходів у кожній із сфер діяльності підприємства повинно бути спрямоване на системне управління.

Конкурентні переваги здобуваються двома способами:

- 1) забезпеченням високої якості товару, вищої, ніж у інших товарів тієї ж цінової категорії;
- 2) зниженням ціни товару нижче, ніж у інших товарів того ж гатунку.

Тому в якості конкурентних переваг можна виділити наступні:

- поліпшення якості продукції за рахунок введення в експлуатацію модернізованих зразків виробів;
- знижених питомих витрат на виробництво продукції. Якщо витрати на забезпечення необхідного рівня конкурентоспроможності не відповідають наявним ресурсам підприємства, то необхідно або знизити вимоги до товару, або відмовитися від його виробництва. Якщо ж можливості підприємства дозволяють, то можна спробувати досягти щонайвищого на ринку рівня конкурентоспроможності і, таким чином, забезпечити підприємству конкурентну перевагу;

- поліпшення іміджу підприємства за рахунок застосування системи менеджменту;
- поліпшення якості продукції та зменшення відходів виробництва. Якість товару (корисний ефект) пропонується визначати наступними типовими показниками: показники призначення; показники надійності; показники екологічності; показники ергономічності; показники естетичності (дизайну); показники технологічності; показники стандартизації й уніфікації; показники патентної чистоти й патентоспроможності; показники сумісності й взаємозамінності; показники безпеки;

- здійснення маркетингових заходів за рахунок проведення виставок, рекламної компанії в пресі і досліджень попиту та пропозиції товарів на ринку;

- підвищення кваліфікації працюючих;

- освоєння нової продукції. При цьому кожен товар, пропонується на ринок, фактично проходить там перевірку на ступінь задоволення суспільних потреб, тобто кожен покупець, як правило, купує той товар, який більше задовольняє його особисті потреби, а маса покупців - той, який повніше відповідає суспільним потребам, ніж товари-конкуренти. Оцінка конкурентоспроможності продукції базується на аналізі широкого кола показників, адекватно тих, що відображають кількісні, якісні і вартісні характеристики виробу. Узгодженість цих показників з метою отримання узагальненого критерію для порівняння з іншими виробами - складне і трудомістке завдання, яке дозволяє забезпечити баланс ринкових запитів споживачів продукції і вибрати основні заходи щодо підвищення її конкурентоспроможності;

- поліпшення умов праці та як наслідок - зменшення захворюваності працюючих при впровадженні нової технології, результатом чого є економічний ефект у вигляді річної економії витрат пов'язаних з виплатою допомоги з тимчасової непрацездатності за рахунок підприємства.

ВИСНОВКИ

Конкуренція є насамперед змагальною взаємодією суб'єктів господарювання, яка супроводжується процвітанням одних і занепадом або банкрутством інших. Економічні суб'єкти входять у єдиний простір ринкової взаємодії зі своїми приватними інтересами і «виходять» з нього з цілком нерівноцінними й часто неочікуваними результатами (доходами або збитками). Непередбачуваність цих результатів породжується не тільки анархічною реалізацією суспільного виробництва, а й нерівною здібністю різних індивідів і організацій ефективно використовувати систему співробітництва для реалізації своїх цілей. Отже сучасна конкуренція потребує нових підходів до її дослідження.

Запропонована нами методика комплексного оцінювання конкурентоспроможності підприємства на основі інтегрального показника має необмежені можливості для вдосконалення і пристосування до конкретних вимог. Вона включає оптимальний перелік показників, які дозволяють об'єктивно вимірювати складові конкурентоспроможності підприємства, встановити динаміку і взаємозв'язок загальних та індивідуальних тенденцій його розвитку. В той же час вона підвищує науково-теоретичну обґрунтованість прийняття рішень стосовно перспектив формування конкурентних переваг підприємства і може бути корисною для подальшого вдосконалення організації його діяльності.

Література

1. Азоев, Г. Л. Конкурентне переваги фірми [Текст] / Г. Л. Азоев, А. П. Челенков. – М.: Типографія Новості, 2000. – 205 с.
2. Грішнова, О., Конкурентоспроможність персоналу підприємства: критерії визначення та показники вимірювання [Текст] / Грішнова О., Шпирко О. // Україна: аспекти праці. – 2004. – №3. – С. 3 – 9.
3. Должанський, І. З. Конкурентоспроможність підприємства [Текст]: навчальний посібник / Должанський І.З., Загорна Т.О. К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 384 с.
4. Задорожна, Н. Поняття конкурентних переваг [Текст] / Задорожна Н. // Підприємство, господарство і право. – 2005. – №1. – С. 100 – 103.
5. Зозульов, О. Про посилення конкурентних переваг підприємства [Текст] / Зозульов О. // Економіка України. – 2003. – №8 (501). – С. 33 – 38.
6. Плюта, В. Сравнительный многомерный анализ в экономических исследованиях [Текст]: пер. с пол. / Плюта В. – М.: Статистика, 1980. – 152 с.
7. Портер, М. Конкурентное преимущество: как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость [Текст] / М. Портер. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. – 715 с.
8. Портер, М. Стратегія конкуренції [Текст] / М. Портер. – К.: Основи, 1997 – 390 с.
9. Теоретичні основи конкурентної стратегії підприємства: монографія / за ред. Іванова Ю. Б., Тищенко О. М., - Х.: ІНЖЕК, 2006. – 384 с.
10. Федонін, О. С. Потенціал підприємства: формування та оцінка [Текст]: навчальний посібник / Федонін О. С., Рєпіна І. М., Олексюк О. І. – К.: КНЕУ, 2004. – 316 с.

Лощина, Л. В. Методика комплексної оцінки конкурентоспроможності підприємств [Текст] / Л.В. Лощина, В.М. Мілошенко // Економічні науки. Серія Економіка та менеджмент: зб. наук. праць / Луцький національний технічний університет. - Луцьк, 2008. - Вип. 5 (18). – С. 354-365 .