

УДК 338.242.

П. М. ФОЦІЙ, магістрант, НТУ «ХПІ»**МЕТОДОЛОГІЯ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ**

У статті досліджені методи оцінки конкурентоспроможності підприємств, проаналізовано переваги та недоліки кожного з них та можливості їх застосування. Узагальнено підходи до їх використання. Проведена уточнена класифікація існуючих методів оцінки конкурентоспроможності суб'єктів господарювання. Охарактеризовано фактори впливу на конкурентоспроможність вітчизняних підприємств. Розглянуто різноманітні методи оцінки конкурентоспроможності підприємств.

Ключові слова: конкурентоспроможність підприємства, оцінка конкурентоспроможності, методи оцінки.

Вступ. Проблема оцінки конкурентоспроможності носить універсальний, всесвітній характер. За останні роки посилилася конкуренція, що викликано як внутрішніми чинниками розвитку торгівлі, так і активністю проникнення на український ринок зарубіжних компаній. Тому як в теорії, так і на практиці все більше уваги приділяється необхідності комплексного вирішення проблеми розвитку конкуренції та підвищення конкурентоспроможності підприємств, саме в таких умовах особливого значення набуває оцінка конкурентоспроможності підприємства.

Актуальність теми дослідження обумовлена сучасним станом забезпечення конкурентоспроможності більшості українських підприємств. Актуальність дослідження оцінки конкурентоспроможності підприємств зростає в результаті входу України в Зону вільної торгівлі та підписання України угод про асоціацію із Європейським союзом.

Питаннями вивчення та дослідження конкурентоспроможності підприємств, а також її оцінки присвячені роботи: Е. П. Голубкова, А. Н. Печенкіна, А. Глухова, П. С. Зав'ялова, М. Портера, Ф. Котлера, Є. Дихтль, С. К. Пралад, Р. Т. Паскаля, Т. Петерса, Н. Петсі і. т.д. Але не зважаючи на досить значну кількість робіт, проблема методології оцінки конкурентоспроможності не отримала належного висвітлення.

Постановка завдання. Дослідження існуючих методик оцінки рівня конкурентоспроможності, визначення переваг та недоліків, можливостей їх застосування та узагальнення опрацьованого матеріалу.

Результати дослідження. Існує величезна кількість розрахункових і розрахунково-графічних методів оцінки конкурентоспроможності. Кожен з методів має свої особливості: авторами обґрунтовується застосування різних

підходів для розрахунку показників конкурентоспроможності, необхідність врахування тих чи інших факторів для оцінки і т. д.

Аналіз економічної літератури по розглянутій тематиці дозволяє виділити кілька підходів до оцінки рівня конкурентоспроможності.

Матричний метод. Матричні методи оцінки конкурентоспроможності підприємства базуються на використанні матриці – таблиці впорядкованих за рядками та стовпцями елементів. існує достатньо багато матричних моделей, які можуть бути використаними для оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства: матриця «Зростання галузі/Частка ринку» (модель BCG); матриця «Привабливість ринку/Конкурентна позиція» (модель GE/McKinsey); матриця спрямованої політики або «Привабливість галузі/Конкурентоспроможність» (модель Shell/DPM); матриця «Стадія розвитку ринку/Конкурентна позиція» (модель Hofer/Schendel); матриця «Стадія життєвого циклу продукції/Конкурентна позиція» (модель ADL/LC).

Використовуючи матричні методи, управлінці мають змогу оцінити рівень конкурентоспроможності потенціалу не тільки свого підприємства, а й найближчих конкурентів, що допоможе розробити стратегію поведінки на ринку.

Методи, засновані на теорії ефективної конкуренції. Одним із найпоширеніших методів оцінки конкурентоспроможності підприємств є метод, заснований на теорії ефективної конкуренції. Згідно цієї теорії найбільш конкурентоспроможним є підприємство, де найкращим чином організована робота всіх служб і підрозділів. На ефективність діяльності кожної із служб впливає велика кількість факторів, ресурсів фірми. Оцінка ефективності роботи кожного із підрозділів передбачає оцінку ефективності використання ним цих ресурсів. В основі методу покладено оцінку 4-х груп показників або критеріїв конкурентоспроможності: показники ефективності виробничої діяльності підприємства, фінансове положення підприємства, ефективність організації збуту та просування товару, конкурентоспроможність товару.

Кожний з цих показників має різну ступінь важливості для розрахунку коефіцієнта конкурентоспроможності підприємства (ККП), тому експертним шляхом були розраховані коефіцієнти вагомості кожного критерію та показника.

Застосування цього методу дозволяє не тільки визначити основних конкурентів та місце, в конкурентній боротьбі підприємства, яке оцінюється (за критерієм максимуму набраних балів), а й кількісно оцінити відставання від найбільш конкурентоспроможного підприємства.

Методи, засновані на оцінці конкурентоспроможності продукції підприємства. Методи, засновані на оцінці конкурентоспроможності продукції підприємства. Ця група методів базується на судженні про те, що конкурентоспроможність підприємства тим вища, чим вища конкурентоспроможність його продукції. Для визначення конкурентоспроможності продукції використовуються різні маркетингові методи, в основі яких лежить знаходження співвідношення ціна-якість.

Розрахунок показника конкурентоспроможності по кожному виду продукції ведеться з використанням економічного і параметричного індексів конкурентоспроможності. У свою чергу, зазначені індекси визначаються шляхом підсумовування приватних індексів по кожному оцінюваному параметру з урахуванням вагових коефіцієнтів.

Кожен з приватних індексів по відповідному параметру приймається як відношення фактичного значення оцінюваного параметра до значення відповідного показника конкуруючої продукції (чи іншої продукції, обраної за базу порівняння). При цьому параметричний індекс визначається на основі оцінки технічних (якісних) параметрів продукції, економічний – вартісних. Перелік вартісних і технічних параметрів, а також вага кожного з параметрів встановлюється експертним шляхом. Зокрема, в ряді методів в якості одного з вартісних параметрів розглядається величина витрат з післяпродажного обслуговування продукції.

Параметричний і економічний індекси конкурентоспроможності дозволяють розрахувати інтегральний показник конкурентоспроможності розглядатися продукції по відношенню до конкуруючої продукції. Він визначається як відношення параметричного індексу до економічного.

Показники конкурентоспроможності обчислюються за кожним видом продукції підприємства. Далі визначається коефіцієнт конкурентоспроможності самого підприємства: перебуває середньозважене значення серед показників по кожному виду продукції, де в якості ваг виступає обсяг реалізації відповідного виду продукції.

До безперечних переваг даного підходу можна віднести те, що він враховує одну з найбільш важливих складових конкурентоспроможності підприємства – конкурентоспроможність його продукції. До недоліків – те, що він дозволяє отримати досить обмежене уявлення про переваги і недоліки в роботі підприємства, оскільки конкурентоспроможність підприємства приймає вид конкурентоспроможності продукції і не зачіпає інші аспекти його діяльності. Крім того, визначені нарікання викликає зведення

конкурентоспроможності продукції до оцінки співвідношення ціна–якість, не враховує ступінь інновативності продукції, що має істотне значення при позиціонуванні продукції на ринку.

Комплексні методи. Методи, віднесені до даного підходу, визначені як комплексні в силу того, що оцінка конкурентоспроможності підприємства в рамках кожного з методів ведеться на підставі виділення не тільки поточної, а й потенційної конкурентоспроможності підприємства. В основі підходу лежить твердження, відповідно до якого конкурентоспроможність підприємства є інтегральна величина по відношенню до поточної конкурентоспроможності та конкурентного потенціалу.

З використанням даних ознак класифікації була складена методологія оцінки конкурентоспроможності підприємства (табл. 1).

Таблиця 1. Методологія оцінки конкурентоспроможності підприємства

Найменування методів	Переваги і недоліки	Коротка характеристика, метод розрахунку
1	2	3
Матричний метод	Переваги: простота, доступність, наочність, використання об'єктивних критеріїв привабливості та конкурентоспроможності, зменшення рівня суб'єктивізму. Недоліки: надмірна спрощеність, труднощі з оцінкою і визначенням масштабів ринку, ринкової частки підприємства і темпів зростання ринку.	Сутність оцінювання полягає в аналізі матриці, побудованої за принципом системи координат: по горизонталі – темпи зростання (зменшення) обсягу продажів; по вертикалі – відносна частка підприємства на ринку. Найбільш конкурентоспроможними вважаються ті підприємства, які займають значну частку на швидкозростаючому ринку.
Методи, засновані на теорії ефективної конкуренції	Переваги: облік різнобічних аспектів діяльності підприємства. Недоліки: основу підходу є ідея про те, що показник конкурентоспроможності підприємства може бути визначений шляхом елементарного підсумовування здібностей фірми до досягнення конкурентних переваг. Однак сума	Згідно цієї теорії, найбільш конкурентоспроможними є ті фірми, де найкращим чином організована робота всіх підрозділів та служб. На ефективність діяльності кожної служби впливає багато факторів – ресурсів підприємства. Оцінка ефективності роботи кожного з підрозділів передбачає оцінку ефективності використання ними цих.

Закінчення таблиці 1

1	2	3
	окремих елементів складної системи (якою є будь-яке підприємство), як правило, не дає того ж результату, що і вся система в цілому.	ресурсів. Кожна зі сформульованих у ході попереднього аналізу здібностей підприємства по досягненню конкурентних переваг оцінюється експертами з точки зору наявних ресурсів
Методи, засновані на оцінці конкурентоспроможності продукції підприємства	Переваги: враховує одну з найбільш важливих складових конкурентоспроможності підприємства – його конкурентоспроможність товару/послуги. Недоліки: дозволяє отримати досить обмежене уявлення про переваги і недоліки в роботі фірми, так як	Ця група методів базується на судженні про те, що конкурентоспроможність підприємства тим вища, чим вища конкурентоспроможність його товару/послуги. Розрахунок показника конкурентоспроможності по кожному виду продукції ведеться з використанням економічного і параметричного індексів

	конкурентоспроможність підприємства приймає вигляд конкурентоспроможності товару і не зачіпає інші аспекти його діяльності.	конкурентоспроможності
Комплексні методи	Переваги: враховує не тільки досягнутий рівень конкурентоспроможності фірми, але і його можливу динаміку в майбутньому. Недоліки: способи та прийоми, що використовуються при визначенні поточної і потенційної конкурентоспроможності в кінцевому рахунку відтворюють методи, використовувані в розглянутих раніше підходах, що тягне і недоліки відповідних підходів.	В основі підходу лежить твердження, згідно з яким конкурентоспроможність підприємства є інтегральна величина по відношенню до поточної конкурентоспроможності та конкурентного потенціалу. Поточна і потенційна конкурентоспроможність і їх співвідношення в рамках інтегрального показника конкурентоспроможності підприємства в залежності від методу можуть змінюватись.

Висновки. Наукова новизна дослідження полягає у тому, що у статті проведена уточнена класифікація існуючих методів оцінки конкурентоспроможності суб'єктів господарювання.

Теоретичне та практичне значення результатів дослідження. Більшість методик передбачає зіставлення практично ідентичних підприємств, що виробляють схожі товари і послуги та діючих у схожих економічних умовах. Все складніше стає визначити чіткі географічні межі того чи іншого ринку, встановити перелік конкуруючих товарів і підприємств, що тягне за собою непримиримість подібних методик оцінки конкурентоспроможності підприємств. Зазначені недоліки існуючих підходів до оцінки конкурентоспроможності підприємств обумовлюють невисокі можливості практичного застосування більшості з них. Основною причиною такого, на мою думку є недостатньо чітко визначення більшістю економістів поняття конкурентоспроможності підприємства та критеріїв оцінки цього показника.

Перспективи подальших наукових розробок за даним напрямом. Питання оцінки конкурентоспроможності вимагають більш детального вивчення, оскільки невирішеними залишаються проблеми вибору універсального показника і набору чинників конкурентоспроможності підприємства, а також подолання суб'єктивізму при її оцінці.

Список літератури: 1. Баумгартен Ст. Л. Стратегічний менеджмент у туризмі : навчальний посібник для вузів / Л. В. Баумгартен – М : Видавничий центр «Академія», 2010. – 352 с. 2. Управління конкурентоспроможністю підприємства : навч. посіб. / С.М. Клименко, Т.В. Омеляненко, Д.О. Барабась, О.С. Дуброва, А.В. Вакуленко. – К. : КНЕУ, 2012. – 520 с. 3. Портер М. Конкуренція: [Уч. Пос.] / М. Портер/ [Пер. з англ.]. – М: Видавничий будинок «Вільямс», 2000. – 495с. 4. Родіонова Ст. Н. Організація виробництва на промислових підприємствах в сучасних економічних умовах /В.Н.Родионова //– Воронеж, 2005. – 151 с. 5. Герчикова І. Н. Менеджмент.: [Уч. Пос.] / В. Н.Герчикова // М: Банки і біржі, 2007. – 356 с. 6. Демченко А.А. Вимірювання конкурентоспроможності підприємств галузі: Теорія і методи вимірювання/ А. А. Демченко// Курськ: ГУІПП «Курськ», 2010. – 87 с. 7. Маркетинг по нотах. Практичний курс на прикладах / під ред.

Данченко Л. А. – М.: Маркет ДС Корпорейшн, 2010. – 758с. **8.** Печенкін А. В. Оцінка конкурентоспроможності товарів і товаровиробників / А. А. Печенкін. – М.: МГЭИ, 2012. – 123с.

Bibliography (transliterated): 1. Baumgarten St. L. Strategic management in tourism : a manual for schools. – Moscow: Publishing center «Academy», 2010. – 352 p. 2. Management of competitiveness of the enterprise: textbook. manual. – Kyev: KNEU, 2012. – 520 p. 3. Porter M Competition: [Uch. POS.] [TRANS. from English.]. – Moscow: Publishing house «Williams», 2000. – 495 p. 4. Rodionov, C. N. Organization of production in industrial enterprises in the current economic conditions. – Voronezh, 2005. – 151 c. 5. Gerchikov I. N. Management.: [Uch. POS.]. – Century Nersesova. – Moscow: Banks and exchange 2007. – 356 p. 6. Demchenko A. Measuring the competitiveness of companies: Theory and measurement methods. – Kursk: GWIPP «Kursk», 2010. – 87 p. 7. Marketing on the notes. Practical course on examples. – under the editorship of Danchanok L. A. – Moscow: Market DS Corporation, 2010. – 758 p. 8. Pechenkin A. C. assessment of the competitiveness of the products and producers. – Moscow: MGEI, 2012. – 123 p.

Надійшла (received) 15.06.2014

УДК 339.137.2(100)

І. А. ЧЕКМАСОВА, канд. техн. наук, доц., НТУ «ХПІ»;
Т. А. ТОНОЯН, магістрант, НТУ «ХПІ»,
А. Ю. ПАВЛЕНКО, магістрант, НТУ «ХПІ»

СУЧАСНІ АСПЕКТИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТОВАРІВ УКРАЇНСЬКОГО ВИРОБНИЦТВА

У даній статті розглянуто поняття конкурентоспроможності товару та проаналізовано причини неконкурентоспроможності українських товарів та засоби покращення цієї ситуації. Охарактеризовано аспекти українського виробництва різноманітних галузей. Запропоновано заходи підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств та зроблено висновки щодо впровадження. За результатами проведеного дослідження встановлено, що українські товари мають низьку конкурентоспроможність, яка обумовлена значним технологічним відривом від інших країн, високою енергоємністю та матеріаломісткістю товарів, сировинноорієнтованим експортом.

Ключові слова: конкурентоспроможність товару, інновації.

Вступ та постановка проблеми. В умовах ринкової економіки проблема підвищення конкурентоспроможності товарів має рішення, оскільки являє собою вирішальний чинник комерційного успіху будь-якого підприємства. Конкурентоспроможність товарів є одним з показників конкурентоспроможності підприємства в цілому. Так само, конкурентоспроможність економіки, в свою чергу, напряму залежить від конкурентоспроможності окремих підприємств. Конкурентоспроможна національна економіка у сучасному світі є основою для забезпечення сталого розвитку держави та підвищення добробуту націй.

Актуальність проблеми. В умовах глобалізації економіки та загострення конкурентної боротьби на ринку все більшої актуальності набуває проблема підвищення конкурентоспроможності вітчизняної продукції. У зв'язку із