

економіки: монографія / Т.С. Клебанова, Г.С. Ястребова. – Харків : Інжек, 2009. – 267 с.

8. Кізіма А.Я. Податкове планування у системі податкового менеджменту / А.Я. Кізіма // Фінанси України. – 2003. – № 2. – С. 15–20.

9. Сало І.В. Податковий менеджмент у банку : монографія / І.В. Сало, Н.Г. Євченко. – Суми : ДВНЗ «УАБС НБУ», 2009. – 187 с.

10. Єлісєв А.В. Податкове планування. Мінімізація оподаткування законними способами / А.В. Єлісєв, М.П. Підлужний. – Л. : Ліга-Прес, 2003. – 274 с.

11. Іванов Ю.Б. Система оподаткування в схемах і таблицях. Ч. 1. Загальнодержавні та місцеві податки і збори в Україні : навчальний посібник / Ю.Б. Іванов. – Х.: ІНЖЕК, 2004. – 416 с.

Надійшла 14.9.2010 р.

УДК 65.011.1: 65.018

Н.А. ХРУЩ, Л.В. ВАГАНОВА

Хмельницький національний університет

## СУЧАСНІ МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

*У статті проведено аналіз сучасних методичних підходів до оцінки конкурентоспроможності підприємства. Авторами систематизовано і класифіковано основні методи оцінки конкурентоспроможності підприємства.*

*The article analyzes contemporary methodological approaches to assess competitiveness. The authors systematically classified the basic methods of evaluating competitiveness.*

*Ключові слова: конкурентоспроможність підприємства (КСП), конкурентоспроможність товару (КСТ), показники конкурентоспроможності, методи оцінки конкурентоспроможності.*

**Постановка проблеми.** Сучасний стан розвитку економіки України супроводжується низкою невирішених проблем, серед яких однією з найважливіших для більшості українських підприємств є проблема досягнення та збереження певного рівня конкурентоспроможності. Саме конкурентоспроможні підприємства забезпечують власне стабільне існування і високий рівень прибутку. Економічна криза, що розпочалася восени 2008 року, вказала на те, що необхідно провести глибокий аналіз економічної природи КСП з врахування цілого ряду чинників забезпечення конкурентних переваг. Актуальним завданням вважається розробка методів кількісної оцінки рівня КПС, які повністю відображають специфіку конкурентоспроможності як економічного поняття.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Процес здійснення оцінки КСП є досить проблематичним, адже існує ціла низка різноманітних методик. Цій проблемі присвячені праці вітчизняних та зарубіжних науковців: Брутман А.Б., Воронова А.А., Годофаєва І.П., Захарченко В.І., Короткова А.М. та ін. Проте актуальність та складність цієї проблеми викликає науковий інтерес та сприяє здійсненню нових досліджень у даному напрямку.

**Метою** є здійснити аналіз сучасних методичних підходів до оцінки рівня КСП: систематизувати та класифікувати, встановити переваги та недоліки.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Сучасна теорія конкуренції сьогодні пропонує принаймні три якісно різні підходи до побудови показників конкурентоспроможності, про що свідчать наукові публікації [3, 7]. Перший підхід базується на системному моделюванні діяльності підприємства в умовах невизначеності. Другий підхід спирається на ідеологію екстраполяції. Третій підхід можна віднести до розряду логічного, якісного прогнозування.

Існує припущення, що всі теоретико-методичні питання економіко-математичного моделювання діяльності підприємств в умовах невизначеності вирішені шляхом моделювання підприємства у різних зовнішніх умовах і можна отримати вичерпні дані про прогнозні показники діяльності підприємства. У такому випадку оцінка рівня життєздатності підприємства зводиться до розрахунку відповідних показників КСП в умовах повної інформації. Ряд фахівців вважає, що це найбільш перспективний напрям розвитку теорії вимірювань КСП [13]. Однак, у даний час є лише одиничні, вельми спрощені спроби застосування даного підходу, які представляють переважно теоретичний інтерес.

Значна кількість робіт, присвячених методам оцінки КСП, в тому чи іншому вигляді спирається на ідею екстраполяції минулих результатів діяльності підприємства на найближче майбутнє [17]. Ця ідея реалізується в тому, що інтегральний показник конкурентоспроможності визначається на основі показників фактичної діяльності підприємства в минулому, які свідчать про певні результати конкурентної боротьби, досягнутих підприємством у попередній оцінці періоду часу. До таких показників традиційно відносять показники рентабельності виробництва і продажів, частки ринку, частки продукції, що експортується підприємством, і т.п. Передбачається, що, якщо підприємство демонструвало, наприклад, хороший рівень таких показників в минулому, то воно продемонструє аналогічні результати і в найближчому майбутньому. На цій

підставі таке підприємство на даний момент часу вважається конкурентоспроможним.

Основним і досить істотним методологічним недоліком такої ідеології є неможливість урахування зовнішніх умов функціонування підприємства в майбутньому. По суті, у відповідних методиках, як і в цілому у всіх методах екстраполяції, за умовчанням передбачається, що тенденції динаміки зовнішнього середовища залишаться в найближчій перспективі незмінними.

До третього напрямку належать методики, орієнтовані на побудову узагальненого показника КСП на основі показників, що характеризують його потенційні можливості і, зокрема, виробничий, фінансовий, інвестиційний, інноваційний, кадровий потенціали. Основна ідея відповідних методик полягає в наступному. Якщо підприємства має у своєму розпорядженні більш високим потенціалом, ніж конкуренти, то воно є і більш конкурентоспроможним, тобто прогноз результатів його функціонування (оцінка конкурентоспроможності) в майбутньому є більш сприятливим порівняно з прогнозом для конкурентів.

У методологічному відношенні цей підхід є більш обґрунтованим, ніж попередній, тому що спирається на очевидний факт: у конкретних умовах підприємство може реалізувати лише технологічно допустимі (тобто в межах потенційних можливостей) варіанти функціонування, і чим вище потенційні можливості підприємства, тим вище ймовірність існування більш ефективних варіантів функціонування підприємства. Як наслідок, тим вище і ймовірність досягнення більш сприятливих результатів у боротьбі з конкурентами в будь-яких можливих зовнішніх умовах. Таким чином, в рамках цього підходу потенціал підприємства трансформується у відповідний прогноз результатів його функціонування в майбутньому.

Тим не менше, методики подібного типу також не позбавлені суттєвих методологічних недоліків. Зокрема, вони не враховують ту обставину, що одні й ті самі потенційні характеристики підприємства можуть мати різне по знаку значення з точки КСП. Це особливо наочно видно на прикладі виробничих потужностей підприємств. В умовах різкого падіння попиту і обсягів виробництва великі підприємства несуть істотно великі втрати, пов'язані з утриманням виробничого апарату, набагато менш гнучкі в питаннях адаптації номенклатури та обсягів випуску продукції до попиту змінюється в порівнянні з середніми і малими підприємствами. На противагу цьому в умовах місткого ринку ефект масштабу виробництва є безсумнівною конкурентною перевагою великих підприємств.

У науковій літературі методики третього типу в чистому вигляді практично не зустрічаються. Найбільш поширені методики, що представляють собою комбінацію другого і третього підходів, тобто методики, що передбачають побудову інтегральних показників конкурентоспроможності на основі ознак фактичної діяльності підприємства в минулому та характеристики його потенційних можливостей (потенціалів), що з методологічної точки зору досить ефективно [2].

Отже, враховуючи різні напрямки дослідження конкурентоспроможності підприємства (КСП), на нашу думку, необхідно систематизувати та класифікувати існуючі методи його оцінки в табл. 1.

Таблиця 1

#### Методи оцінки конкурентоспроможності підприємства

Автор	Ознака класифікації	Група методів	Переваги методу	Недоліки методу
1	2	3	4	5
[15]	Виділення з сукупності найважливіших критеріїв	Метод головних компонент або його узагальнення (факторний аналіз)	Наявність чіткого смислового значення розрахованого інтегрального показника конкурентоспроможності	Недостатнє охоплення факторів, які впливають на КСП, що суттєво спрощує процес її оцінки
[15]	Формування системи показників оцінки	Зіставлення окремих одноіменних властивостей об'єктів-аналогів	Характеризує стан фактора КСП у підприємств-конкурентів, наявність чи відсутність конкурентних переваг за цим фактором	
[15], [14], [4], [18], [6], [17], [12], [11], [10]	Побудова інтегральних показників КСП	адитивний	Нормалізація окремих критеріїв КСП за природою, одиницями виміру, напрямками дії показників	Різні показники оцінки КСП мають різноспрямовані вектори впливу на інтегральну оцінку КСП, наявність в багатокритеріальній задачі оцінки КСП якісних та кількісних показників
		мультиплікативний	Врахування пріоритету (різного ступеня важливості) локальних критеріїв	Розподіл важливості окремих факторів КСП, за допомогою якого проводиться диференціація масштабів виміру їх.

1	2	3	4	5
[9]	Засновані на екстраполяції	Засновані на ототожненні рівня якості і/або КСТ з КСП	Визначення КСП із застосуванням інтегрального показника якості або інтегральної КСТ. В деяких випадках враховується бренд	Не аналізуються інші важливі показники (імідж, фінансовий стан, досконалість виробництва), що дозволяє отримати лише обмежене уявлення про КСП
[17]		Використовують теорію ефективної конкуренції	Враховує чотири групи показників для оцінки КСП: ефективність виробничої діяльності, фінансовий стан підприємства, ефективність організації збуту і просування товару, КС товару	Важко отримувється інформація про показники кожної групи, є також оцінка КС тільки технічними показниками і ціною товару
[16]		Графічні методи оцінки	Отримані точки на осях графіка з'єднують і дозволяють провести аналіз як окремої складової КС, так і підприємства в цілому	Не враховують взаємозв'язки і взаємодії між оцінюваними показниками КС, не дають прогнозованої інформації про можливість поліпшення діяльності того чи іншого підприємства – конкурента
[5], [9]	Матриця вибору стратегій	Матриця Бостонської консалтингової групи (BCG)	Можна визначити не тільки стратегічні позиції кожного сектору бізнесу підприємства, але й надати рекомендації щодо підготовки стратегічного балансу грошових потоків	Будеться на дуже нечіткому визначенні ринку для секторів бізнесу, частка якого явно переоцінена. Не придатна для галузей, де рівень конкуренції невисокий або обсяги виробництва незначні.
[5], [9]		Модель GE/Mc Kinsey	Головна увага зосереджується на правильному управлінні інвестиційними процесами	Передбачає низку методичних припущень щодо позиціонування секторів бізнесу, рекомендує поверхневі стратегії
[5], [9]		Модель Shell/DPM	Вирішує проблеми якісних і кількісних показників у єдину параметричну систему, безпосередньо не залежить від статистичного зв'язку між часткою ринку і прибутковість бізнесу	Не існує критеріїв, яка кількість показників необхідна для аналізу; важливо оцінити які показники є найбільш суттєві; важко порівнювати господарські підрозділи, що належать до різних галузей
[8], [1], [9]		SWOT-аналіз	Дає змогу виявити потенційні конкурентні переваги компанії, а також її слабкі сторони, що необхідно врахувати під час формування стратегії	Складність проведення попарної оцінки показників потенціалу організації з факторами зовнішнього середовища

Загальним для всіх відомих методів недоліком є те, що кожен з цих методів дозволяє оцінити тільки конкурентоспроможність товару або підприємства в цілому на будь-який поточний момент. Це багато в чому знецінює результати їх застосування для прийняття ефективного рішення в стратегічному плані. Результати оцінки повинні поширюватися на довгостроковий період (від моменту виходу на ринок і далі), забезпечуючи тим самим в кінцевому підсумку одержання прибутку.

Вважаємо, що також до уваги має братися динаміка і темпи змін на ринку, а це вимагає визначення конкурентоспроможності на поточний момент і прогнозований перспективний період, звідки витікає нова сутність конкурентоспроможності як поняття, що дозволяє управляти нею.

**Висновки та пропозиції.** Як показали дослідження, сучасна теорія конкуренції сьогодні пропонує принаймні три якісно різні підходи до побудови показників конкурентоспроможності: перший підхід базується на системному моделюванні діяльності підприємства в умовах невизначеності, другий підхід спирається на ідеологію екстраполяції, а третій підхід можна віднести до розряду логічного, якісного прогнозування.

В результаті такої різноманітності підходів виникає проблема використання різних груп методів оцінки КСП, адже загальним для всіх відомих методів недоліком є те, що кожен з цих методів дозволяє оцінити тільки конкурентоспроможність товару або підприємства в цілому на будь-який поточний момент. Це багато в чому знецінює результати їх застосування для прийняття ефективного рішення в стратегічному плані.

Література

1. Балабанова Л.В. Swot-аналіз – основа формування маркетингових стратегій : навчальний посібник / Л.В. Балабанова. – [2-е вид., випр. і доп.] – К. : Знання, 2005. – 301 с.
2. Брутман А.Б. Промышленное предприятие как объект измерения конкурентоспособности: методический аспект / А.Б. Брутман // Вісник Хмельницького національного університету. Серія «Економічні науки». – 2009. – № 4. – Т. 2. – С. 154–161.
3. Воронов А.А. К оценке уровня конкурентоспособности машиностроительных предприятий / А.А. Воронов // Машиностроитель. – 2000. – № 12. – С. 27–29.
4. Годофаева И.П. Методика расчета конкурентоспособности предприятия с помощью аппарата нечетных множеств с учетом социальных факторов / И.П. Годофаева // Економіка розвитку. – 2004. – № 4. – С. 48–51.
5. Гордієнко П.Л., Стратегічний аналіз : навчальний посібник / П.Л. Гордієнко, Л.Г. Дідковська, Н.В. Яшкіна. – [2-е вид., випр. і доп.] – К. : Алерта, 2008. – 478 с.
6. Захарченко В.И. Оценка и анализ конкурентоспособности предприятий / В.И. Захарченко // Машиностроитель. – 1999. – № 11. – С. 13–17.
7. Кротков А. М. Конкурентоспособность предприятия: подходы к обеспечению, критерии, методы оценки / А.М. Кротков, Ю.Я. Еленева // Маркетинг в России и за рубежом. – 2001. – № 6. – С. 59–68.
8. Мартиненко М.М. Стратегічний менеджмент : підручник / М.М. Мартиненко, І.А. Ігнат'єва. – К. : Каравела, 2006. – 320 с.
9. Мишин В.М. Методы и методика оценки конкурентоспособности машиностроительных предприятий / В.М. Мишин // Машиностроитель. – 2003. – № 8. – С. 5–9.
10. Немцов В.Д. Стратегічний менеджмент : навчальний посібник / В.Д. Немцов, Л.Є. Довгань. – К. : Експрес-Поліграф, 2002. – 562 с.
11. Оберемчук В.Ф. Стратегія підприємств / В.Ф. Оберемчук. – К. : МАУП, 2000. – 128 с.
12. Пономаренко В.С. Стратегія розвитку підприємства в умовах кризи : монографія / В.С. Пономаренко, О.М. Тридід, М.О. М.О. Кизим. – Х. : ІНЖЕК, 2003. – 328 с.
13. Савчук С.И. Основы теории конкурентоспособности / С.И. Савчук. – Мариуполь : ИПРЭИ НАН Украины, Рената, 2007. – 520 с.
14. Седегова Р.С. Основы менеджмента и маркетинга / Р.С. Седегова. – Минск : Высш. школа, 1995. – 382 с.
15. Смирнов Є.М. Теоретичні та методичні основи оцінки конкурентоспроможності підприємств / Є.М. Смирнов // Вісник Хмельницького національного університету. Серія «Економічні науки». – Хмельницький, 2009. – № 4. – Т. 2. – С. 130–134.
16. Управління конкурентоспроможністю підприємства : навчальний посібник / С. М. Клименко, Т.В. Омеляненко, Д.О. Барабась, О.С. Дуброва, А.В. Вакуленко. – К. : КНЕУ, 2008. – 520 с.
17. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление : учебное пособие / Р.А. Фатхутдинов. – М. : ИНФРА-М, 2000. – 312 с.
18. Чубай В.М. Факторна модель оцінювання конкурентоспроможності машинобудівних підприємств / В.М. Чубай // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 6. – С. 156–163.

Надійшла 4.9.2010 р.