О.Є. **Кузьмін**, д-р екон. наук, проф.,
О.Г. **Мельник**, канд. екон. наук, доц.

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ДІАГНОСТИКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ МАШИНОБУДІВНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Проаналізовано існуючі підходи до діагностики конкурентоспроможності підприємств, а також склад індикаторів, які використовуються в діагностичних цілях. Розроблено метод полікритеріальної діагностики конкурентоспроможності машинобудівного підприємства, який враховує конкурентоспроможність його продукції, ефективність функціонування та рівень концентрованості ринку.

The existent for diagnostics of competitiveness of enterprises are analyzed, and also composition of indicators that is used in diagnostic aims. The method of polycriterial diagnostics of competitiveness of machine-building enterprise is worked out, that takes into account the competitiveness of his products, efficiency of functioning and level of market concentrated.

Ключові слова: конкурентоспроможність, машинобудівне підприємство, діагностика, продукція, ефективність, концентрованість ринку.

Keywords: competitiveness, machine-building enterprise, diagnostics, products, efficiency, market concentrated.

Високого рівня конкурентоспроможності країни можна досягнути лише на засадах ефективного використання усього ресурсного потенціалу та формування конкурентоспроможних виробництв у різних галузях економіки. На думку експертів, концепція конкурентоспроможності країни може стати національною ідеєю для України, як свого часу це відбулось у США, Великобританії, Швеції, Сінгапурі та інших розвинутих країнах. Проте, на сьогодні згідно з міжнародним індексом GCI Україна та індексом людського розвитку Україна посідає одні з останніх місць у світі. В Україні існує необхідність у підвищенні ефективності національного господарства загалом та суб'єктів господарювання окремих галузей зокрема. Варто зауважити, що у переважній більшості високорозвинутих країн, машинобудівні підприємства, які характеризуються складним технологічним циклом, наявністю потужних основних фондів, значними масштабами виробничо-господарської діяльності тощо, формують базу національної економіки. На сучасному етапі розвитку економіки України переважна більшість машинобудівних підприємств характеризується слабкими позиціями на ринку, застарілістю технології виробництва та технічного складу, нераціональним використанням наявних виробничих потужностей, нестійким фінансовим станом (близько 50% машинобудівних підприємств є збитковими, нерентабельним є випуск понад 60% найменувань основної номенклатури продукції машинобудування тощо). Збереження збитковості господарської діяльності галузі свідчить про наявність ознак кризи, розбалансування внутрішнього механізму саморегуляції підприємств та потребу їх фінансового оздоровлення. Доцільно зазначити, що нестача капітальних вкладень

не сприяє оновленню основних фондів машинобудівних підприємств, що зумовлює катастрофічне зниження конкурентоспроможності продукції. Зношення основних виробничих фондів у галузі за останні 15 років значно збільшилось та перевищило 60%; рівень використання виробничих потужностей з випуску основних видів продукції через низький рівень її конкурентоспроможності є надзвичайно низьким та коливається в межах від 1,9% до 33% [1, с. 352-353]. З огляду на це виникає необхідність у виявленні сильних та слабких сторін вітчизняних машинобудівних підприємств, у діагностиці їх конкурентоспроможності.

Як свідчать проведені дослідження у теорії та на практиці здійснювати діагностику конкурентоспроможності підприємства вкрай складно через низку причин, а саме: відсутність єдності у розумінні поняття «конкурентоспроможність підприємства», що надалі зумовлює застосування різних підходів до діагностики, а це своєю чергою призводить до отримання неспіввимірних та непорівняльних результатів; у літературі існує значний спектр методів діагностики конкурентоспроможності підприємств, переважна частина з яких є не репрезентативними, не відображають реальний стан конкурентних переваг, ґрунтуються на складних економіко-математичних розрахунках, що значно знижує прикладну цінність означених методів оцінювання; значна частина методів діагностики не передбачає оцінювання конкурентоспроможності підприємства у комплексі за усіма істотними складовими, які можуть утворювати та формувати конкурентні переваги, а базується на врахуванні лише окремих аспектів функціонування (продукції, виробництва, збуту, інновацій тощо); за існуючими методами діагностики вкрай рідко використовують обґрунтований підхід до добору діагностичних індикаторів, адже, як правило, акцентується увага на фінансових показниках та окремих додаткових економічних показниках, що не дає змоги забезпечити системний підхід до діагностики конкурентоспроможності підприємства.

На підставі виконаних досліджень виокремлено дві групи методів, які застосовуються для діагностики конкурентоспроможності підприємств:

– часткові: методи, які передбачають діагностику конкурентоспроможності підприємства на підставі оцінювання однієї або декількох складових функціонування (метод, що базується на діагностиці конкурентоспроможності продукції, матричний метод, метод рівноваги підприємства та галузі, метод, що базується на теорії рівноваги тощо);

– комплексні: методи, спрямовані на одночасне оцінювання максимального спектра сфер та ланок функціонування підприємства (методи, що базуються на попарному порівнянні порівняльних переваг, на теорії ефективної конкуренції, інтегральний та графічний методи, метод еталонного підприємства та ін.).

Незалежно від того, до якої групи належать методи діагностики конкурентоспроможності підприємства, найбільш складним завданням кожного методу та методики є добір обґрунтованих індикаторів, які б були найбільш репрезентативними та відповідали би встановленим цілям діагностики. На сучасному етапі науковці пропонують значний перелік підходів до індикаторного забезпечення

діагностики конкурентоспроможності. Як свідчить аналізування літературних джерел, в основу добору показників можуть бути покладені фактори конкурентоспроможності, конкурентні переваги підприємства, складові функціонування, окремі унікальні характеристики тощо. При цьому жодного уніфікованого підходу у цій сфері немає. Розглянемо більш ґрунтовно окремі підходи до формування складу діагностичних індикаторів при оцінюванні конкурентоспроможності підприємств.

М.М. Радєва та П.М. Маслов пропонують оцінювати конкурентоспроможність підприємства на засадах аналізу показників зовнішнього середовища (місткість ринку, інтенсивність конкуренції тощо) та внутрішнього середовища. У межах внутрішнього аналізу авторами пропонується здійснювати оцінювання показників вихідних умов діяльності підприємства; показників використання засобів виробництва; показників використання предметів праці; показників використання трудових ресурсів; показників виробництва і збуту продукції; показників собівартості продукції; показників фінансового стану підприємства; показників конкурентоспроможності продукції підприємства [2, с. 177-179]. Варто зауважити, що вищезапропонований підхід є дещо суперечливим, оскільки зовнішнє середовище при діагностиці конкурентоспроможності підприємства відображається у його впливі на показники функціонування. Окрім того, автори для оцінювання пропонують використовувати взаємообернені та інформаційно дублювальні показники.

Н.А. Дробітько при діагностиці конкурентоспроможності підприємства та розрахунку інтегрального показника конкурентоспроможності пропонує оцінювати три основні елементи: конкурентоспроможність продукції; ринкову активність підприємства; власні можливості підприємства, які характеризують наявність та ефективність використання ресурсів підприємства (основних фондів, оборотних засобів, трудових ресурсів) [3]. Запропонований підхід є дещо спрощеним, оскільки не дає можливості здійснення поелементного аналізу сильних та слабких сторін підприємства при формуванні його конкурентних позицій. Є.П. Голубков також при оцінюванні конкурентоспроможності продукції пропонує обчислювати інтегральний показник, який розраховується на основі середньогеометричної формули на засадах врахування таких показників: конкурентоспроможність продукції, фінансовий стан підприємства, ефективність збуту та просування продукції, ефективність виробництва, конкурентний потенціал, екологічність виробництва, соціальна ефективність, імідж підприємства [4]. За запропонованим підходом відбувається деяке дублювання індикаторів, окремі з них можна визначити як основні, а інші похідні.

Результати аналізування літературних джерел [1-4] свідчать про значне різноманіття систем діагностики конкурентоспроможності підприємств, які ґрунтуються на виокремленні різного складу, структури, переліку індикаторів, що характеризують різні сфери функціонування підприємств. Незважаючи на це, вищезапропоновані методики є доволі складними у розрахунку, налічують дублювання показників, не містять важливі групи індикаторів, не завжди обґрунтовано включають ті, а не інші індикатори, не враховують галузевої специфіки. З огляду на це виникає необхідність у

формуванні комплексного підходу до діагностики конкурентоспроможності машинобудівних підприємств з урахуванням галузевих особливостей та науково обґрунтованого добору діагностичних індикаторів з урахуванням їхнього змістового та репрезентативного навантаження.

З огляду на вищезазначене цілями дослідження є розроблення методу полікритеріальної діагностики конкурентоспроможності машинобудівного підприємства з урахуванням галузевої специфіки.

Як свідчать результати дослідження вітчизняного машинобудівного ринку, найбільш важливими складовими діагностики конкурентоспроможності машинобудівних підприємств є такі [5; 6]:

- конкурентоспроможність продукції підприємства;
- ефективність функціонування підприємства;
- концентрованість ринку, на якому підприємство функціонує.

На рис. 1 наведено запропоновану модель полікритеріальної діагностики конкурентоспроможності машинобудівного підприємства за ключовими напрямами оцінювання.



Рис. 1. Модель полікритеріальної діагностики конкурентоспроможності машинобудівного підприємства

Першою складовою, яка значною мірою визначає конкурентоспроможність машинобудівного підприємства, є його продукція. Класично під конкурентоспроможністю продукції розглядають сукупність її якісних і вартісних характеристик, що забезпечують відповід-

ність продукції (товарів, робіт, послуг) вимогам ринку в певний період часу. Усі параметри машинобудівної продукції класично поділяються на споживчі, економічні та маркетингові. Споживчі параметри оцінювання товару відображають його змістове та функціональне наповнення, їх поділяють на «жорсткі» і «м'які». «Жорсткі» параметри характеризують функції товару з урахуванням його призначення. У зв'язку з цим стосовно машинобудівної продукції запропоновано їх класифікувати на технічні, ергономічні, експлуатаційні, ресурсоекономні та нормативно-регламентні. Технічні параметри (класифікаційні, технічної ефективності, конструктивні) характеризують сфери застосування продукції та функції, які вона повинна виконувати. Послуговуючись ними, аналізують корисний ефект від використання продукції в конкретних умовах споживання. Ергономічні параметри характеризують відповідність продукції властивостям людського організму, які задіюються при виконанні використання машинобудівної продукції. Нормативно-регламентні параметри (патентно-правові, безпеки) відображають властивості продукції, регламентовані обов'язковими нормами, стандартами і законодавством держави, на ринку якої цю продукцію продають. Експлуатаційні параметри відображають характер та можливості експлуатації машинобудівної продукції. Ресурсоекономні параметри націлені на оцінювання ресурсоспоживання використання продукції. «М'які» параметри характеризують естетику товару, тобто інформаційну виразність, раціональність форми, досконалість. Вони формують зовнішнє сприйняття товару й відображають найважливіші для споживача його зовнішні ознаки. Останнім часом помітна тенденція до зростання значення «м'яких» параметрів і у машинобудуванні. Економічні параметри (цінові) оцінювання товарів характеризуються вартісними властивостями товару – витратами на його придбання і використання впродовж періоду експлуатації чи споживання. Маркетингові параметри оцінювання товару відображаються у цінових знижках, умовах платежу і постачання, комплектності поставок, термінах й умовах гарантій, розвитку сервісу, привабливості реклами для споживачів, стимулюванні збуту, організуванні розпродажів тощо. Наявність та якість цих елементів істотно впливають на вибір споживачів. Результати досліджень систем діагностики вітчизняних машинобудівних підприємств свідчать, що при діагностиці конкурентоспроможності продукції усі 100% підприємств враховують цінові параметри, 76% - технічні, 58% - експлуатаційні, 39% - нормативно-регламентні, 23% - ресурсоекономні, 18% - ергономічні, 12% - естетичні, 8% - маркетингові [5]. Можлива узагальнена деталізація груп параметрів машинобудівної продукції наведена у табл. 1.

Таблиця 1. Характеристика параметрів машинобудівної продукції

Параметри машинобудівної продукції (Рі)
1. Економічні (цінові) параметри (Ре) – ціна споживання продукції (П2):
1.1. Роздрібна ціна продажу продукції
1.2. Витрати на транспортування товару
1.3. Витрати на встановлення
1.4. Витрати на страхування
1.5. Витрати на замитнення, розмитнення
1.6. Податкові платежі
1.7. Витрати на підготовку до експлуатації
1.8. Витрати на гарантійний ремонт
1.9. Інші

Продовження табл. 1

2. Маркетингові параметри (Pm):
2.1. Навність цінових знижок
2.2. Можливість відтермінування платежів
2.3. Відома торгівельна марка та знак
2.4. Наявність безкоштовного гарантійного обслуговування
2.5. Розвиненість сервісної мережі
2.6. Інші
3. Споживчі параметри (Ps):
3.1. «Жорсткі» параметри:
3.1.1. Технічні параметри:
довжина;
ширина;
повна маса;
інші
3.1.2. Експлуатаційні параметри:
швидкість руху;
амортизаційна стійкість;
маневреність;
швидкість розгону;
наявність гідропідсилювача керма;
інші
3.1.3. Ресурсоекономні параметри:
витрати палива;
витрати електроенергії;
витрати паливно-мастильних матеріалів;
витрати допоміжних обслуговуючих матеріалів;
інші
3.1.4. Нормативно-регламентні параметри:
наявність патенту на виготовлення продукції;
наявність ліцензії на виготовлення продукції;
безпечність використання;
відсутність у складі шкідливих речовин;
відповідність санітарним нормам;
пожежозахищеність;
інші
3.1.5. Ергономічні параметри
об'єм салону;
зручність у використанні;
конструктивність сидінь;
інші
3.2. «М'які параметри»
3.2.1. Естетичні параметри
зовнішній вигляд;
сучасний дизайн;
колір;
тактильні відчуття;
інші

Для оцінювання рівня параметрів продукції пропонується використовувати експертний спосіб бальних оцінок, за яким оцінювальна шкала має вигляд:

$$P_i = \begin{cases} \text{від 0 до 0,5 – якщо параметр гірший від конкурентного;} \\ \text{0,5 – якщо параметр повністю ідентичний із конкурентним;} \\ \text{від 0,5 до 1,0 – якщо параметр перевищує конкурентний.} \end{cases} \quad (1)$$

Відповідно інтегральний рівень конкурентоспроможності продукції (K_t) підприємства визначатиметься за формулою, наведеною на рис. 1. Вищезазначений підхід доцільно використовувати і стосовно оцінювання параметрів продукції у кожній номенклатурній групі. За отриманими результатами, якщо K_t перевищує межу 0,5, то продукція є конкурентоспроможна порівняно з продукцією конкурентів, якщо ж цей показник наближається до 1, то продукцію можна ідентифікувати як висококонкурентну. Якщо ж K_t менше межі 0,5, то це свідчить про не конкурентоспроможність продукції на відповідному ринку.

Наступною складовою діагностики конкурентоспроможності машинобудівного підприємства є оцінювання ефективності його функціонування за складовими: фінансово-економічна ефективність, виробнича ефективність та комерційна ефективність. Фінансово-економічну ефективність підприємства пропонується оцінювати за вибраними, найбільш репрезентативними індикаторами фінансового стану, зокрема: коефіцієнтами рентабельності активів, загальної ліквідності, автономії, фінансового левереджу, капіталовіддачею. Вищевказані показники дають змогу ідентифікувати прибутковість та інтенсивність використання капіталу підприємства, структуру капіталу і платоспроможність. Оцінювання виробничої ефективності пропонується здійснювати за відносними показниками фондовіддачі, матеріаловіддачі, продуктивності, рентабельності виробництва продукції та часткою браку у товарній продукції. Це дає змогу визначити рівень ресурсовіддачі виробництва, прибутковість та якість виготовленої продукції. З метою діагностики комерційної ефективності пропонується керуватись такими показниками, як коефіцієнт рентабельності реалізації продукції, рівень надійності поставок, рівень затоварення складів готовою продукцією, середні терміни погашення дебіторської та кредиторської заборгованості. Вищевказані індикатори дають змогу оцінити прибутковість реалізації продукції, якість збутової діяльності та роботи із споживачами підприємства. Для формування інтегрального рівня ефективності функціонування підприємства виникає необхідність у переведенні показників у відносні величини за розробленою шкалою:

$$X_i = \begin{cases} \text{від 0 до 0,5 – якщо показник гірший, ніж базовий;} \\ \text{0,5 – якщо показник повністю ідентичний базовому;} \\ \text{від 0,5 до 1,0 – якщо показник перевищує базовий.} \end{cases} \quad (2)$$

Варто зауважити, що за базові необхідно брати середньогалузеві або середньоринкові показники. За відзначеною експертною шкалою вищенаведені показники переводять у бальні оцінки, їм також надають вагові значення, що дає змогу отримати інтегральні рівні різних складових ефективності функціонування підприємства. На підставі узагальнення значень цих рівнів з використанням середньої геометричної визначається інтегральний рівень ефективності функціонування підприємства за формулою, наведеною на рис. 1. Інтерпретація отриманих результатів

здійснюється аналогічно: якщо E_p перевищує значення 0,5 та наближається до 1, то ми можемо говорити про високий рівень ефективності функціонування підприємства та перевищення за цим параметром середньогалузевого або середньоринкового рівня, якщо E_p = 0,5, то це свідчить про повну відповідність стандартам ефективності, що сформовані у галузі, якщо ж E_p менше від межі 0,5, то це демонструє значно гірші параметри ефективності функціонування підприємства порівняно з конкурентами.

Важливою складовою діагностики конкурентоспроможності машинобудівного підприємства є врахування рівня концентрації ринку, адже якщо ринок є високо монополізованим, то навіть за наявності якісної та недорогої продукції й високого рівня ефективності функціонування підприємство не зможе на ньому закріпитись. З огляду на те, що показник оцінювання рівня концентрованості ринку у нашому методі за своїм змістом є корегувальним, то ми для його розрахунку скористаємось коефіцієнтом Герфіндаля-Гіршмана ($I_к$), формула розрахунку якого наведена на рис. 1. Якщо $I_к$ наближається до 0, то це свідчить про неконцентрованість ринку та його конкурентність; якщо ж $I_к$ наближається до 1, то йдеться про високомонополізований ринок. Використання цього показника надалі надалі здійснюватиметься за оберненою шкалою.

На підставі вищевикладеного розраховується інтегральний рівень конкурентоспроможності підприємства з урахуванням концентрованості ринку за формулою, наведено на рис. 1. На підставі результатів розрахунку ми отримаємо комплексний рівень конкурентоспроможності підприємства. Якщо K_{kp}^{k} наближається до 1, то це свідчить про високий рівень конкурентоспроможності підприємства, якщо дорівнює 0,5, то підприємство є рівноцінним із конкурентом, якщо ж K_{kp}^{k} менше 0,5 та наближається до 0, то підприємство є неконкурентоспроможним.

Вищезапропонований підхід дає змогу врахувати усі істотні параметри, які формують конкурентоспроможність машинобудівного підприємства: продукцію, ефективність функціонування та концентрованість ринку функціонування. Насамперед метод призначений для самодіагностики конкурентоспроможності підприємства, оскільки значною мірою ґрунтується на експертному оцінюванні фахівцями підприємства власних конкурентних переваг.

Література:

1. Яцюк О.С. Аналіз результатів діяльності та оцінка перспектив розвитку машинобудівних підприємств Івано-Франківської області / О.С. Яцюк // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія: «Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку». – Львів: Видавництво НУ “ЛП”, 2007. – № 576. - С. 348-354.

2. Радєва М.М. Методика аналізу конкурентоспроможності підприємства на основі критерію ринкових можливостей / М.М. Радєва // Держава та регіони. Серія: «Економіка та підприємництво». – 2006. - № 2. – С. 215-220.

3. Дробітько Н.А. Управління конкурентоспроможністю в умовах ринкової економіки: автореферат дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук / Н.А. Дробітько. – Х.: ХНЕУ, 2001. – 20 с.
4. Голубков Е.П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика / Е.П. Голубков. – М.: Финпресс, 1998. – 448 с.
5. Мельник О.Г. Системи діагностики діяльності машинобудівних підприємств: полікритеріальна концепція та інструментарій: [монографія] / О.Г. Мельник. – Львів: Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2010. – 344 с.
6. Кузьмін О.Є. Концептуальні засади формування та використання полікритеріальних діагностичних систем на підприємствах машинобудування // Кузьмін О.Є., Мельник О.Г. // Вісник економічної науки України. Науковий журнал. – 2010. - №1 (2010). – С. 56-60.
7. Піддубна Л.І. Конкурентоспроможність економічних систем: теорія, механізм регулювання та управління: [монографія] / Л.І. Піддубна. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2007. – 368 с.