В.Г. **Балан**, канд. фіз.-мат. наук, доц.,
Л.А. **Анісімова**, канд. фіз.-мат. наук, доц.

МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОЦІНЮВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Наведено загальну характеристику існуючих підходів до визначення рівня конкурентоспроможності підприємств, запропонована модель побудови рейтингів конкурентоспроможності підприємств з використанням методів багатокритеріального аналізу та визначенням рівня узгодженості одержаних результатів.

The general characteristics of existing approaches to determining the level of enterprises' competitiveness are given, the model of ranking the enterprises' competitiveness using the methods of multi-criteria analysis and determination of the level of results' harmonization are presented.

Ключові слова: конкурентоспроможність, конкурентні переваги, конкурентний статус, стратегічна бізнес-одиниця, рейтинг конкурентоспроможності.

Keywords: competitiveness, competitive advantages, competitive status, strategic business-unit, the rating of competitiveness.

Важливість застосування стратегічних підходів і методів управління бізнесом у практиці вітчизняних підприємств на сьогодні не викликає сумнівів. Правильно організований процес стратегічного управління, особливо в умовах глобальної фінансової та економічної криз, політичної нестабільності в країні, може забезпечити підприємству не просто виживання в складних умовах функціонування, а й послідовне та стабільне зростання, оскільки дає змогу більш повно скористатися можливостями та уникнути загроз, що виникають на цьому шляху. Саме необхідність адаптації підприємства до турбулентного та динамічного зовнішнього середовища, зміна правил конкуренції та посилення конкурентної боротьби зумовлюють необхідність формування нових наукових підходів до вимірювання й оцінювання конкурентоспроможності підприємства. Під оцінюванням конкурентоспроможності розуміють процес ідентифікації стану економічної системи за критеріями конкурентоспроможності та віднесення її до певного типу, групи чи статусу в сферах національної або міжнародної економічної взаємодії [7]. Наявність достовірної інформації про конкурентні переваги підприємства, знання рівня його конкурентоспроможності дає змогу керівництву ідентифікувати свої ринкові позиції за кожним напрямом діяльності та обґрунтувати вибір стратегічної поведінки на ринку.

Різноманітним теоретичним та практичним аспектам дослідження конкурентних переваг і конкурентоспроможності підприємств та визначення рівня їх конкурентного статусу присвячені праці таких відомих закордонних і вітчизняних вчених: І. Ансоффа, Ф. Котлера, М. Портера, Д. Аакера, Ж.-Ж. Ламбена, У. Бролля, Дж. Ванека, Р. Фатхутдінова, Г. Азоєва, А. Юданова, С.М. Клименко, Д. Довгань, В. Нємцова,

Л. Піддубної та ін. Зокрема розглядаються джерела формування конкурентних переваг підприємств, різні підходи до трактування поняття конкурентоспроможність підприємства та різноманітні методики визначення його конкурентного статусу [1, 2, 4, 7 – 12].

Незважаючи на досить велику кількість публікацій, присвячених темі діагностування та визначення рівня конкурентоспроможності підприємств, залишаються невирішеними ряд важливих питань, що стосуються проблем вибору методики та системи критеріїв для оцінювання, достовірності одержаних оцінок.

Метою статті є розгляд та проведення аналізу існуючих підходів до визначення рівня конкурентоспроможності підприємств, розробка моделі побудови рейтингів конкурентоспроможності підприємств з використанням методів багатокритеріального аналізу та визначення рівня узгодженості одержаних результатів.

На основі дослідження наукових праць за темою даної статті можна зробити висновок, що одним із основних проблемних моментів в оцінюванні конкурентоспроможності підприємств є складність вибору системи критеріїв (показників), за якими буде здійснюватися оцінка. У роботі [8] авторами сформульовано основні методологічні принципи формування такої системи:

1. Адекватність показників конкурентоспроможності завданням стратегічного управління підприємством. Тобто система показників має відображати стратегічну спрямованість управління підприємством та забезпечувати кожен із етапів управлінського циклу.

2. Охоплення системою показників внутрішніх і зовнішніх потоків результативності підприємства та джерел (ресурсів) їх формування.

3. «Фокусування» системи показників на ключових чинниках та джерелах формування конкурентних переваг на релевантних ринках.

4. Оптимальна чисельність показників внутрішнього і зовнішнього середовища підприємства та відсутність суттєвих кореляційних зв’язків між ними.

5. Можливість кількісного визначення та чіткого алгоритму розрахунку показників конкурентоспроможності.

6. Забезпечення як статичного, так і динамічного аналізу (тенденцій розвитку) зовнішнього середовища, включаючи розробку моделей оцінювання його стану.

Більшість існуючих підходів до виділення критеріїв оцінювання конкурентоспроможності зводиться або до аналізу виробничо-збутової діяльності підприємства, або ж до діагностики його фінансових показників. Так, у [4] пропонується розглядати наступні показники: конкурентоспроможність продукції та ефект від її реалізації; відношення вартості реалізованої продукції до її кількості за поточний період; відношення прибутку до загальної вартості продаж; відношення загальної вартості продаж до вартості матеріально-виробничих запасів; відношення загальної вартості продаж до вартості нереалізованої продукції; відношення суми дебіторської заборгованості до загального обсягу продажу; завантаження виробничих потужностей; портфель замовлень; обсяг капіталовкладень.

Ноздрьова Р.Б., Цигічко Л.І. [6] пропонують досліджувати конкурентні позиції підприємства за такими критеріями: обсяг виробництва; обсяг збуту; частка в загальному обсязі виробництва даної продукції; місце в експорті; активи підприємства; чистий прибуток; амортизаційні відрахування; довгострокова заборгованість; обсяг капіталовкладень; відрахування у фонди; показник норми прибутку на капіталовкладення; середні витрати виробництва; розміри оборотних засобів; чистий прибуток за кожним видом продукції; оцінка технічного рівня кожного виду продукції; рівень конкурентоспроможності кожного виду продукції.

А. Дайян, А. Олів'є, Р. Урсе [3] пропонують вивчати сильні та слабкі сторони підприємства за допомогою багатокутника конкурентоспроможності, використовуючи вісім основних критеріїв: якість, ціна, фінанси, торгівля, післяпродажне обслуговування, зовнішня політика, підготовка перед продажем, концепція товару, на якому базується діяльність.

Експертами Американської асоціації управління М.Кастенсом, Н.Палеєм [11, 12] для дослідження конкурентних позицій підприємства запропоновано використовувати контрольні аркуші у формі систематизованих таблиць, в яких для отримання контрольної оцінки застосовують групи показників за такими напрямами: фінанси, виробничий потенціал, склад робочої сили, технологія та науково-дослідний потенціал, організація та управління, маркетинг,

Відповідно до зазначених вище вимог система критеріїв оцінювання конкурентоспроможності підприємств (стратегічних бізнес-одиниць – СБО), на думку авторів, повинна охоплювати такі напрямки діяльності підприємства (рис. 1).



Рис. 1. Система критеріїв для оцінювання конкурентоспроможності підприємства (СБО)

Розглянемо основні існуючі підходи до оцінювання конкурентоспроможності підприємств.

✦ Одним з найбільш уживаних при оцінюванні конкурентоспроможності організації є метод на основі визначення її ринкової частки [1]. Він ґрунтується на припущенні, згідно з яким між часткою і рентабельністю існує такий сильний кореляційний зв'язок, що його існування, як зазначає Р. Мінітер, доходить до «релігійних переконань» [5]. Згідно з цим підходом, ринкова частка підприємства – це питома вага його бізнес-операцій в загальному обсязі операцій на даному ринку [9]. Оцінювання конкурентоспроможності за показником ринкової частки підприємства супроводжується виділенням певних стандартних положень та віднесенням підприємства до класу аутсайдерів, середняків, лідерів, або так званих «патієнтів», «сірих мишей», «слонів» та «бегемотів» [10]. Інший підхід, який дає змогу врахувати тенденцію зміни частки ринку й пов'язану з нею зміну конкурентної позиції, використовується при побудові матриці конкурентної карти ринку, в якій виділяється 16 типових положень підприємства, що відрізняються ступенем використання конкурентних переваг і потенційною можливістю протистояти тиску конкурентів [2], табл. 1.

Таблиця 1. Матриця конкурентної карти ринку

Темп приросту ринкової частки		Класифікаційні групи			
		I	II	III	IV
		Лідери ринку	Фірми з сильною конкурентною позицією	Фірми зі слабкою конкурентною позицією	Аутсай-дери ринку
Фірми, з конкурентною позицією, що швидко поліпшується	I	1	5	9	13
Фірми, з конкурентною позицією, що поліпшується	II	2	6	10	14
Фірми, з конкурентною позицією, що погіршується	III	3	7	11	15
Фірми, з конкурентною позицією, що швидко погір-шується	IV	4	8	12	16

Відповідно до табл. 1 положення фірми в межах кожної групи визначається величиною ринкової частки, а при рівності ринкових часток для ранжирування конкурентів можна скористатися показником темпів їх приросту, який визначається за формулою [1]: $T_i = \frac{D_i^t - D_i^{t_0}}{n} \times 100\%$, де T_i – темп приросту ринкової частки i-го підприємства за період часу з t_0 до t; $D_i^{t_0}$, D_i^t – ринкові частки i-го підприємства в період часу t_0 та t відповідно; n – кількість років у періоді, що розглядається.

✦ Методика розрахунку «індексу мікроекономічної конкурентоспроможності», яка розроблена групою вчених Інституту стратегії та конкурентоспроможності Гарвардської

школи бізнесу (США) під керівництвом М. Портера, ґрунтується на концепції конкурентоспроможності, згідно з якою конкурентна стратегія та якість бізнес-середовища є вирішальними у формуванні конкурентних переваг підприємства. Згідно з нею субіндекс «діяльність і стратегія компанії» розраховується на основі 16 показників, а субіндекс «якість бізнес-середовища» – 31 показника. У розрахунках цих субіндексів «вага» (вплив) першого визначається коефіцієнтом 0,37, а другого – 0,63.

✦ Достатньо цікавою та відомою є методика консультаційної американської фірми «D&B», яку можна використовувати для визначення конкурентоспроможності підприємств усередині галузі, яких оцінюють за трьома групами показників. До першої групи входять показники, що відображають ефективність виробничо-збутової діяльності підприємств: відношення до чистої вартості матеріальних активів, відношення чистого прибутку до чистого оборотного капіталу. Показники другої групи характеризують стан виробничої сфери підприємства – в основному інтенсивність використовування основного й оборотного капіталу: відношення чистих продажів до чистої вартості матеріальних активів, відношення чистих продажів до чистого оборотного капіталу, відношення чистих продажів до вартості матеріально-виробничих запасів, відношення основного капіталу до вартості матеріальних активів, відношення матеріально-виробничих запасів до чистого оборотного капіталу. Третю групу складають показники, пов'язані з фінансовою діяльністю підприємств: відношення оборотного капіталу до поточного боргу, період оплати поточних рахунків, відношення поточного боргу до вартості матеріальних активів, відношення загального боргу до вартості матеріальних активів, відношення поточного боргу до вартості матеріально-виробничих запасів, відношення довгострокових зобов'язань до чистого оборотного капіталу.

✦ Інтегральну оцінку конкурентоспроможності дають змогу отримати методи, що базуються на теорії ефективної конкуренції, згідно з якою найбільш конкурентними є підприємства, де найкращим чином організовані виробнича діяльність, просування й збут конкурентноспроможної продукції та ефективне управління фінансами. Рівень конкурентоспроможності підприємства у цьому випадку визначається за формулою:

$$KKO = 0{,}15EO + 0{,}29ФO + 0{,}23E3 + 0{,}33KT,$$

де KKO – коефіцієнт конкурентоспроможності організації; EO – значення за критерієм ефективності виробничої діяльності; $ФO$ – значення за критерієм фінансового положення; $E3$ – значення за критерієм ефективності організації збуту та просування продукції; KT – значення за критерієм конкурентоспроможності продукції.

✦ У світовій практиці достатньо широко використовують індикаторний підхід, відповідно до якого конкурентоспроможність підприємства (стратегічної бізнес-одиниці) визначається за допомогою двох інтегральних критеріїв: економічної та соціальної конкурентоспроможності.

Для оцінювання економічної конкурентоспроможності застосовують п'ять індикаторів: ефективності бізнесу (KP_n); ефективності використання економічного

простору ($КТ_п$); попиту споживачів на продукцію підприємства ($КЕ_п$); рівня доходу робітників підприємства ($КД_п$) та ефективності використання часу ($КЧ_п$).

Загальний фактичний рівень економічної конкурентоспроможності ($РЕК_п$) визначається за формулою: $РЕК_п = \frac{КР_п + КТ_п + КЕ_п + КД_п + КЧ_п}{КР_б + КТ_б + КЕ_б + КД_б + КЧ_б}$, де $КР_п$, $КТ_п$, $КЕ_п$, $КД_п$, $КЧ_п$ – бальні оцінки значень індикаторів конкурентоспроможності підприємства (СБО); $КР_б$, $КТ_б$, $КЕ_б$, $КД_б$, $КЧ_б$ – бальні оцінки значень індикаторів базового рівня для дослідження конкурентоспроможності (в якості базового рівня можуть бути вибрані максимальні значення індикаторів по групі аналізованих підприємств (СБО)).

Соціальна конкурентоспроможність оцінюється за допомогою чотирьох індикаторів діяльності підприємства (СБО): оцінка споживачами та суспільством (споживчий рейтинг – $СР_п$), оцінка конкурентами (діловий рейтинг – $ДР_п$), самооцінка працівниками ($ПР_п$) та власниками (престижний рейтинг – $МР_п$).

Загальний фактичний рівень соціальної конкурентоспроможності розраховується за формулою: $РСК_п = \frac{СР_п + ДР_п + ПР_п + МР_п}{СР_{пн} + ДР_{пн} + ПР_{пн} + МР_{пн}}$, де $СР_п$, $ДР_п$, $ПР_п$, $МР_п$ – бальні оцінки значень зазначених вище індикаторів соціальної конкурентоспроможності підприємства (СБО); $СР_{пн}$, $ДР_{пн}$, $ПР_{пн}$, $МР_{пн}$ – аналогічні рівні чи фактичні дані конкурентів у балах (можуть бути вибрані максимальні значення індикаторів по групі аналізованих підприємств (СБО)).

Тоді загальний фактичний рівень конкурентоспроможності $ЗРК_п$ можна обчислити за наступним співвідношенням: $ЗРК_п = \frac{РЕК_п + РСК_п}{РЕК_{пн} + РСК_{пн}}$, де $РЕК_{пн}$, $РСК_{пн}$ – нормативні чи фактичні загальні рівні економічної та соціальної конкурентоспроможності конкурентів.

✦ Конкурентоспроможність підприємства можна визначити також за допомогою показника «абсолютної сили», який визначається за формулою:

$$КС_{абс} = \sum_{i=1}^{n} КС_i^{оцін.} - \max_{j=1,m} КС_{ij},$$

де $КС_i^{оцін.}$ – оцінка конкурентної сили оцінюваного підприємства (СБО) за i-м критерієм; $КС_{ij}$ – оцінка конкурентної сили j-го підприємства (СБО) за i-м критерієм; n – кількість критеріїв оцінювання; m – кількість оцінюваних підприємств (СБО), які належать одній стратегічній групі.

У деяких працях [4, 8, 9] до методів оцінювання конкурентоспроможності підприємств відносять інструменти портфельного аналізу: матриці BCG, GE/MkKensey, Shell DPM, ADL/LC, в яких використовуються або окремі показники конкурентоспроможності (в BCG – відносна частка ринку), або інтегральне значення конкурентоспроможності (в GE/MkKensey, Shell DPM, ADL/LC) стратегічних бізнес-одиниць. На нашу думку, це не є коректним, оскільки метою застосування зазначених інструментів не є безпосередньо визначення конкурентоспроможності підприємства, а даний показник використовується як допоміжний для побудови матриць.

Як видно з опису запропонованих методик, у більшості випадків їх застосування базується на використанні багатокритеріального аналізу з визначенням вагових коефіцієнтів критеріїв та оцінюванням досліджуваних підприємств за кожним з цих критеріїв з подальшим агрегуванням за допомогою адитивної чи мультиплікативної згортки. Результатом такого дослідження є інтегральний показник конкурентоспроможності. Зазначимо, що даний підхід має ряд недоліків, основними з яких є такі:

1) суб'єктивний характер процедур визначення критеріїв та їх вагових коефіцієнтів;

2) складність оцінювання підприємств-конкурентів через відсутність інформації за деякими критеріями;

3) компенсаційний характер інтегральних оцінок, який проявляється в тому, що низькі оцінки за одними критеріями можуть компенсуватися високими оцінками за іншими критеріями;

4) відсутність процедур перевірки результатів експертного оцінювання конкурентоспроможності з метою визначення їх достовірності.

Звідси випливає необхідність вдосконалення методики багатокритеріального оцінювання з метою подальшого її застосування для визначення конкурентоспроможності підприємств.

На рис. 2 представлена схема оцінювання конкурентоспроможності, яка дає змогу вирішити ряд зазначених проблемних питань. Зазначимо, що відповідно до запропонованого підходу результатом аналізу є дві оцінки конкурентоспроможності (рис. 2):

1) оцінка конкурентоспроможності за кожним з виділених напрямів діяльності підприємства (стратегічних бізнес-одиниць), яка може використовуватися для формування стратегічних рекомендацій на основі, наприклад, методів портфельного аналізу (матриці BCG, GE/MkKensey, Shell DPM, ADL/LC і т.п.).

2) інтегральна оцінка конкурентоспроможності всього підприємства, яка необхідна для формування корпоративної стратегії та здійснення зовнішньоекономічної діяльності. Зауважимо, що агрегування часткових оцінок конкурентоспроможності виділених стратегічних бізнес-одиниць можна здійснювати з урахуванням їх важливості у бізнес-портфелі підприємства за допомогою, наприклад методу SMART (SAW).

Зазначимо, що наведена методика передбачає

а) обґрунтування й підбір системи критеріїв для урахування специфіки ринку й логіко-причинних зв'язків у галузі;

б) визначення рейтингів (показників) конкурентоспроможності (R_1, R_2, …, R_n) за кожним з напрямів діяльності (СБО) з використанням запропонованих методів багатокритеріального аналізу (TOPSIS, AHP (методу аналітичної ієрархії), SMART) та індикаторного методу;

в) аналіз рівня узгодженості одержаних результатів за допомогою коефіцієнта конкордації;

г) отримання скоригованих значень показників конкурентоспроможності СБО ($R(СБО_1$, $R(СБО_2)$, …, $R(СБО_n)$) й підприємства в цілому.

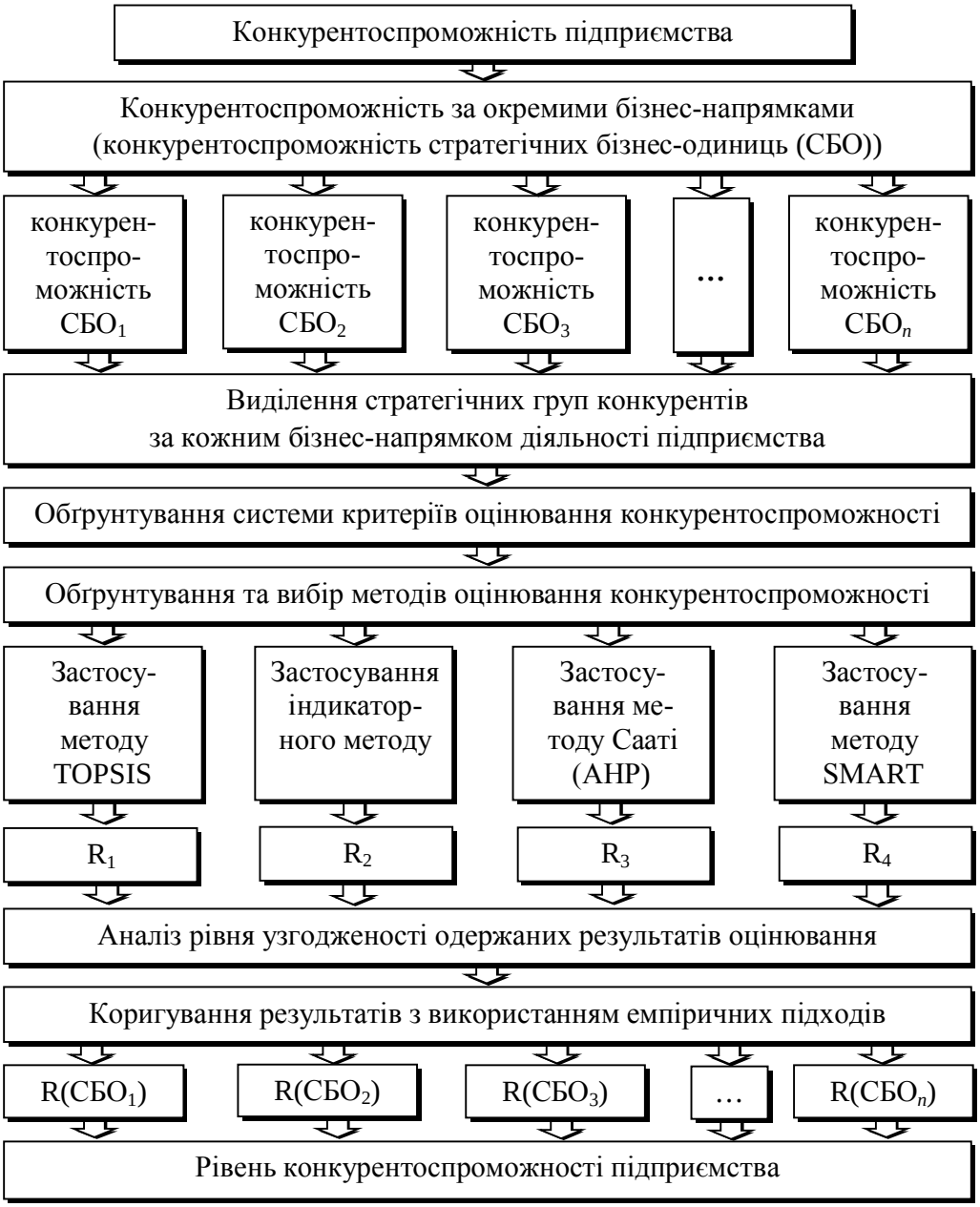


Рис. 2. Схема оцінювання рівня конкурентоспроможності стратегічних бізнес-одиниць та підприємства в цілому

Підсумовуючи одержані результати, можна зробити висновок, що проблеми, які існують при оцінюванні конкурентоспроможності підприємства, можуть бути вирішені

а) шляхом ретельного обґрунтування й вибору системи критеріїв для здійснення оцінки конкурентоспроможності з адаптацією її до специфічних особливостей ринку та умов функціонування підприємства (СБО);

б) за допомогою використання сучасних методів багатокритеріального аналізу, які використовують як кількісні, так і якісні оцінки;

в) застосуванням процедур перевірки достовірності одержаних результатів.

Отримані результати можуть бути використані для удосконалення інструментів визначення конкурентоспроможності підприємства (СБО) з метою проведення бенчмаркінгу, посилення конкурентних переваг окремих стратегічних бізнес-одиниць і підприємства в цілому, формування конкурентних стратегій поведінки на ринку.

Подальші дослідження за тематикою даної роботи можуть бути спрямовані на удосконалення та адаптацію системи критеріїв оцінювання конкурентоспроможності підприємства (СБО) з урахуванням як специфіки функціонування ринку, так і самої мети аналізу. Потребує глибокого обґрунтування й вибір методів багатокритеріального оцінювання у залежності від наявної інформації про діяльність підприємств (СБО) та її характеру за визначеними критеріями.

Література:

1. Азоев Г.Л. Конкурентные преимущества фирмы / Г.Л. Азоев, А.П. Челенков . – М.: ОАО «Типография «НОВОСТИ», 2000. – 256 с.
2. Бутенко Н. Методичні підходи до систематизації конкурентних переваг підприємства / Н. Бутенко, М. Кривенко // Вісник КНУ імені Тараса Шевченка. Економіка. – 2009. – № 107.– с. 42-46.
3. Дайан А. Академия рынка: Маркетинг: Пер с франц. / А. Дайан, Ф. Букерель, А. Оливье, Р. Урсе. – М.: Экономика, 1993. – 571 с.
4. Клименко С.М. Управління конкурентоспроможністю підприємства: навч. посіб. / С.М. Клименко, Т.В. Омельяненко, Д.О. Барабась, О.С. Дуброва, А.В. Вакуленко. – К.: КНЕУ, 2008. – 520 с.
5. Минитер Р. Миф о доле рынка / Р. Минитер. – М.: ООО «Добрая книга», 2003. – 176 с.
6. Ноздрева Р.Б. Маркетинг: как побеждать на рынке / Р.Б. Ноздрева, Л.И. Цыгичко. – М.: Финансы и статистика, 1991. – 304с.
7. Піддубна Л.І. Конкурентоспроможність економічних систем: теорія, механізм регулювання та управління: Монографія / Л.І. Піддубна. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2007. – 368 с.
8. Уланчук В.С. Конкуренція та методи визначення конкурентоспроможності / В.С. Уланчук, Н.О. Лисенко // Зб. наукових праць Уманського державного аграрного університету. – 2008. – Випуск 70 (частина 2 – економіка). – С. 22-26.
9. Целикова Л.В. Конкурентоспособность субъектов рынка и механизм ее оценки / Л.В. Целикова // Вестн. Моск. у-та. Серия 6. Экономика. – 2000. – № 2. – С. 57-67.
10. Юданов А.Ю. Конкуренция: теория и практика / А.Ю. Юданов. – М.: «ГНОМ и Д», 2001. – 304 с.
11. Kastens M. Long-Range Plannung for Your Business. – N.Y, 1976. – P. 52-53.
12. Palay N. The Managers Guide to Competitive Marketing Stratagies. – N.Y., 1989. – P. 81-82.