

УДК 334.716.009.12

Т. Ю. Горшкова

*Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України,
м. Одеса*

МЕТОДИ РОЗРАХУНКУ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Розглядаються проблеми конкурентоспроможності підприємства, методи її розрахунку, їх недоліки та переваги.

Ключові слова: конкурентоспроможність, конкурентоспроможність підприємства, методи розрахунку конкурентоспроможності підприємства.

Рассматриваются проблемы конкурентоспособности предприятия, методы её расчёта, их преимущества и недостатки.

Ключевые слова: конкурентоспособность, конкурентоспособность предприятия, методы расчёта конкурентоспособности предприятия.

In article problems of competitiveness of the enterprise, methods of its calculation, their advantage and lacks are considered.

Key words: competitiveness, competitiveness of the enterprise, methods of calculation the competitiveness of the enterprise.

Важливим складовим компонентом механізму ринкової економіки є конкуренція. Це економічна боротьба, суперництво між відокремленими виробниками продукції, робіт, послуг щодо задоволення своїх інтересів, пов'язаних із продажем цієї продукції, виконаних робіт, наданням послуг одним і тим же споживачам.

Основне завдання і головна функція конкуренції – завоювати ринок, у боротьбі за споживача перемогти своїх конкурентів, забезпечити одержання сталого прибутку. Вона є об'єктивним економічним законом розвинутого товарного виробництва, який примушує товаровиробників до підвищення продуктивності праці на своїх підприємствах, розширення масштабів виробництва, прискорення НТП, впровадження нових форм організації виробництва і систем заробітної плати тощо.

У сучасних умовах ринкової економіки підприємство, яке постачає свою продукцію на ринок, не може довгий час займати стійку позицію, спираючись у своїй стратегії тільки на показники конкурентоспроможності продукції, при цьому не враховуючи власні сукупні витрати, які пов'язані із створенням та реалізацією цієї продукції. При появі нових конкурентів, при прийнятті рішень про розширення виробництва або його скорочення, при здійсненні інвестицій у модернізацію технологічного обладнання або оновлення продукції, що випускається, необхідна оцінка всього підприємства, а не окремого його виду продукції. Тому тема «конкурентоспроможність підприємства» в наш час є дуже актуальною.

Конкуренція (від лат. *concurrere* – змагатися) – змагання між учасниками ринкового господарства за кращі умови виробництва, купівлі і продажу товарів. Таке змагання породжується об'єктивними умовами: повною господарською відособленістю кожного учасника ринку, його повною залежністю від господарської кон'юнктури (поточного стану економіки в певний період) і протиборством з іншими претендентами за найбільший дохід [1].

Поняття «конкурентоспроможність» підприємства було введено в науковий обіг М. Є. Портером [2] і є базовим в управлінні, і буде існувати відносно підприємства до тих пір, поки воно утримує конкурентну перевагу над конкурентами ринку. Конкурентна перевага характеризується ним як «продуктивність вико-

ристання ресурсів», де критерієм вважається рентабельність виробництва. Конкурентні переваги існують тоді, коли підприємство може отримати рентабельність, вищу середньої для даної галузі чи сегмента ринку. Конкурентна перевага визначається набором характеристик, якостей товару чи послуги, які створюють перевагу над конкурентами.

Конкурентоспроможність підприємства – це здатність підприємства за будь-яких обставин утримувати позицію на ринку власної продукції завдяки дії низки відповідних чинників: конкурентоспроможності продукції, технології та устаткування, персоналу, менеджменту й організації праці.

Рівень конкурентоспроможності підприємства формується багатьма чинниками як внутрішнього, так і зовнішнього середовища.

Конкурентоспроможність організації визначається за такими чинниками:

- 1) якість продукції і послуг;
- 2) наявність ефективної стратегії маркетингу;
- 3) рівень менеджменту і кваліфікації персоналу;
- 4) технологічний рівень виробництва;
- 5) податкове середовище, в якому діє підприємство;
- 6) доступність джерел фінансування.

Базовими принципами оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства є:

– комплексність – результати дослідження конкурентоспроможності підприємства мають сполучати в собі і конкурентні позиції підприємства відносно одного або декількох конкурентів, що розглядаються як база порівняння, і оцінку ефективності процесу його адаптації до змінних умов функціонування, і ступінь реалізації стратегічного потенціалу;

– об'єктивність – результати дослідження конкурентоспроможності підприємства повинні базуватися на повній та достовірній інформації про зовнішні та внутрішні умови його функціонування і відображати реальні конкурентні позиції суб'єкта господарювання;

– системність – основою для оцінки рівня конкурентоспроможності можуть виступати лише результати системного аналізу впливу чинників внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства;

– безперервність – дискретні оцінки не завжди дають можливість своєчасно зафіксувати зміни чинників конкурентоспроможності, оцінити можливі тенденції динаміки конкурентних позицій підприємства та своєчасно прийняти та реалізувати відповідні управлінські рішення, тому процес дослідження та оцінки конкурентоспроможності та змін її рівня повинен мати безперервний характер;

– динамічність – основним завданням дослідження конкурентоспроможності є прогнозування змін конкурентних позицій підприємства та розробка на цій основі ефективних управлінських рішень, а не їх статична оцінка на конкретний момент часу;

– оптимальність – об'єкт дослідження – це не тільки рівень конкурентоспроможності, а і ступінь ефективності його досягнення, тому необхідна комплексна оцінка шляхів досягнення певних конкурентних позицій з урахуванням прямих витрат, які пов'язані з реалізацією заходів регулювання конкретного чинника, і потенційних витрат на розвиток та підтримку конкурентної переваги в майбутньому.

Оцінка конкурентної позиції підприємства на галузевому ринку дозволяє:

- розробити заходи підвищення конкурентоспроможності;
- притягнути інвестиції в перспективне виробництво;
- вибрати партнерів для організації спільного випуску продукції;
- скласти програми виходу підприємства на нові ринки збуту [3].

Досягнення поставленої мети можливе за наявності оперативної і об'єктивної методики оцінки конкурентоспроможності.

Конкурентоспроможність підприємства визначають показники, які характеризують:

- конкурентоспроможність продукції;
- фінансовий стан підприємства;
- ефективність збуту та просування товарів;
- ефективність виробництва;
- імідж підприємства тощо.

Конкретний набір показників залежить від обраного методу оцінки конкурентоспроможності підприємства.

Класифікація методів оцінки конкурентоспроможності підприємства передбачає їх поділ на окремі групи за певною ознакою. Найчастіше такою ознакою виступає форма представлення результатів оцінки, відповідно до якої виділяють графічні, матричні, розрахункові та комбіновані (розрахунково-матричні, розрахунково-графічні) методи. Кожен з них має свої переваги та недоліки.

Розрахункові методи оцінки конкурентоспроможності підприємства є велими численними. Вони поділяються на:

- *специфічні методи* – методи, які дозволяють оцінити конкурентоспроможність підприємства за окремими аспектами його діяльності;
- *комплексні методи* – методи, що базуються на комплексному підході до оцінки конкурентоспроможності підприємства.

Серед комплексних методів оцінки визначальне місце посідають:

- метод, що використовує як головний підхід оцінку конкурентоспроможності продукції підприємства;
- метод, що базується на аналізі порівняльних переваг підприємств-конкурентів;
- метод, що ґрунтується на основі теорії ефективної конкуренції;
- інтегральний метод;
- метод самооцінки (Європейська модель ділової досконалості, англійська методика – матриці удосконалення бізнесу (ВІМ)).

Графічний метод оцінки конкурентоспроможності базується на побудові так званої «Радіальної діаграми конкурентоспроможності» або «Багатокутника» конкурентоспроможності».

На рисунку 1 співставлено багатокутники конкурентоспроможності чотирьох підприємств (умовні назви – «Союз», «Прага», «Прогрес» та «Сталь») за дев'ятьма критеріями.

Побудова багатокутників здійснювалася таким чином: коло було поділене радіальними оціночними шкалами на рівні сектори, кількість яких дорівнювала кількості обраних критеріїв (у даному випадку – 9); шкали на радіальних прямих було градуйовано так, щоб усі значення критеріїв містилися всередині оціночного кола; значення критеріїв збільшувалися по мірі віддалення від центра кола; на кожній осі з використанням відповідного масштабу вимірювання було позначено точки, що відповідали значенням критеріїв; по точках відповідно для кожного з підприємств проведено ламану лінію, яка і сформувала багатокутник. З рисунка 1 видно, як відрізняються підприємства одне від одного за окремими критеріями.

Перевагою графічного методу оцінки конкурентоспроможності підприємства є його простота та наочність; недоліком слід вважати те, що він не дає змоги встановити значення узагальненого критерію конкурентоспроможності підприємства. Тому конкурентоспроможність підприємств можливо співставити тільки за окремими показниками.

Матричні методи оцінки конкурентоспроможності підприємства базуються на використанні матриці-таблиці впорядкованих по рядках та стовпцях елементів. Найбільш показовим прикладом може слугувати широко відома матриця БКГ («Бостонської консалтингової групи») (рис. 2).

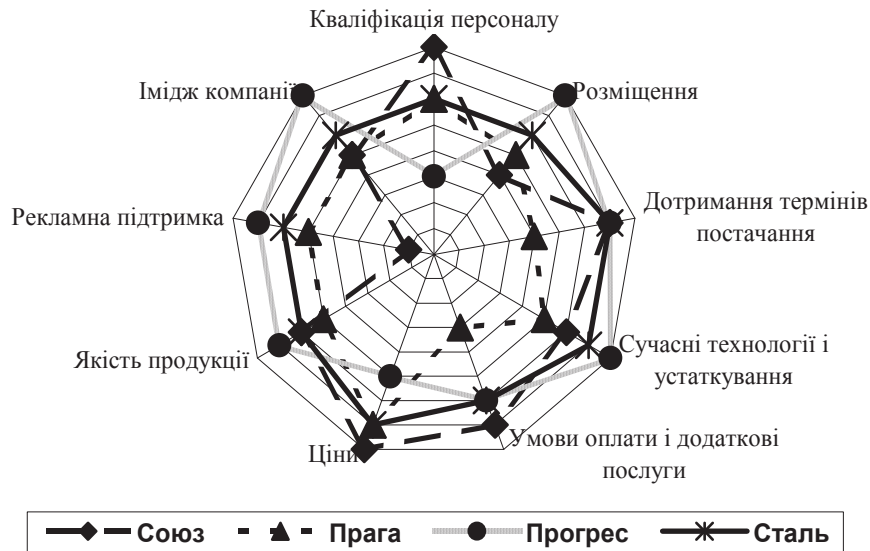


Рис. 1. Багатокутник конкурентоспроможності

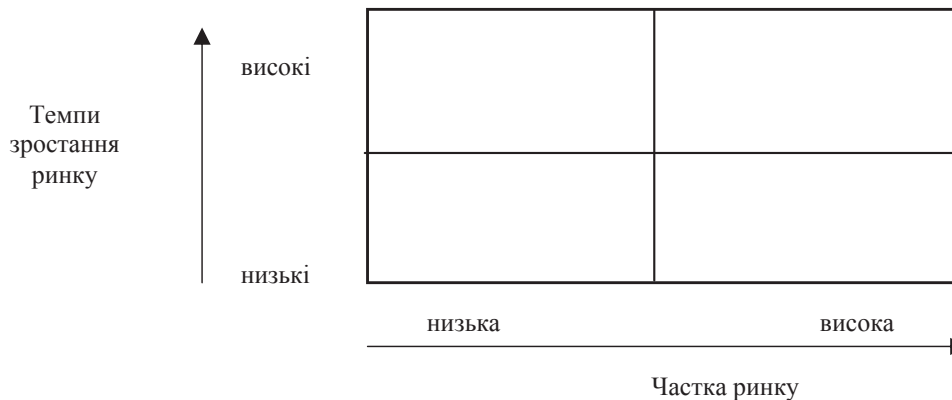


Рис. 2. Принциповий вигляд матриці БКГ

Вона побудована за принципом системи координат: по вертикалі – темпи росту місткості ринку, що розміщуються по рядках матриці у лінійному масштабі; по горизонталі, тобто по стовпцях матриці – в логарифмічному масштабі відкладається відносна частка виробника продукції на ринку. Найбільш конкурентоздатними вважаються підприємства, що займають значну частку на швидкозростаючому ринку.

Переваги методу: дає змогу дослідити розвиток процесів конкуренції в динаміці та за наявності достовірної інформації про обсяги реалізації дозволяє забезпечити високу репрезентативність оцінки; як недолік відзначають надмірну спрощеність методу та неможливість проведення аналізу причин того, що відбувається, внаслідок чого ускладнюється вироблення управлінських рішень. Окрім матриці БКГ існує досить багато матричних моделей, які можуть бути використані для оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства:

- матриця «Привабливість ринку / конкурентоспроможність» (модель GE/Mc Kinsey);
- матриця «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) тощо.

Табличний метод оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства фактично являє собою варіацію матричного і тому не виділяється тут у окрему категорію.

До ключових методів оцінки конкурентоспроможності підприємства відносять методи, в основі яких лежить: життєвий цикл товару (послуги); оцінка конкурентоспроможності одиниці продукції; частка ринку; теорія ефективної конкуренції; конкурентна перевага; метод бенчмаркінгу; споживча вартість тощо [4].

Описані вище методи різняться за своєю суттю, базою формування показників конкурентоспроможності. У цілому, складною методологічною проблемою при оцінці конкурентоспроможності підприємства є визначення її критеріїв і показників. Н. Боровських сформовано приблизний перелік критеріїв і групи показників, що використовуються при оцінці конкурентоспроможності організації під час розробки і реалізації її конкурентних стратегій (таблиця) [5].

Таблиця

Базові критерії та групи показників конкурентоспроможності підприємства

Критерії	Групи показників
Наявність і забезпеченість виробничими ресурсами	Рівень забезпеченості технікою, будівлями, устаткуванням, їх технічна справність, вік; технології; рівень організації виробництва робіт; площа земельних угідь, поголів'я худоби і птиці
Наявність і забезпеченість матеріально-технічними ресурсами	Характеристика і джерела матеріально-технічного постачання; чисельність, надійність постачальників, характер відносин з постачальниками
Забезпеченість кадрами	Забезпеченість і кваліфікація персоналу; плинність кадрів; потреба в нових кадрах; психологічний клімат у колективі
Система управління організацією	Організаційно-правова форма підприємства; характер і форма власності; число рівнів управління; розподіл прав і відповідальності; норми керованості, витрати на управління; методи управління; стилі керівництва; система комунікацій; схема інформаційних потоків, їх ефективність, наявність банку даних і інформаційних систем
Ефективність виробничої діяльності підприємства	Ефективність управління виробничим процесом; економічність виробничих витрат; раціональність і ефективність використання основних і оборотних фондів; продуктивність праці
Ділова активність підприємства і ефективність організації збуту і просування товарів	Рівень затовареності готовою продукцією; рентабельність продажів; рівень завантаження виробничих потужностей; надійність постачальників: швидкість реакції на замовлення; обсяги постачання сировини; інвестиційна привабливість
Конкурентоспроможність продукції	Якість продукції; ціна продукції
Фінансовий стан організації	Показники майнового стану; показники ліквідності і платоспроможності підприємства; показники фінансової стійкості; показники ділової активності; показники фінансових результатів діяльності підприємства

Вибір показників оцінки конкурентоспроможності фірми, методики в цілому залежить від багатьох факторів: мети проведення оцінки, сфери бізнесу, наявної інформації тощо.

Бібліографічні посилання і примітки

1. **Борисов Е. Ф.** Экономическая теория / Е. Ф. Борисов. – М. : Изд-во Москва Юрайт, 2005. – 124 с.
2. **Портер М.** Конкуренция / М. Портер. – К. : Основы, 2001.
3. **Мазилкина Е. И.** Основы управления конкурентоспособностью / Е. И. Мазилкина. – М. : Омега-Л, 2009. – 328 с.

4. **Клименко С. М.** Управління конкурентоспроможністю підприємства / С. М. Клименко. – К., 2006. – 304 с.
5. **Боровских Н.** Конкурентные стратегии: методология формирования и развития / Н. Боровских // Маркетинг. – 2005. – С. 37–48.
6. **Фатхутдинов Р. А.** Стратегический менеджмент / Р. А. Фатхутдинов. – М., 2005.

Надійшла до редколегії 16.12.2011

УДК 338.242.42

Н. В. Закервашевич

Донецкий национальный университет

ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ И УЧРЕЖДЕНИЙ СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЫ

Проаналізовано основні фактори розвитку соціальної сфери регіонів. Розглянуто вплив людського капіталу на економічний потенціал установ соціальної сфери на макро- та мезорівнях.

Ключові слова: соціальна сфера, фактори розвитку, охорона здоров'я, освіта.

Проанализированы основные факторы развития социальной сферы регионов. Рассмотрено влияние человеческого капитала на экономический потенциал учреждений социальной сферы на макро- и мезоуровнях.

Ключевые слова: социальная сфера, факторы развития, здравоохранение, образование.

Analyzed the main factors of social areas. The influence of human capital on the economic potential of social institutions at the macro and meso levels.

Key words: social, factors of development, health and education.

Реформи, проводимі в Україні, направлені на формування соціально-орієнтованої ринкової економіки, одним із важливіших факторів якої є ефективне використання трудового потенціалу підприємства незалежно від форми власності і виду економічної діяльності. Для цього необхідно комплексно підійти до розгляду проблеми мотивації персоналу, особливо в соціальній сфері, використовуючи інтелектуальний і висококваліфікований труд найманих працівників.

В умовах створення в Україні соціально-орієнтованої ринкової економіки виникає необхідність збільшення соціальної відповідальності підприємств. Однак в сучасних умовах господарювання багато підприємств знаходяться в фінансово-економічному кризисі і не мають можливості підтримувати створену раніше соціальну сферу, в результаті чого змінюються соціальні функції підприємств і держави як регулятора соціально-економічних відносин. За час реформ в Україні так і не сформована ефективна система соціальних амортизаторів як інструментів соціальної політики на різних рівнях господарювання.

Теоретична, методична і практична література по розв'язанню соціально-економічних проблем управління, що складається з наукових праць відомих зарубіжних і вітчизняних учених: А. Азарян, Р. Акоффа, І. Ансоффа, Л. Балабанової, І. Бланка, О. Коваленко, Х. Ламперта, Б. А. Райзберг, Л. Ш. Лозовського, Н. Д. Лук'яненко, Р. Шеннона і др., дозволила створити со-