

КЛАСИФІКАЦІЯ ПІДХОДІВ, ЗАВДАНЬ ТА МЕТОДІВ ОЦІНЮВАННЯ КОНКУРЕНТОЗДАТНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

У статті висвітлено подальший розвиток методології аналізу й оцінки конкурентоздатності через взаємозв'язок завдань, підходів та методів оцінки. Розроблено структурну класифікацію наукових підходів до оцінки рівня конкурентоздатності підприємств, визначено основні практичні завдання управління нею. Здійснено частотний аналіз даних завдань та виокремлено такі їх види, як: основні, оперативні (рутинні) та спеціальні. Аналіз виконано в залежності від кількості залучених методів оцінки.

Ключові слова: конкурентоздатність підприємств, визначення конкурентоздатності, частотний аналіз дефініцій, класифікація завдань управління.

В статье освещено дальнейшее развитие методологии анализа и оценки конкурентоспособности через взаимосвязь заданий, подходов и методов оценки. Разработана структурную классификацию научных подходов к оценке уровня конкурентоспособности предприятий, определены основные практические задания. Осуществлён частотный анализ данных заданий и выделены такие их виды: основные, оперативные (рутинные) и специальные. Анализ произведено в зависимости от количества используемых методов оценки.

Ключевые слова: конкурентоспособность предприятий, определение конкурентоспособности, частотный анализ дефиниций, классификация задач управления.

The article is devoted to further development of competitiveness, its methodology of analysis and estimation through interrelation of tasks, approaches and methods of estimation. The structural classification of the scientific approaches to estimation of the enterprise competitiveness level is developed. The general practical tasks are defined. The frequency analysis of these tasks helped to separate their different groups, such as: basic, operative (routine) and special. The analysis depends on number of the methods that are being used.

Key words: enterprise competitiveness, definition of competitiveness, frequency analysis of definitions, classification of management tasks.

Постановка проблеми. Розвиток зовнішніх та внутрішніх торговельних умов діяльності спонукає виробників укріплювати свої позиції на ринках. Вступ до СОТ може спричинити посилення впливу іноземних конкурентів через наявність таких переваг: вищий рівень технологій; система забезпечення стандартів якості; кращий досвід менеджменту тощо. Отже, актуальним завданням вітчизняних підприємств є утримання конкурентних позицій на ринку, що залежить від володіння підходами та методами оцінки конкурентоздатності

підприємств. Наука і практика пропонує значну кількість досліджень у цьому напрямку. В кожному випадку вони формувались для вирішення певних практичних й наукових завдань.

Для успішного забезпечення конкурентної позиції вітчизняних підприємств необхідним є наукове обґрунтування стратегії діяльності, зокрема через подальший розвиток методології аналізу й оцінки конкурентоздатності.

Дослідження ґрунтується на припущенні щодо взаємозв'язку між підходами, завданнями та методами оцінки конкурентоздатності підприємств.

Останні дослідження і публікації. Теоретичному обґрунтуванню та практичному застосуванню різних підходів та методів оцінювання конкурентоздатності присвятили свої роботи такі вітчизняні та закордонні науковці, як Алексєєв С.Б., Антонюк Л.Л., Білоконенко Г.В., Булеєв І.П., Буркинський Б.В., Волонцевич О.Ф., Воронов А., Гаврилук С.П., Генералова С., Денисова А.Л., Дробитько Н.А., Дубель В., Злидень І.М., Иванов Ю.Б., Котлер Ф., Лазарева О.В., Лука О.Ф., Маракулін М.В., Нужна О.А., Коломієць І., Кузьмін О.Є., Павлова В.А., Панасюк О.А.,

Райнін І.Л., Ратніков Д., Савчук С.И., Смолін І.В., Тарасьєва Л.В., Титаренко В.Є., Тищенко О.М., Шувалов С., Уляхин Т.М., Чурносова І.О., Чайникова Л.Н., Чайников В.Н.

Метою статті є структурна класифікація наукових підходів та методів оцінки конкурентоздатності підприємства з позиції практичних завдань управління.

Виклад основного матеріалу. Аналіз наукових публікацій дозволив структурувати методологічні підходи до оцінювання конкурентоздатності за допомогою рис. 1.



Рис. 1. Структурна класифікація підходів до оцінки конкурентоздатності

Третьою класифікаційною ознакою є уявлення про причини й джерела підвищення (зниження) конкурентоздатності. За даними поглядами розрізняють монетаристський, структуралістський, інституційний підходи та підхід школи «економіки пропозиції».

Так, монетаристський підхід, виходить з ланцюжка причинно-наслідкових зв'язків «дефіцит державного бюджету – підвищення відсоткових ставок – приплив іноземного капіталу – підвищення курсу національної валюти – зниження конкурентоздатності» [18].

Інша точка зору є характерною для так званих структуралістів, які значною мірою спираються на кейнсіанську теорію. Вони звертаються до мікроекономічних процесів і доводять, що недостатня конкурентоздатність національних товаровиробників на світових ринках обумовлена низькими темпами зростання ефективності виробництва, підвищення технічного рівня та якості виробів [18].

Інституціоналісти справедливо розглядають людський фактор як важливий чинник забезпечення конкурентоздатності в умовах переходу до інформаційного суспільства. Конкуренція людини у здобуванні освіти та на робочому місці призводить до підвищення конкурентоздатності товару, підприємства та країни в цілому [3].

У рамках визначення причин й джерел конкурентоздатності виділено підхід, який запропоновано школою «економіки пропозиції». Так, головною причиною низької конкурентоздатності є торговельні бар'єри, в основному нетарифні, що обмежує доступ національних товарів на зовнішні ринки [18].

Підходи до конкурентоздатності на мікрорівні класифіковано за чотирма ознаками: загальні, спеціальні та прикладні теорії забезпечення конкурентоздатності.

Загальні підходи поділяються на дві групи, але обидві методологічно розроблено не до кінця [18]. До

першої групи належать ті, що ґрунтуються на зв'язку конкурентоздатності підприємства з конкурентоздатністю його продукції і відносною або абсолютною ефективністю його функціонування. Друга група містить підходи, що ґрунтуються на взаємозв'язку конкурентоздатності підприємства з рівнем його потенціалу та ступенем впливу зовнішнього середовища.

До першої групи відноситься, наприклад, маркетинговий [11] та рефлексивний підходи [5]. Суть останнього полягає в тому, що конкуруючі підприємства намагаються попередити або загальмувати вихід суперників на прибутковий сегмент ринку за допомогою засобів рефлексивної взаємодії. Конкуренти відтворюють міркування один одного. Можливість здійснення рефлексивного управління породжує прагнення суперників тримати в таємниці свої дії (комерційна та технічна таємниці) [19].

До другої групи загальних підходів належать кількісні оцінки факторів зовнішнього та внутрішнього середовища та експертні оцінки [15]. Кількісні оцінки поступово замінюються суб'єктивними висновками експертів через конфіденційність деяких фінансових показників підприємства.

У контексті класифікації другої групи виділено ще два підходи до оцінки потенційних здібностей будь-якого економічного суб'єкта: екстраполяційний та прогнозування рівня конкурентоздатності на основі аналізу потенційних можливостей підприємства у конкурентній боротьбі [13].

Прикладні теорії забезпечення конкурентоздатності налічують такі підходи: системний, логічний, функціональний, процесний, структурний, ситуаційний, вартісний [17]. Останньою класифікаційною ознакою є спеціальні методичні підходи, що виникають через дослідження окремих секторів діяльності підприємства [8; 9; 12; 14; 16]. Вони не дозволяють зробити висновок про ступінь спроможності підприємства пристосуватись до змін зовнішнього середовища або оцінити витрати на таку адаптацію [10].

Сучасні підходи, що використовуються у дослідженнях конкурентоздатності, є неоднозначними. Це зумовлює виникнення значної кількості методів її оцінки [7]. Іноді у своїх дослідженнях вчені заміщують методологічні підходи методами оцінки рівня конкурентоздатності, що не є корисним [6].

Отже, крім іншого, класифікація підходів до оцінки конкурентоздатності підприємства дозволила побачити інші методологічні недоліки, у тому числі: термінологічні невідповідності, відсутність системності та комплексності у розгляді підходів.

Гіпотеза щодо взаємозв'язку між підходами, завданнями та методами оцінки конкурентоздатності підприємств стосується того, що той чи інший підхід розробляється для вирішення певного практичного завдання. У свою чергу, в межах даного підходу визначаються методи, за

допомогою яких можливе досягнення необхідного результату. Аналіз наукових публікацій дозволив виокремити основні завдання, що пов'язані із діяльністю підприємств:

1. Формування конкурентної стратегії підприємства, у тому числі: розробка варіантів стратегій; оцінка особливостей етапів життєвого циклу; розробка стратегій для різних періодів; розробка стратегії для окремого сектору діяльності підприємства
2. Оцінювання та аналіз конкурентоздатності підприємств та їх конкурентних позицій на ринку та у галузі, в тому числі: українських підприємств та у порівнянні з конкурентами.
3. Виявлення резервів підвищення конкурентоздатності.
4. Отримання та управління конкурентними перевагами.
5. Визначення та підвищення показників ефективності діяльності, виявлення вільних ринкових ніш, запозичення кращого досвіду інших компаній.
6. Виявлення та оцінювання реальних потреб потенційних споживачів та властивості продукції, послуг.
7. Індивідуальна оцінка рівня конкурентоздатності робочої сили та покращення активності працівників для досягнення конкурентоздатності підприємства.

Як видно з переліку, всі завдання належать до напрямку стратегічного управління підприємством, що підтверджує актуальність даної статті, представлену через необхідність обґрунтування стратегії діяльності підприємства за допомогою розвитку методології аналізу та оцінки конкурентоздатності.

Крім того, окремим завданням виділено державне непряме регулювання, що вміщує створення сприятливих умов для зміцнення конкурентоздатності та дослідження сильних та слабких сторін підприємства.

Вирішення зазначених завдань ґрунтується на використанні низки методів. У роботі було розглянуто понад сорок їх видів у залежності від поставленої практичної задачі. Для детального аналізу було використано типову класифікацію методів в залежності від форм надання інформації [2]:

- економіко-математичні (параметричний або аналоговий метод; розрахунок конкурентоздатності за нормою доданої вартості; метод багатокритеріальної оптимізації);
- графічні (метод на основі дослідження теорії життєвого циклу; побудова багатокутника конкурентоздатності; побудова матриці конкурентного профілю; метод дослідження кривої досвіду; складання карти стратегічних груп);
- описові (матричні або портфельні моделі; факторні моделі М. Портера; PIMS-модель; LOTS-аналіз; GAP-аналіз; модель взаємодії);
- змішані (дослідження конкурентоздатності на основі функціонально-вартісного аналізу; модель І. Ансоффа «продукт-ринок»).

Частотний аналіз задач у залежності від наявності певної кількості методів оцінювання дозволив класифікувати завдання таким чином:

1) спеціальні (постають у поодиноких окремих випадках, зазвичай залежать від специфіки діяльності) 1-4 методи;

2) оперативні або рутинні (вирішують поточні цілі підприємства) 5-29 методів;

3) стратегічні (сприяють досягненню основної мети підприємства) 30-39 методів.

Таблиця 1

Класифікація завдань оцінки конкурентоздатності підприємства

Група завдань	Зміст завдання	Кількість методів, які вміщує завдання
Стратегічні завдання	формування конкурентної стратегії підприємства, у тому числі:	33
	розробка варіантів стратегій	20
	оцінка особливостей етапів життєвого циклу	2
	розробка стратегій для різних періодів	16
	розробка стратегії для окремого сектору діяльності підприємства	5
Оперативні (рутинні) завдання	оцінка та аналіз конкурентоздатності підприємств та їх конкурентних позицій на ринку та у галузі	26
	виявлення резервів підвищення конкурентоздатності	11
	отримання та управління конкурентними перевагами	10
Спеціальні завдання	визначення та підвищення показників ефективності діяльності, виявлення вільних ринкових ніш, запозичення кращого досвіду інших компаній	2
	індивідуальна оцінка рівня конкурентоздатності робочої сили та покращення активності працівників для досягнення конкурентоздатності підприємства	2
	державне непряме регулювання, створення сприятливих умов для зміцнення конкурентоздатності, дослідження сильних та слабких сторін підприємства	1
	виявити та оцінити реальні потреби потенційних споживачів та властивості продукції та послуг	1

З табл. 1 видно, що для вирішення стратегічних завдань наука і практика пропонує 33 методи оцінки конкурентоздатності. Одна із оперативних задач використовує 21 метод оцінки, що може стати причиною вже вказаного недоліку. Спеціальні задачі використовуються у окремих випадках, для усунення специфічних проблем, притаманних конкретному підприємству. При цьому використовується не більше двох методів оцінки.

Таким чином, існує низка методів для вирішення основних завдань стратегічного управління. Головні з них включають значну кількість методів оцінки для досягнення необхідного результату. На прийняття рішень стосовно кожного поставленого завдання впливає низка чинників, зокрема особисте бачення науковця, яке визначається його кваліфікацією, аналітичними здібностями, значенням похибки розрахунків тощо.

Значна кількість підходів та методів до оцінювання конкурентоздатності та відсутність системності їх застосування свідчить про те, що наука знаходиться у пошуку нових, досконалих способів обчислення рівня конкурентоздатності підприємств. Існуючі методи мають низку недосконалостей. Так, економіко-математичні методи здатні розрахувати показник за досить обмеженої кількості параметрів, не враховується вплив багатьох факторів та отриманий результат

дійсний лише у момент його отримання. Графічні методи мають обмежену площину представлення показників діяльності, застосовують екстраполяційне прогнозування, що є не завжди виправданим. Описові методи включають суб'єктивність експертних оцінок, є негнучкими до змін факторів.

Отже, оцінювання рівня конкурентоздатності підприємства пропонується зробити за допомогою методу теорії нечітких множин. Це є напрямком подальших наукових досліджень. Крім того, планується встановлення взаємозв'язку між трьома компонентами (підходами, методами та завданнями оцінки конкурентоздатності підприємства) через згрупування їх до єдиної таблиці. Таблиця допоможе виявити «вузькі місця», що сприятиме удосконаленню загальної методики визначення конкурентоздатності підприємства.

Висновки. Нові умови діяльності вітчизняних підприємств у системі жорсткої конкуренції відкритої економіки ставлять на меті втримання позицій на ринку. Вирішення цього завдання залежить від забезпечення конкурентоздатності підприємства через наукове обґрунтування стратегії діяльності за допомогою подальшого розвитку методології аналізу й оцінки конкурентоздатності.

Критична маса публікацій дозволила системно класифікувати наукові підходи до оцінки рівня конкурентоздатності підприємств. Вони, у свою

чергу, були розроблені переважно для вирішення конкретних практичних завдань. Більшою мірою ці завдання стосуються стратегічного управління діяльністю підприємства та окремо виділено завдання, пов'язане з державним непрямым регулюванням.

Отже, оцінка конкурентоздатності у вигляді взаємозв'язку «завдання-підхід-метод» полягає у формулюванні завдань, виборі підходу до аналізу і методу для досягнення результату. Це створює методологічну основу прийняття достовірних управлінських рішень.

ЛІТЕРАТУРА

1. Алексеев С.Б. Проблемы оценки конкурентоспособности предприятия в современных условиях // Торговля і ринок України: Темат. зб. наук. пр. Вип. 16, т. II / Голов. ред. О.О. Шубін. – Донецьк: ДонДУЕТ, 2004. – 481 с.
2. Білоконенко Г.В. Економічна діагностика: Конспект лекцій для студ. спец. 8.050107 / ХНЕУ. – Харків, 2006. – 135 с.
3. Булеев И.П. Конкурентоспособность: теория и практика // Конкурентоспособность: проблемы науки і практики: Монографія. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2006. – 248 с.
4. Волонцевич Е.Ф. Конкурентоспособность фирм: Курс лекций для студ. спец. «Коммерческая деятельность» / Белорусский гос. экономический ун-т. – Минск: БГЭУ, 2003. – 104 с.
5. Градинарова А.А. Рефлексивный подход к оценке конкурентоспособности предприятий / А.А. Градинарова, С.Н. Воронин // Економіка: проблеми теорії та практики. – 2005. – Вип. 204. – Т. V.
6. Злидень І.М. Методичні підходи до оцінки конкурентоспроможності підприємства // Економіка: проблеми теорії та практики, Випуск 213, 2006.
7. Иванов Ю.Б., Тищенко А.Н., Дробитько Н.А., Абрамова О.С. Конкурентоспособность предприятия: оценка, диагностика, стратегия. – Х.: ХНЭУ, 2004. – 255 с.
8. Мешков А.А. Создание «совместной» ценности услуги в области бизнес-образования на основе маркетинга партнёрских отношений / А.А. Мешков, С.В. Жильцова // Маркетинг в России и за рубежом. – 2004. – № 5 (43).
9. Нищев С.К. Комплексный анализ конкуренции в отечественных наукоемких отраслях на примере производителей полупроводниковых компонентов // Маркетинг в России и за рубежом. – 2004. – № 2 (40).
10. Павлова В.А. Конкурентоспроможність підприємства: оцінки та стратегія забезпечення / Дніпропетровський ун-т економіки та права. – Д.: Видавництво ДУЕП, 2006. – 276 с.
11. Панасюк О.А., Тарасєва Л.В. Обґрунтування необхідності оцінки конкуренто усталеності промислових підприємств // Наукові праці Донецького державного технічного університету. Серія: економічна. Випуск 46. – Донецьк, ДонНТУ, 2002. – 216 с.
12. Решетилова Т.Б. Оценка конкурентоспособности украинских энергетических углей на внутреннем рынке / Т.Б. Решетилова, К.М. Ковтун, Н.В. Шинкаренко // Академічний огляд. – 2000. – № 2.
13. Савчук С.И. Фактор конкурентоспособности как экономическая категория. Микроэкономический подход // Економіка: проблеми теорії та практики. Збірник наукових праць. Вип. 189. Т. 1. – Дніпропетровськ: ДНУ, 2004.
14. Тащиян Г.О. Исследование конкурентоспособности наукоемкой машиностроительной продукции ОАО «Юрмаш» // Маркетинг в России и за рубежом. – 2004. – № 5 (43).
15. Тищенко А.Н., Райнин И.Л. Комплексный подход к оценке конкурентоспособности и позиционирования предприятия // Конкурентоспроможність: проблеми науки і практики: Монографія. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2006. – 248 с.
16. Фасхиев Х.А. Оценка уровня конкурентоспособности грузовых автомобилей и их двигателей / Х.А. Фасхиев, А.В. Крахмалева // Маркетинг в России и за рубежом. – 2004. – № 5 (43).
17. Чурносова И.А. Теоретические предпосылки и подходы к созданию системы обеспечения конкурентоспособности предприятий // Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля, № 10 (80) 2004.
18. Шнипко О.С. Національна конкурентоспроможність: сутність, проблеми, механізми реалізації / НАН України; Інститут економічного прогнозування. – К.: Наукова думка, 2003. – 343 с.
19. http://planetadisser.com/see/dis_176804.html, 20.12.08.

Рецензенти: Червень І.І., д.е.н., професор;
Верланов Ю.Ю., к.е.н., професор.