

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ОЦІНКИ ВПЛИВУ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА НА ФІРМОВУ КОНКУРЕНТОЗДАТНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

У статті розглянуто основні методичні підходи оцінки впливу зовнішнього середовища на фірмову конкурентоздатність підприємств харчової промисловості. Зовнішнє середовище представлено національними та галузевими факторами, ступінь впливу яких визначено як кореляцію із рівнем фірмової конкурентоздатності підприємств. Групування встановлених вагових коефіцієнтів дозволило запропонувати рівняння впливу факторів зовнішнього середовища на фірмову конкурентоздатність підприємств.

Ключові слова: методичні підходи, фірмова конкурентоздатність, фактори зовнішнього середовища, вагові коефіцієнти.

В статье рассмотрены основные методические подходы оценки влияния внешней среды на фирменную конкурентоспособность предприятий пищевой промышленности. Внешняя среда представлена национальными и отраслевыми факторами, степень влияния которых определено как корреляцию с уровнем фирменной конкурентоспособности предприятий. Группирование рассчитанных весовых коэффициентов позволило предложить уравнение влияния факторов внешней среды на фирменную конкурентоспособность предприятий.

Ключевые слова: методические подходы, фирменная конкурентоспособность, факторы внешней среды, весовые коэффициенты.

The article is devoted to estimation basic methodical approaches of environment influence on the food-processing industry enterprises firm competitiveness. Environment is presented by the national and branch factors which influence degree are defined as correlation with level of the enterprises firm competitiveness. Grouping of the calculated weight factors has allowed to offer the equation of environment factors influence on the enterprises firm competitiveness.

Key words: methodical approaches, firm competitiveness, environment factors, weight factors.

Постановка проблеми

Рівень розвитку країни, галузі та ринкових умов впливає на ефективність діяльності підприємств харчової промисловості. Втім, конкурентна позиція підприємства не лише визначається дією факторів зовнішнього середовища, а суттєво залежить від внутрішніх ресурсів суб'єкта господарювання, рівня ефективності його управлінського апарату тощо. Оцінювання такої конкурентної позиції підприємств харчової промисловості можливо за допомогою встановлення рівня фірмової конкурентоздатності, який змінюється під впливом зовнішнього середовища. Крім того, фактори зовнішнього середовища впливають на діяльність підприємств із різною вагою. Така комплексна оцінка допомагає приймати необхідні управлінські рішення щодо можливого корегування рівня конкурентоздатності підприємств.

Комплексна оцінка конкурентоздатності підприємств вимагає теоретично обґрунтованих

методичних підходів та методів. Аналіз довів, що значна частина вчених використовує кількісний підхід щодо використання методів оцінки конкурентоздатності [1-5]. Це свідчить про важливість кількісних характеристик для прийняття рішень. Утім, значна частина кількісних методів оцінки використовують детальну інформацію про діяльність компанії та її конкурентів, що в результаті не вирішує питання доступності зовнішньої оцінки конкурентоздатності (метод мультиплікатора, методи, що базуються на теорії рівноваги фірми і галузі та теорії факторів виробництва; метод визначення позиції у конкуренції з точки зору виробничого (стратегічного) потенціалу підприємства тощо). Крім того, розглянуті методи оцінки не враховують впливу факторів зовнішнього середовища та не визначають ступінь даного впливу.

Таким чином, комплексна оцінка рівня конкурентоздатності підприємств вимагає визначення

не лише ефективності внутрішньої діяльності суб'єкта господарювання (фірмової конкурентоздатності), але й встановлення впливу на нього факторів зовнішнього середовища.

Метою даної статті є формування методичних підходів оцінки впливу зовнішнього середовища на фірмову конкурентоздатність підприємств харчової промисловості.

Виклад основних результатів дослідження

Враховуючи особливості діяльності підприємств харчової промисловості у зовнішньому середовищі, запропоновано таке визначення поняття «конкурентоздатність підприємств»: це здатність до конкурентної

боротьби із основними суперниками на монополізованому ринку відповідної галузі та країни за допомогою внутрішніх резервів (ресурсів) із врахуванням переваг та загроз зовнішнього середовища. Отже, підприємство діє в умовах зовнішнього та внутрішнього середовища. Позитивний вплив зовнішнього середовища підвищує конкурентоздатність підприємств, а загрози активують протидію внутрішніх резервів компаній із подальшою адаптацією до зовнішнього впливу.

Взаємозв'язок зовнішнього, внутрішнього середовища та конкурентоздатності представлено на рис. 1.

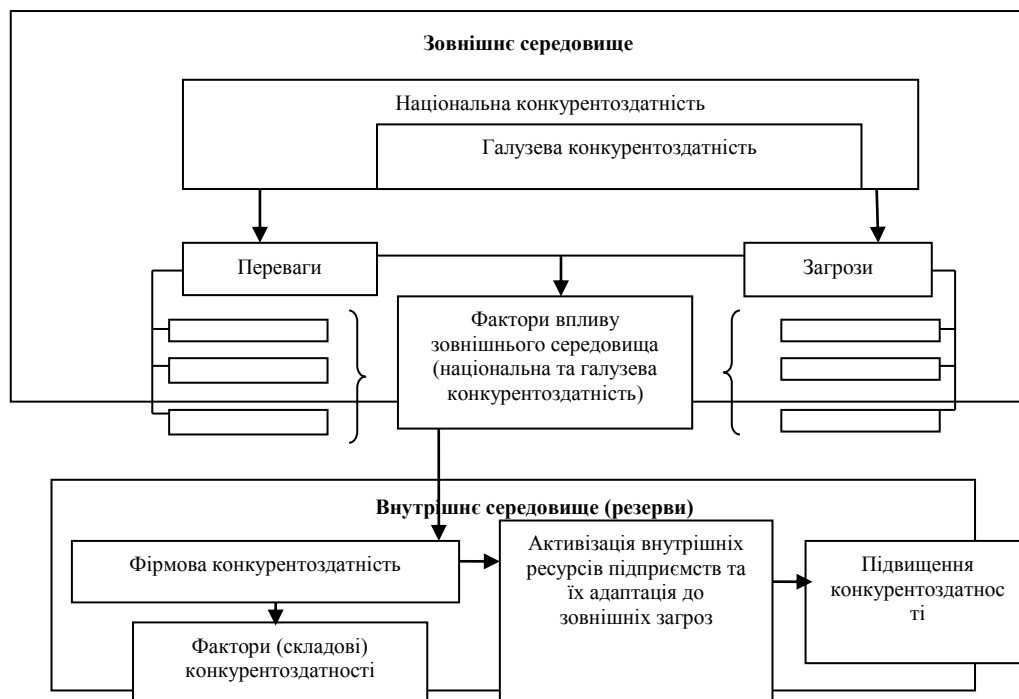


Рис. 1. Конкурентоздатність підприємств в умовах зовнішнього та внутрішнього середовища

Отже, з рис. 1 видно, що конкурентоздатність підприємства розглядається в умовах зовнішнього та внутрішнього середовища. До зовнішнього середовища входять національна та галузева складові конкурентоздатності, а внутрішні резерви визначають фірмову конкурентоздатність. Переваги та загрози зовнішнього оточення характеризуються факторами національної та галузевої конкурентоздатності, які обумовлюють взаємовплив із фірмовою конкурентоздатністю, а саме:

- переваги позитивно впливають на фірмову конкурентоздатність та підвищують її рівень;
- загрози змушують підприємство активувати внутрішні ресурси та адаптуватись до нових умов діяльності. Внутрішні ресурси фірмової конкурентоздатності також є факторами, які на неї впливають.

З'ясування сутності конкурентоздатності допомагає розробити методичні підходи оцінки конкурентоздатності для здійснення ефективного управління підприємствами. Отже, оцінка поділяється на два основні етапи, а саме: визначення рівня фірмової конкурентоздатності [6] та з'ясування впливу факторів зовнішнього середовища. Зовнішнє

середовище підприємств складається із національних та галузевих факторів впливу, перелік яких попередньо обґрунтовано [7]. Так, обґрунтування методичних підходів оцінки впливу факторів зовнішнього середовища на фірмову конкурентоздатність здійснено низкою етапів.

1. *Встановлення та розрахунок факторних показників впливу зовнішнього середовища на фірмову конкурентоздатність підприємств.* Складання таблиць за кожним факторним показником національної та галузевої конкурентоздатності. Джерелом даних є щорічні звіти про конкурентоздатність країн ВЕФ та дані вітчизняної статистики.

2. *Вибір методу, який оцінює вплив факторів зовнішнього середовища на фірмову конкурентоздатність.* Фактори впливу національної та галузевої конкурентоздатності (зовнішнє середовище) є чинниками одночасного впливу на фірмову конкурентоздатність підприємств. Отже, фірмова конкурентоздатність є залежною змінною (Y) від усіх факторів впливу, тобто незалежних змінних (X_i). Ступінь даного впливу можна розрахувати за допомогою економетричної моделі (регресії), яка дозволяє за величиною однієї ознаки (змінна X)

знаходити середні (очікувані) значення іншої ознаки (змінна Y), зв'язаної з X кореляційно. Найпростішою вважається лінійна форма зв'язку між двома змінними [8, с. 14]. Втім, у даному випадку неможливо побудувати окремі прості лінійні регресії для кожного факторного показника, тому що їх вплив розглядається одночасно всією сукупністю чинників. Отже, доцільне застосування однієї моделі, яка включає всі фактори впливу. Втім, така модель не витримає тесту Фішера на адекватність [9, с. 423] через наявність значної кількості факторів та лише шести періодів спостережень (2005-2010 рр.).

Оскільки Y пов'язана із X кореляційно, то можливе представлення вагових коефіцієнтів через ступінь кореляції фірмової конкурентоздатності із факторами зовнішнього середовища. Кореляція є залежністю двох випадкових величин. При цьому зміна однієї або кількох цих величин призводить до систематичної зміни іншої або інших величин.

Математичною мірою кореляції двох випадкових величин слугує коефіцієнт кореляції [8, с. 34]. Додатне значення коефіцієнта кореляції свідчить про прямий зв'язок між показниками, а від'ємне – про зворотний зв'язок.

3. *Перевірка результатів розрахунків на адекватність.* Визначення кореляційного зв'язку між фірмовою конкурентоздатністю та факторами впливу зовнішнього середовища проводиться за допомогою кореляційної матриці. Фірмова конкурентоздатність (Y) представлена як середня по підприємствах-вбірках відповідно до року оцінки. Вплив факторів визначається за допомогою значень першого стовпчика матриці, в якому представлено кореляцію між фірмовою конкурентоздатністю та сукупністю зовнішніх чинників. Класифікацію кореляційної залежності фірмової конкурентоздатності від факторів зовнішнього впливу відповідно до шкали Чеддока наведено у табл. 1.

Таблиця 1

Класифікація кореляційної залежності фірмової конкурентоздатності від впливу зовнішніх факторів

Кількісна та якісна міра щільності зв'язку	Номер факторного показника	Назва факторного показника	Коефіцієнт кореляції	Номер факторного показника	Назва факторного показника	Коефіцієнт кореляції
Прямий зв'язок (+ 1)			Зворотний зв'язок (- 1)			
Слабка 0,1-0,3	X5	Рівень етичності ділової поведінки	0,18	X15	Підвищення кваліфікації фахівців із вищою освітою	- 0,08
	X8	Розповсюдженість торгівельних бар'єрів	0,05	X26	Використання фахівців із вищою освітою	- 0,22
	X20	Витрати підприємств на науково-дослідницькі розробки	0,01	X28	Рівень легалізованого зростання добробуту населення	- 0,16
	X21	Співпраця та взаємодія університетів та виробництва у науково-дослідницьких розробках	0,19	X29	Рівень обізнаності споживачів	- 0,14
	X23	Кількість та якість локальних виробників	0,05			
	X32	Розповсюдженість Internet	0,11			
	X31	Захист інвесторів	0,13			
Помірна 0,3-0,5	X11	Здатність залучати новітні технології	0,34	X14	Формування фахівців із вищою освітою	- 0,40
	X22	Наявність вчених та інженерів	0,35	X17	Спрямованість вищої школи на сучасні типи управління	- 0,34
	X30	Жорсткі стандарти звітності	0,31	X18	Здатність до інновацій	- 0,42
				X19	Якість наукових дослідницьких інституцій	- 0,47
				X25	Рівень впровадження інструментів та технік маркетингу	- 0,38
Помітна 0,5-0,7	X10	Частка експортованих товарів до світового ринку	0,69	X1	Права власності	- 0,54
				X2	Захист інтелектуальної власності	- 0,54
				X3	Рівень державного натиску	- 0,62
				X6	Інтенсивність локальної конкуренції	- 0,55
				X7	Розповсюдженість ринкових відносин	- 0,65
				X9	Частка імпортованих товарів зі світового ринку	- 0,52
				X13	Рівень поглинання технологій	- 0,51
				X16	Орієнтація на дорогий високо-освічений управлінський склад	- 0,52
				X24	Співвідношення екстенсивних до інтенсивних видів конкурентних переваг	- 0,61
Висока 0,7-0,9	X4	Якість інфраструктури	0,79	X12	Технологічний трансфер	- 0,78
				X27	Середньозважена торгова тарифна ставка	- 0,78

З табл. 1 видно, що коефіцієнти кореляції розподілені між чотирма класифікаційними групами: слабка, помірна, помітна та висока кореляції. Крім того, вони мають як пряму, так і зворотну залежність. Факторні показники, які мають прямий кореляційний зв'язок, повністю йому відповідають. Деяка зворотна залежність є очевидною, а саме:

- рівень державного натиску, який впливає на економічну свободу підприємців і з його зростанням зменшується рівень їх конкурентоздатності. При цьому даний факторний показник має помітну кореляцію ($-0,62$);

- інтенсивність локальної конкуренції, яка також входить до групи помітної кореляції ($-0,55$), і її зростання свідчить про посилення конкурентної боротьби між учасниками ринку, якої дехто може не витримати, тому вплив даного показника є оберненим;

- частка імпортованих товарів зі світового ринку ($-0,52$), безумовно, робить конкурентну боротьбу жорсткішою, оскільки вітчизняним товарам протиставляються іноземні, які, як правило, мають вищу якість та меншу ціну;

- орієнтація на дорогий високоосвічений управлінський склад має зворотний вплив на фірмову конкурентоздатність через певні особливості діяльності підприємств харчової промисловості. Так, доходи фірм та рівень монополізації ринку не дозволяють їм залучати та утримувати менеджерів з високим рівнем кваліфікації та освіти. Це підвищить рівень собівартості продукції та строк її окупності, що не прийнятно для, переважно, невеликих учасників даного ринку та загрожує суттєвим зниженням їх конкурентоздатності. На противагу цьому, конкурентоздатність поодиноких учасників, які все ж найняли професійних менеджерів, буде носити загрозовий характер для інших підприємств. Таким чином, доцільним є розвиток регіональних бізнес-шкіл, які будуть спроможні забезпечити необхідну підготовку управлінців невеликих підприємств та зробити її доступною для діяльності підприємств немонополізованого ринку;

- середньозважена торгова тарифна ставка ($-0,78$) обмежує доступ вітчизняної продукції на світові ринки, що обумовлює зворотність зв'язку.

Обернений зв'язок інших показників є характерним через особливості країни, в якій діють підприємства, а саме:

- права власності ($-0,54$) та захист інтелектуальної власності ($-0,54$) мають помітну кореляцію, але обернений зв'язок через певні особливості. Так, в Україні наявний високий рівень піратської продукції, в тому числі це стосується використання неліцензійного програмного забезпечення на підприємствах харчової промисловості. Нижча ціна на дане програмне забезпечення сприяє зменшенню витрат виробництва невеликих підприємств харчової промисловості, що сприяє підвищенню їх конкурентоздатності. Таким чином, даний фактор є дестимулюючим, оскільки в країні немає повного захисту інтелектуальної власності і є можливості використання дешевих піратських

продуктів, а використання ліцензованих продуктів є переважно поодинокими випадками, які негативно впливають на конкурентоздатності підприємств (факторний показник складає в середньому 2,6 балів, замість максимального захисту – 7 балів). Якщо б запровадження використання лише ліцензованих програмних продуктів на всіх підприємствах харчової промисловості стало обов'язковим (факторний показник склав би 7 балів), то всі суперники діяли б в однакових умовах, і фактор захисту інтелектуальної власності став стимулятором;

- розповсюдженість ринкових відносин ($-0,65$) описує поширення ринкових умов, що активізує суперництво. Таким чином, якісні та розвинені ринкові умови повинні сприяти підвищенню ефективності конкурентної боротьби, зростанню конкурентоздатності учасників тощо. Втім, вітчизняні ринкові відносини відрізняються певними особливостями. Немонополізований ринок, на якому діють підприємства харчової промисловості, не є ринком вільної конкуренції. У ринкових відносинах присутні такі негативні явища, як тінізація бізнесу, корумпованість різних органів управління ринком, особливо це характерне для зернового бізнесу, в тому числі зернопереробної галузі. У зв'язку із недосконалістю вітчизняних ринкових умов даний фактор є дестимулюючим;

- співвідношення екстенсивних до інтенсивних видів конкурентних переваг ($-0,61$) має міцний зворотний вплив через те, що вітчизняні підприємства конкурують за допомогою неефективних (екстенсивних) засобів (дешева робоча сила, дешева сировина тощо), і не використовують провідні на сьогодні інтенсивні переваги (технології, інновації, професійні менеджери тощо). Висока кількість екстенсивних конкурентних переваг у вітчизняній харчовій промисловості сприяє зменшенню конкурентоздатності підприємств;

- рівень поглинання технологій ($-0,51$) та технологічний трансфер ($-0,78$), на перший погляд, мають підвищувати конкурентоздатність. Утім, рівень розвитку вітчизняних ринкових умов, у тому числі для підприємств харчової промисловості, не дозволяє впроваджувати у діяльність ефективні іноземні технології, які відрізняються новітністю та інноваційністю. Сформована матеріально-технічна база підприємств є невідповідною та недостатньою для запровадження сучасного технологічного трансферу, а вітчизняні суб'єкти господарювання віддають перевагу менш ефективним технологіям, які є дешевшими, швидкокупними і суттєво не впливають на збільшення виробничих витрат дрібних підприємств даного ринку. Крім того, поглинання технологій, тобто їх впровадження, вимагає додаткових інвестицій, що може негативно впливати на конкурентоздатність підприємств у зв'язку із недостатністю вільних коштів на невеликих підприємствах немонополізованого ринку харчової промисловості;

- підвищення рівня легалізованого зростання добробуту населення ($-0,16$) переважно призводить до зростання купівельної спроможності населення,

продажу більших обсягів продукції підприємцями, що, відповідно, має призводити до збільшення конкурентоздатності підприємств. Утім, в Україні, незважаючи на тривалий період економічного зростання (наприклад, 2000-2007 рр.), завдяки якому збільшився і рівень добробуту населення, зберігалась значна майже незмінна кількість неприбуткових підприємств. Це свідчить про те, що, незважаючи на підвищення обсягів продажів підприємствами, вони зберігають тенденцію до офіційного приховування власних доходів (через високий податковий тиск тощо). Так, низькоприбуткові або неприбуткові підприємства не можуть бути конкурентоздатними на ринку. Отже, відповідно до особливостей нашої країни підвищення рівня легалізованого зростання добробуту населення призводить до офіційного зниження конкурентоздатності підприємств;

– підприємства харчової промисловості мають особливу специфіку виробництва, яка потребує ефективного управління для досягнення конкурентоздатності підприємств. Вітчизняна освіта (вища школа) відстає від практичної діяльності вказаних підприємств, програми вищої школи не відповідають вимогам виробництва, що призводить до підготовки управлінців, які не мають уявлення щодо особливостей виробничих процесів тощо. Таким чином, неефективність управління призводить до зниження конкурентоздатності підприємств. Відповідно фактори, які характеризують процес підготовки управлінців для практичної діяльності, мають зворотну кореляцію із рівнем конкурентоздатності, а саме: формування (– 0,40), використання (– 0,22) та підвищення кваліфікації (– 0,08) фахівців із вищою освітою, а також спрямованість вищої школи на сучасні типи управління (– 0,34);

– рівень обізнаності споживачів (– 0,14) має зворотну кореляцію із рівнем конкурентоздатності підприємств, оскільки не всі виробники інформують про реальний склад та якість власної продукції. Переважна спрямованість галузі на використання дешевих ресурсів (сировини, напівфабрикатів, робочої сили тощо) може зменшувати для виробника витрати виробництва за рахунок погіршення якості товарів. Необізнаність споживачів щодо реальної якості товару та раціональність їх поведінки змушує віддавати перевагу більш дешевим продуктам, підвищуючи конкурентоздатність виробника, який не повідомив всієї інформації про продукцію. Таким чином, чим менше проінформовані споживачі, тим вищу конкурентоздатність мають виробники із екстенсивним видом конкурентних переваг. За умови обов'язкового та однакового повного інформування всіма учасниками ринку споживачів стосовно складу та якості власної продукції рівень обізнаності споживачів міг би стати стимулюючим чинником;

– рівень впровадження інструментів та технік маркетингу (– 0,38) демонструє інтенсивний та високий розвиток діяльності підприємств, що не характерно для ринку підприємств харчової промисловості;

– невеликі підприємства, які діють на монополізованому ринку, не мають достатньо додаткових вільних коштів для розвитку та залучення

інновацій, що в сукупності із екстенсивним типом розвитку підтверджує зворотний зв'язок із такими факторними показниками, як здатність до інновацій (– 0,42), якість наукових дослідницьких інституцій (– 0,47) та рівень розробки інноваційних продуктів.

Таким чином, отримані коефіцієнти кореляції встановлюються як вагові (за модульним значенням) для факторних показників зовнішнього середовища. Поряд з цим, прямий та зворотний тип кореляції враховується при додатковій оцінці факторних показників впливу. Так, прямий кореляційний зв'язок свідчить про стимулюючу дію відповідних чинників, які стандартизуються за допомогою факторів-стимуляторів. Приведення до таких факторів здійснюється за формулою 1 [10, с. 58]:

$$z_{ij} = \frac{x_{ij} - x_{\min}}{x_{\max} - x_{\min}} \quad (1)$$

Обернений кореляційний зв'язок представлено факторами-дестимуляторами, які стандартизуються за формулою 2:

$$z_{ij} = \frac{x_{\max} - x_{ij}}{x_{\max} - x_{\min}} \quad (2)$$

де x_{ij} – значення i -го факторного показника; x_{\min} – мінімальне значення i -го факторного показника; x_{\max} – максимальне значення i -го факторного показника.

Отже, розрахунок значень факторних показників, враховуючи вагу та тип зв'язку, представлено за допомогою табл. 2. Як видно з табл. 2, за допомогою вищепредставлених формул факторні показники впливу зовнішнього середовища скореговані відповідно до прямого або оберненого кореляційного зв'язку.

Крім того, наведено коефіцієнти кореляції пронормовано, виходячи зі 100 %, що дозволило встановити вагу впливу кожного факторного показника зовнішнього середовища. Групування вагових коефіцієнтів відповідно до національних та галузевих факторів обумовило формування такого рівняння впливу чинників зовнішнього середовища (формула 3):

$$V_{\text{ФЗС}} = 0,94 * V_{\text{НКЗ}} + 0,06 * V_{\text{ГКЗ}} \quad (3)$$

де $V_{\text{ФЗС}}$ – вплив факторів зовнішнього середовища; $V_{\text{НКЗ}}$ – вплив факторів національної конкурентоздатності; $V_{\text{ГКЗ}}$ – вплив факторів галузевої конкурентоздатності.

Таким чином, обґрунтовано вагові частки впливу кожної складової конкурентоздатності (національної та галузевої), які є сталими для кожного року оцінки. З формули 3 видно, що підприємства харчової промисловості переважно піддаються впливу національних факторів (94 %) і майже відсутній вплив галузевих факторів (6 %). Крім того, зворотний вплив підприємства на зовнішнє середовище вимірюється через його частку ринку. Оскільки ринок монополізований, частка ринку відносно загального обсягу є мізерно малою, а отже, і зворотний вплив підприємства є аналогічним. Таким чином, даним зворотним впливом можна знехтувати.

Процес формування методичних підходів оцінки конкурентоздатності підприємств є складним та багатоступінним. Спільною метою описаних вище етапів є комплексна оцінка конкурентоздатності, яка

досягається в результаті встановлення ступеня впливу факторів зовнішнього середовища. В результаті здійснюється моделювання рівня фірмової конку-

рентоздатності під впливом факторів зовнішнього середовища, що є напрямом подальших наукових досліджень.

Таблиця 2

Розрахунок впливу факторів зовнішнього середовища на фірмову конкурентоздатність відповідно до коефіцієнтів кореляції, 2010 р

№ показника	Назва факторного показника	Коефіцієнт кореляції за модулем	Приведені коефіцієнти кореляції, %	Тип фактору *	Значення фактору зовнішнього середовища	Максимальне значення фактору	Мінімальне значення фактору	Приведене значення фактора (стимулятора чи дестимулятора)	Розрахований показник впливу на ФКЗ
1	2	3	4	5	6	7	8	9	4*9=10
X5	Рівень етичності ділової поведінки	0,18	1,3	С	3	7	1	0,33	0,43
X8	Розповсюдженість торговельних бар'єрів	0,05	0,4	С	3,6	7	1	0,43	0,17
X20	Витрати підприємств на науково-дослідницькі розробки	0,01	0,1	С	3	7	1	0,33	0,03
X21	Співпраця та взаємодія університетів та виробництва	0,19	1,4	С	3,5	7	1	0,42	0,58
X23	Кількість та якість локальних виробників	0,05	0,4	С	4,2	7	1	0,53	0,21
X33	Розповсюдженість Internet	0,11	0,8	С	4,2	7	1	0,53	0,43
X11	Здатність залучати новітні технології	0,34	2,5	С	4,5	7	1	0,58	1,46
X22	Новиність вчених та інженерів	0,35	2,6	С	4,3	7	1	0,55	1,43
X30	Жорсткі стандарти звітності	0,31	2,3	С	3,5	7	1	0,42	0,96
X4	Якість інфраструктури	0,79	5,8	С	4,1	7	1	0,52	3,00
X10	Частка експортованих товарів до світового ринку	0,69	5,1	С	5,2	7	1	0,70	3,57
X1	Права власності	0,54	4,0	Д	2,6	7	1	0,73	2,93
X2	Захист інтелектуальної власності	0,54	4,0	Д	2,6	7	1	0,73	2,93
X3	Рівень державного натиску	0,62	4,6	Д	2,6	7	1	0,73	3,37
X6	Інтенсивність локальної конкуренції	0,55	4,1	Д	4,1	7	1	0,48	1,98
X7	Розповсюдженість ринкових відносин	0,65	4,8	Д	2,9	7	1	0,68	3,28
X9	Частка імпортованих товарів зі світового ринку	0,52	3,9	Д	4,3	7	1	0,45	1,76
X12	Технологічний трансфер	0,78	5,8	Д	3,8	7	1	0,53	3,09
X13	Рівень поглинання технологій	0,51	3,8	Д	4,4	7	1	0,43	1,65
X14	Формування фахівців із високою освітою	0,40	3,0	Д	3,9	7	1	0,52	1,55
X15	Підвищення кваліфікації фахівців із високою освітою	0,08	0,6	Д	3,4	7	1	0,60	0,36
X16	Орієнтація на дорогий високоосвітчений управлінський склад	0,52	3,8	Д	3,5	7	1	0,58	2,22
X17	Спрямованість вищої школи на сучасні типи управління	0,34	2,5	Д	3,5	7	1	0,58	1,46
X18	Здатність до інновацій	0,42	3,1	Д	3,5	7	1	0,58	1,81
X19	Якість наукових дослідницьких інституцій	0,47	3,5	Д	3,6	7	1	0,57	1,98
X24	Співвідношення екстенсивних до інтенсивних видів конкурентних переваг	0,61	4,5	Д	2,9	7	1	0,68	3,08
X25	Рівень впровадження інструментів та технік маркетингу	0,38	2,8	Д	3,7	7	1	0,55	1,54
X26	Використання фахівців із високою освітою	0,22	1,7	Д	0,99	1,03	0,98	0,80	1,36
X27	Середньозважена торгова тарифна ставка	0,78	5,8	Д	2,9	2,5	0	0,88	5,13
X28	Рівень легалізованого зростання добробуту населення	0,16	1,2	Д	0,648	1,29	0,39	0,71	0,86
X29	Рівень обізнаності споживачів	0,14	1,0	Д	4,2	7	1	0,47	0,47
X31	Захист акціонерів	0,79	5,8	Д	2,8	7	1	0,70	4,06
X32	Захист інвесторів	0,41	3,1	Д	4,7	10	0	0,53	1,64
Разом	13,52	100		114,64	240,32	30,37	18,89	60,78	

* С – стимулятори;

Д – дестимулятори

Запропоновані методичні підходи дозволяють комплексно визначити конкурентоздатність підприємств харчової промисловості в умовах зовнішнього середовища та порівняти дану позицію із суперниками.

Висновки

Сформовано методичні підходи оцінки конкурентоздатності підприємств харчової промисловості, які включають дві основні складові: оцінку фірмової конкурентоздатності та оцінку впливу факторів зовнішнього середовища на фірмову конкурентоздатність. Це дозволяє різним зацікавленим особам комплексно проаналізувати ефективність використання внутрішніх ресурсів підприємств (фірмова конкурентоздатність) у нерозривному взаємозв'язку із зовнішнім середовищем, під безперервним впливом якого здійснюється діяльність суб'єктів господарювання.

Оцінку впливу факторів зовнішнього середовища на фірмову конкурентоздатність здійснено за допомогою факторних показників впливу національної та галузевої складових конкурентоздатності із об'єктивним

обґрунтуванням їх вагових коефіцієнтів. Крім того, значення факторного показника скореговане за допомогою їх класифікації на стимулюючі та де стимулюючі чинники, що дозволило поглибити та вдосконалити розрахунок впливу зовнішнього середовища. В результаті визначено вагу впливу факторів зовнішнього середовища на фірмову конкурентоздатність підприємств за таким співвідношенням: вплив національної конкурентоздатності – 94 %, галузевої – 6 %.

Розроблені методичні підходи дозволяють запропонувати модель зміни рівня фірмової конкурентоздатності підприємств харчової промисловості під впливом факторів зовнішнього середовища, що є перспективою подальших наукових досліджень. Така модель дозволить спрогнозувати рівень конкурентоздатності підприємств у майбутньому відповідно до визначеного показника впливу зовнішніх факторів. Це є основою для прийняття управлінських рішень щодо підвищення конкурентоздатності підприємств харчової промисловості.

ЛІТЕРАТУРА

1. Авдеенко В. Н. Производственный потенциал промышленного предприятия / В. Н. Авдеенко, В. А. Котлов. – М. : Экономика, 1989. – 240 с.
2. Иванов Ю. Б. Конкурентоспособность предприятия в условиях формирования рыночных отношений / Ю. Б. Иванов. – Харьков : ХГЭУ, 1997. – 248 с.
3. Конкурентоспособность предприятия: оценка, диагностика, стратегия / [Иванов Ю. Б., Тищенко А. Н., Дробитько Н. А., Абрамова О. С.]. – Х. : ХНЭУ, 2004. – 255 с.
4. Оскольський В. В. Про перспективи становлення конкурентоспроможної регіональної економіки / В. Оскольський // Економіка України. – 2007. – № 12. – С. 4-11.
5. Портер М. Стратегия конкуренции: Методика анализа отраслей и деятельности конкурентов / М. Портер ; [пер. с англ. ; под ред. А. Олейника и Р. Скильского]. – К. : Основа, 1997. – 584 с.
6. Комаренко І. С. Методика комплексної оцінки конкурентоздатності зернопереробних підприємств харчової промисловості України / І. С. Комаренко // Науково-практичний журнал «Інвестиції: практика та досвід». – Київ, 2011. – Випуск № 19. – 2011. – С. 52-61.
7. Норд Г. Л. Методичні засади оцінки конкурентоздатності підприємств: класифікація факторів / Г. Л. Норд, І. С. Комаренко // Наукові праці: науково-методичний журнал. Економіка. Правознавство. – Миколаїв : Вид-во ЧДУ ім. Петра Могили, 2011. – Вип. 149. Том 161. – С. 56-61.
8. Лондар С. Л. Економетрія засобами MS Excel : [навчальний посібник] / С. Л. Лондар, Р. В. Юринець. – К. : Вид-во Європ. ун-ту, 2004. – 242 с.
9. Кремер Н. Ш. Теория вероятностей и математическая статистика для вузов / Н. Ш. Кремер. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2000. – 543 с.
10. Семикіна М. В. Мотивація ефективної зайнятості: проблеми, тенденції, вибір стратегії : [монографія] / М. В. Семикіна, Н. А. Іщенко, М. О. Родіонова. – Кіровоград : КОД, 2009. – 200 с.

Рецензенти: Білоусова С. М., д.е.н., професор;
Мацко П. В., к.с-г.н., доцент.

© Комаренко І. С., 2012

Дата надходження статті до редколегії: 17.05.2012 р.

КОМАРЕНКО Ірина Сергіївна – викладач кафедри економічної теорії, Чорноморський державний університет імені Петра Могили.

Коло наукових інтересів: конкурентоспроможність вітчизняних підприємств.