

НАУКОВІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ РІВНЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Актуальність проблеми забезпечення конкурентоспроможності підприємств зростає в результаті інтеграції України в міжнародні організації і подальшого розвитку ринкової економіки. В умовах націленості України на інтеграцію в світову економічну систему виникає проблема оцінки та забезпечення високого рівня конкурентоспроможності вітчизняних підприємств. Рішення даної проблеми можливе за рахунок використання світового досвіду та усвідомлення українськими підприємствами маркетингу як філософії бізнесу. Все вищезазначене визначає необхідність дослідження конкурентоспроможності суб'єктів господарювання, методів її оцінки, формування і розвитку.

Визначення поняття «конкурентоспроможність» розкривається в працях таких зарубіжних дослідників: Ж. Ламбена, М. Портера, Ф. Котлера, Р. Фатхудинова та ін. Аспекти забезпечення та оцінки рівня конкурентоспроможності є предметом дослідження вітчизняних науковців, таких як: В.Д. Базилевич, Я.Б. Базилук, Я.А. Жаліло, З.С. Варналій, В.М. Геєць, Б.Є. Кваснюк, С.К. Реверчук, А.І. Кредісов, А.С. Філіпенко, А.В. Шегда та ін. Проте, на сьогоднішній день не існує єдиної концепції оцінки рівня конкурентоспроможності вітчизняних господарюючих суб'єктів.

Конкурентоспроможність підприємства є важливим атрибутом ринкової економіки. Проте, наразі, сутність конкурентоспроможності підприємства трактується фахівцями по різному. Визнаний авторитет в галузі конкуренції М.Портер, вважає, що підприємства попереджають своїх суперників, якщо мають міцну конкурентну перевагу. Таким чином, конкурентоспроможність підприємства є результатом переплетіння факторів, породженим об'єктивним розвитком продуктивних сил і відображаючих результати політики великих монополій в боротьбі за якість, ринки збуту і отримання прибутку.

Складність оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємства полягає в тому, що воно є відкритою реактивною системою, яка здійснює активний обмін інформацією із зовнішнім середовищем: генерує і поставляє власну інформацію як у внутрішнє, так і зовнішнє середовище, а також сприймає та реагує на зовнішню інформацію. Інакше кажучи, в моделі підприємства як відкритої системи функціонують два типи інформаційних потоків - внутрішній і зовнішній, які у сукупності визначають міру її організованості.

Аналіз існуючих, у сучасній економічній літературі, теоретичних підходів до оцінки рівня конкурентоспроможності підприємств дає підстави для їх поділу на дві основні великі групи: аналітичні і графічні. За статусом усі методи оцінки конкурентоспроможності підприємства є науковими, носять рекомендаційний характер, а отже не є обов'язковими для їх застосування. Державних методик оцінки рівня конкурентоспроможності підприємств в Україні донині не існує і це, як справедливо зазначають окремі фахівці, є однією з причин низького рівня управління конкурентоспроможністю.

На сьогоднішній день популярності набули рейтингові моделі оцінки конкурентоспроможності підприємства, що ґрунтуються на: визначенні системи показників оцінки результатів економічної діяльності підприємства; їх стандартизації (приведенні до порівняльної шкали та надання ваги окремим показникам); розрахунку єдиного інтегрального показника - рейтингової оцінки стану діяльності підприємства; ранжування підприємства за величиною рейтингу та визначення його місця (статусу) в межах певної сфери діяльності або релевантного ринку.

Найважливішими моментами систем рейтингового оцінювання є відбір показників результатів господарської діяльності підприємства та визначення «ваги» кожного показника в загальній рейтинговій оцінці. Рейтингові системи оцінювання конкурентоспроможності використовуються двома конкуруючими групами дослідників - Світовим економічним форумом, який щорічно публікує Глобальний звіт про конкурентоспроможність (The Global Competitiveness Report), та Міжнародним інститутом менеджменту та розвитку (MIMP, Лозанна), який публікує «Щорічник світової конкурентоспроможності» (The World Competitiveness Report).

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 компаній» розраховується на основі 16 показників, а субіндекс «якість бізнес-середовища» - 31 показника. Найбільш суттєвим недоліком рейтингових систем оцінювання конкурентоспроможності є надмірне використання експертних методів. Крім того, вибір критеріїв відбору субіндексів та визначення вагових коефіцієнтів в цих системах повністю залежать від суб'єкта оцінювання, що суттєво знижує об'єктивність узагальнюючого висновку.

Метод оцінювання конкурентоспроможності підприємства на основі розрахунку ринкової частини ґрунтується на уявленні, згідно з яким між часткою і рентабельністю існує такий сильний кореляційний зв'язок, що його існування, як зазначає Р. Мінітер, доходить до «релігійних переконань». Згідно з цим підходом, ринкова частка підприємства - це питома вага його бізнес-операцій в загальному обсязі операцій на даному ринку. 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».

Модель оцінки конкурентоспроможності на основі норми споживчої вартості ґрунтується на визначенні обсягу потреб потенційних споживачів та їх співставленні з реальними властивостями певного товару. Інакше кажучи, «формула споживчої вартості - це співвідношення між сумою властивостей товару та сферою потреб у цих властивостях товару». Оцінювання конкурентоспроможності за цією моделлю передбачає детальну сегментацію ринків за певними ознаками та розрахунок узагальнюючого показника конкурентоспроможності підприємства. Як і в межах рейтингових систем, модель оцінки конкурентоспроможності підприємства на основі споживчої вартості ґрунтується виключно на експертному підході, що суттєво знижує об'єктивність узагальнюючого висновку.

Модель оцінки конкурентоспроможності на основі положень теорії ефективної конкуренції базується на ресурсній парадигмі конкурентного успіху і передбачає оцінку ефективності використання матеріальних, фінансових, інтелектуальних та управлінських ресурсів підприємства, які поділяються на певні групи з відповідними показниками та коефіцієнтами вагомості. Модель оцінювання конкурентоспроможності на основі положень теорії ефективної конкуренції більш широко охоплює ресурсні джерела формування конкурентоспроможності, проте, як і попередні моделі, ґрунтується виключно на суб'єктивній (бальній) оцінці ресурсних джерел, що також знижує об'єктивність оцінювання.

Графічні моделі оцінювання конкурентоспроможності передбачають побудову певних матриць, або «поля оцінювання», поділ їх на квадранти (зони), які відповідають певному рівню конкурентоспроможності, та визначення конкурентного статусу підприємства. Графічним інструментом порівняння стану функціонування підприємства та його конкурентів є побудова багатокутників конкурентоспроможності - у вигляді векторів-вісей, співставлення яких дозволяє виявити слабкі та сильні сторони підприємства. Для кількісного вимірювання цих сторін також використовується експертний підхід - метод шкалювання. Загальним недоліком графічних методів є їх функціональна обмеженість: вони дозволяють сформулювати певні висновки щодо напрямків підвищення конкурентоспроможності підприємства, але не забезпечують головного - інтегральної оцінки реального рівня конкурентоспроможності підприємства.

Аналіз наведених методів оцінки конкурентоспроможності підприємства вказує на наявність розбіжностей не тільки методологічного характеру, а й підходу до формування переліку показників. У ряді моделей для оцінки конкурентоспроможності пропонується використання одного показника (метод ринкової частки), в інших - двох або більше показників. Отже, питання оцінки конкурентоспроможності вимагають більш детального вивчення, оскільки невирішеними залишаються проблеми вибору універсального показника, набору чинників конкурентоспроможності підприємства, а також методів подолання суб'єктивізму при її оцінці.