

## МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОЗДАТНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ: КЛАСИФІКАЦІЯ ФАКТОРІВ

*У статті розглядається класифікація основних факторів конкурентоздатності як однієї із складових методики оцінки рівня конкурентоздатності підприємств. Запропоноване визначення терміна «конкурентоздатність» дозволяє комплексно проаналізувати фактори впливу за такими складовими: національна, галузева та фірмова конкурентоздатність. Класифікація факторів в основні чотири групи створює передумови для формування алгоритму оцінки рівня конкурентоздатності підприємств.*

**Ключові слова:** конкурентоздатність, фактори конкурентоздатності, оцінка рівня конкурентоздатності.

*В статье рассматривается классификация основных факторов конкурентоспособности как одной из составляющих методики оценки уровня конкурентоспособности предприятий. Предложенное определение термина «конкурентоспособность» позволяет комплексно проанализировать факторы влияния по таким составляющим: национальная, отраслевая и фирменная конкурентоспособность. Классификация факторов в основные четыре группы создает условия для формирования алгоритма оценки уровня конкурентоспособности предприятий.*

**Ключевые слова:** конкурентоспособность, факторы конкурентоспособности, оценка уровня конкурентоспособности.

*The article is devoted to the classification of competitiveness major factors as one of components of the enterprises competitiveness level estimation technique. The offered definition of the term “competitiveness» allows analyzing the influence factors on such components in a complex: national, branch and firm competitiveness. Classification of factors in the basic four groups creates conditions for formation the enterprises competitiveness level estimation algorithm.*

**Key words:** competitiveness, factors of competitiveness, enterprises competitiveness level estimation.

Україна є невід’ємним учасником світового ринку. Інтеграція країни у світовий економічний простір підтверджується вступом та функціонуванням у Світовій організації торгівлі, що зумовило посилення конкурентної боротьби, появи нових потужних конкурентів на внутрішньому ринку тощо. Рівень розвитку країни прямо пов’язаний із ефективністю діяльності її підприємств як на зовнішньому, так і на внутрішньому ринку. Оцінити даний рівень можливо за допомогою визначення конкурентної позиції підприємства у країні та світі, враховуючи розвиток галузі, в якій діє підприємство, та країни в цілому. Такий комплексний аналіз допомагає приймати необхідні управлінські рішення щодо коригування рівня конкурентоздатності підприємства, усунення недоліків у діяльності та підвищення ефективності функціонування в цілому. Даний аналіз є актуальною задачею не лише для менеджерів підприємства, а й для власників, кредиторів, інвесторів тощо.

Зазначена комплексна оцінка вимагає теоретично обґрунтованих методик. Наукові публікації пропонують значну кількість методів та методичних рекомендацій щодо оцінки рівня конкурентоздатності, втім переважно такі методики вимагають значного масиву показників, джерела розрахунку яких не є у вільному доступі учасників ринку. Значна кількість показників представляють певні фактори, які впливають на діяльність підприємств. Аналіз іноземних та вітчизняних наукових публікацій свідчить про значні відмінності в переліку факторів впливу, відсутності комплексності, зосередженні лише на окремій ланці діяльності підприємства. Зокрема, іноземні джерела надають пріоритет таким факторам, як частка підприємства на ринку та зростання цієї частки [1; 2; 3], витрати виробництва [4; 5; 6], показники ефективності виробничо-господарської [7], фінансово-економічної діяльності [8; 9] та стратегічний (виробничий) потенціал підприємства [5; 8; 9]. Наявність значної кількості параметрів у розрахунках

властиве і російським дослідникам. Цигичко Л. І. пропонує власну систему показників [10]. Крім того, кожна галузь народного господарства визначає особливі фактори діяльності підприємств. Так, фактори впливу у харчовій промисловості розглянуто в роботі Дейнеко Л. В. [11].

Таким чином, комплексна оцінка рівня конкурентоздатності підприємства вимагає врахування факторів впливу не лише внутрішньої діяльності фірми, але й розгляд особливостей галузі, в якій функціонує підприємство, загального економіко-соціального розвитку країни.

Метою даної статті є аналіз та класифікація факторів впливу на рівень конкурентоздатності підприємств, який розглядається комплексно в національному, галузевому та фірмовому аспектах.

Ураховуючи комплексність оцінки, конкурентоздатність підприємств визначено таким чином: це комплексна характеристика, яка позиціонує підприємство на внутрішньому, галузевому, національному, світовому ринках. Відповідно до визначених рівнів факторів припущення полягає в тому, що існують загальні фактори конкурентоздатності підприємств, які формують визначене конкурентне середовище для фірм на національному та галузевому рівні. У цих спільних умовах діють всі підприємства окремої галузі, тому вони є усталеними. Поряд з цим, виникають специфічні фактори, які є особливими для кожної галузі та підприємства зокрема. Такі фактори визначаються на рівні діяльності підприємства та частково – галузі. Вони є змінними в залежності від особливостей тієї чи іншої галузі народного господарства. Поєднання всіх факторів визначає рівень конкурентоздатності підприємств, при цьому загальні фактори не змінюються, а специфічні розраховуються окремо для кожного підприємства. Такий підхід (СAMP-підхід [12]) покладено в основу оцінювання рівня конкурентоздатності підприємств.

Комплексність визначення конкурентоздатності підприємства полягає через представлення даного терміна у взаємозв'язку його складових: національна, галузева та фірмова конкурентоздатності. Національна конкурентоздатність формує певне середовище, в якому діють різні галузі промисловості. Вони створюють власне конкурентне оточення, в якому функціонують окремі підприємства. Особливості конкурентної боротьби даних фірм створює фірмову конкурентоздатність. Такий процес можна розглянути і у зворотному порядку. Конкурентоздатне підприємство сприяє становленню конкурентоздатності всієї галузі в цілому. Сукупність конкурентних позицій галузей промисловості всередині країни формує її національну конкурентоздатність. Таким чином, обумовлено взаємозв'язок між основними складовими конкурентоздатності.

На кожний з розглянутих рівнів впливають відповідні фактори, які відповідають сутності складової частини конкурентоздатності. Аналіз наукових джерел дозволив узагальнити та згрупувати фактори трьох складових конкурентоздатності в залежності від підходів учених. Даний аналіз представлено за допомогою рис. 1.

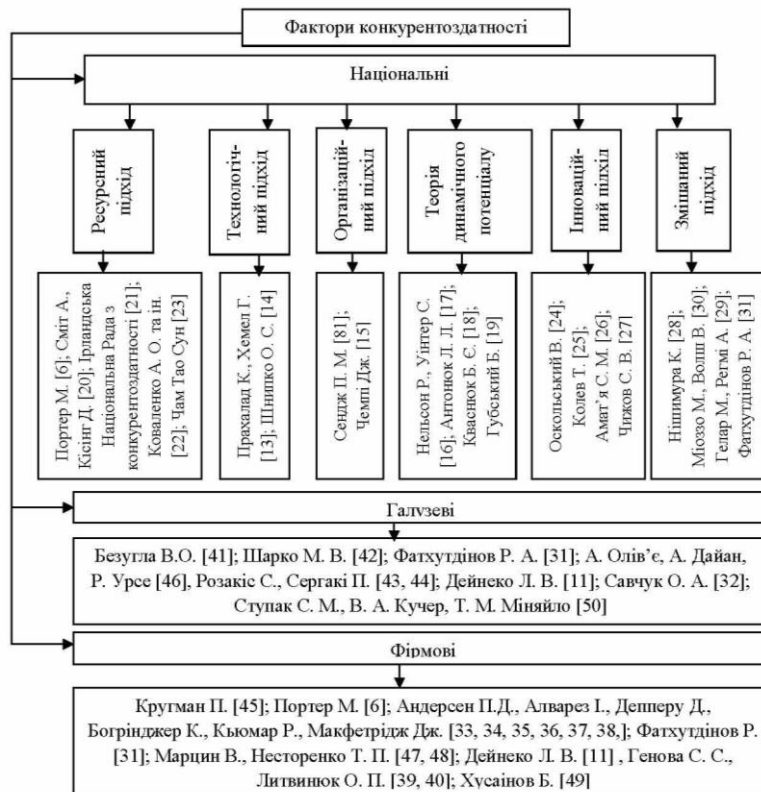


Рис. 1. Узагальнення поглядів науковців щодо факторів національної, галузевої та фірмової конкурентоздатності

Як видно з рис. 1, досліджено широке коло наукових джерел щодо вибору факторів різних складових конкурентоздатності: національної, галузевої, фірмової. Аналіз дозволив виділити основні типові недоліки, властиві значній частині опрацьованих джерел, а саме:

1. Перелік факторів конкурентоздатності набув суттєвих доповнень та уточнень в результаті розвитку економічної науки [13; 14; 15; 16; 17; 18; 19; 6; 11].

2. Наведені фактори конкурентоздатності є лише деякими складовими частинами комплексного переліку оціночних чинників [20; 17; 21; 22; 23; 24; 25; 26; 27; 28; 29; 30; 31; 32; 33; 34; 35; 36; 37; 38; 39; 40].

3. Фактори вказані узагальнено, складові частини не розкрито, що утруднює подальшу оцінку [14].

4. Дублювання факторів одного виду та їх повтор з іншими рівнями конкурентоздатності, що знижує об'єктивність результатів оцінки [41; 42; 43; 44; 11; 45].

5. Відсутність доступних статистичних даних для зручного математичного розрахунку впливу фактору [11; 46; 47; 48; 49; 50].

Таким чином, основними недоліками науковців щодо оцінки конкурентоздатності підприємств на основі факторів впливу є відсутність комплексного переліку у зв'язку із постійними еволюційними процесами в економіці та появою додаткових факторів впливу. Аналіз та усунення вказаних недоліків допоможе сформувати комплексний перелік факторів відповідно до визначення конкурентоздатності та обраного підходу, що є базою для створення ґрунтовної методики оцінки рівня конкурентоздатності підприємств.

Аналіз та узагальнення широкого кола наукових поглядів щодо факторів впливу, перелік яких представлено за допомогою рис. 1, дозволив сформувати певну їх структуру в залежності від складового елемента конкурентоздатності, що схематично представлено на рис. 2.

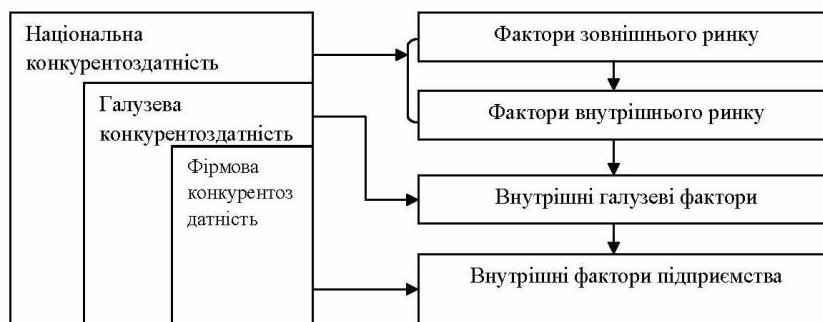


Рис. 2. Структура факторів конкурентоздатності відповідно до складових елементів терміна

За допомогою рис. 2 узагальнено основні групи факторів конкурентоздатності відповідно до її складових, які є базою оцінки конкурентного рівня

підприємств. Розгорнутий перелік наведених груп представлено за допомогою табл. 1.

Таблиця 1

Розгорнутий перелік основних груп факторів оцінки за складовими конкурентоздатності

Вид конкурентоздатності	Факторна група	Складові фактори групи
Національна	Фактори зовнішнього ринку	відповідність законодавчих норм умовам СОТ
		тарифне та нетарифне регулювання торгівлі
		потенціал конкурентоздатності країни
		структура зовнішньої торгівлі країни
	Фактори внутрішнього ринку	ВВП на душу населення
		рівень застосування інновацій
		рівень впровадження сучасних технологій
		рівень державного втручання в бізнес
		якість бізнес-середовища
		якість та розвиненість інфраструктури
		якість формування, використання та удосконалення людського капіталу
		професійність менеджменту
		рівень використання сучасних маркетингових досліджень
		репутація фірми
Галузева	Внутрішні галузеві фактори	сприятливість природно-кліматичних умов
		задоволення смаків споживачів
		якість продукції
		інвестиційна привабливість
		рівень використання інформаційних ресурсів

Закінчення табл. 1

Фірмова	Внутрішні фактори підприємства	продуктивність основних видів ресурсів
		частка ринку
		рентабельність продукції
		ефективність матеріально-технічної бази
		рентабельність капіталу
		фінансова стійкість

З табл. 1 видно, що всі групи факторів є взаємопов'язаними та доповнюють одна одну. Така ознака забезпечує комплексність аналізу конкурентоздатності підприємства під впливом даних факторів. Таким чином, сформовано кінцевий перелік факторів, який є базою для обґрунтування факторних показників оцінки рівня конкурентоздатності підприємств.

Узагальнення уявлень іноземних та вітчизняних учених щодо сутності конкурентоздатності та теоретичне вдосконалення даного терміна створило передумови для визначення ключових факторів впливу. У свою чергу таке теоретичне підґрунтя є основою для формування відповідної методики оцінки рівня конкурентоздатності підприємств. Ефективна, обґрунтована та виважена методика оцінки є одним із суттєвих інструментів управління конкурентним станом фірми на внутрішньому, галузевому та національному ринках. Визначення

рівня конкурентоздатності за допомогою запропонованих груп факторів допомагає проаналізувати вплив кожного чинника на діяльність підприємства, визначити «слабкі місця» та прийняти відповідне управлінське рішення щодо зміни конкурентної стратегії підприємства. Таким чином, методика оцінки є одним з ключових етапів у процесі досягненні підприємством його основної мети діяльності.

Складові етапи методики оцінки рівня конкурентоздатності підприємств умовно представлено за допомогою рис. 3.

Як видно з рис. 3, формування методики оцінки включає такі основні етапи:

1. Обґрунтування підходу до оцінювання рівня конкурентоздатності. Пропозиції щодо застосування САМР-підходу обґрунтовано в даній статті.

2. Визначення груп факторів впливу відповідно до складових конкурентоздатності (національної, галузевої та фірмової) та обраного підходу.

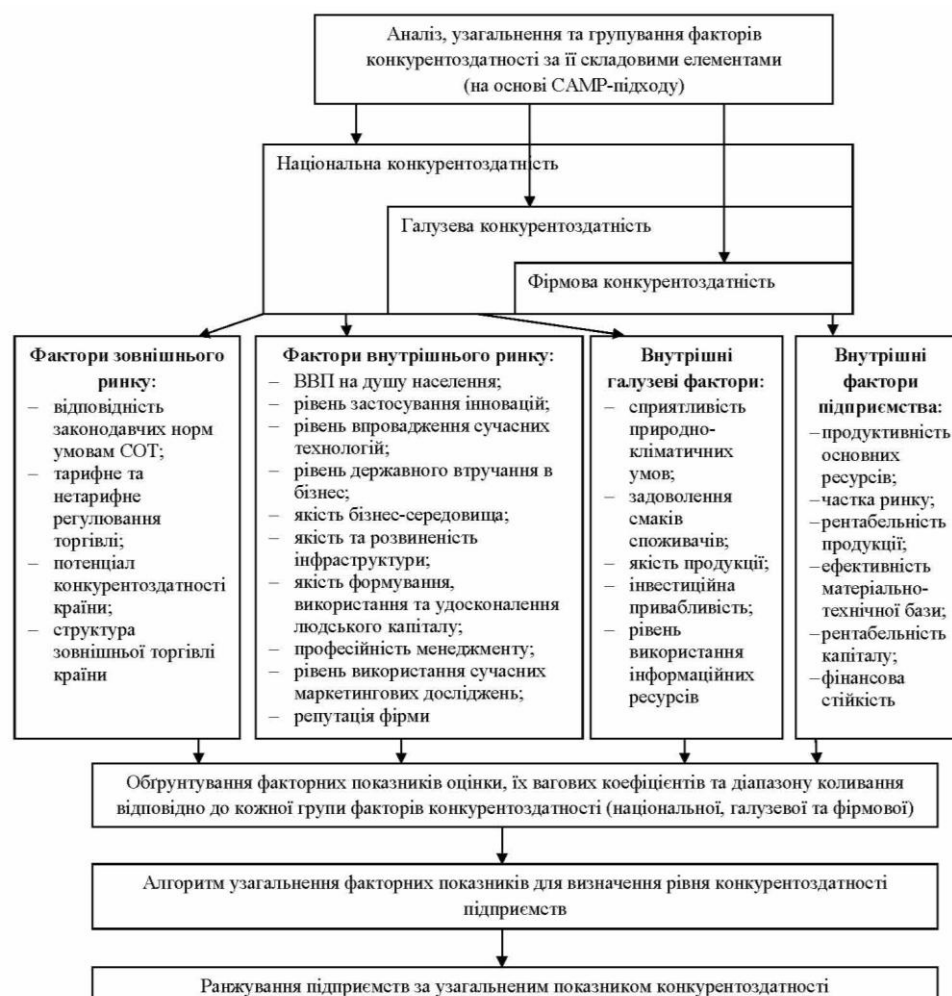


Рис. 3. Складові етапи методики оцінки рівня конкурентоздатності підприємств

3. Обґрунтування факторних показників щодо кожної групи чинників. Групи факторів визначено такі: фактори зовнішнього та внутрішнього ринку, внутрішні галузеві та внутрішні фірмові фактори. Відповідно до кожної групи обґрунтовано низку факторних показників.

4. Узагальнення визначених факторних показників. Використання кількісних та якісних методів дозволяє комплексно узагальнити всі факторні показники для отримання єдиного показника конкурентоздатності. Є елементом подальших наукових досліджень.

5. Ранжування підприємств за узагальненим показником конкурентоздатності. На основі отриманого узагальненого показника конкурентоздатності підприємства згруповуються за відповідними значеннями для подальшого аналізу їх конкурентної позиції. Даний етап перебуває у процесі наукового дослідження.

**Висновки.** Таким чином, фактори конкурентоздатності структуровані у взаємозв'язку із сутністю конкурентоздатності, що поглиблює аналіз даного терміна. Представлення діяльності підприємства на національному, галузевому та фірмовому рівнях дозволяє поглибити та удосконалити теоретичну базу дослідження терміна «конкурентоздатність підприємства».

Сформовані групи факторів конкурентоздатності відповідно до САМР-підходу відрізняє запропоновану класифікацію від інших наукових розробок та дозволяє врахувати усі складові елементи терміна (національні, галузеві, фірмові). Дана класифікація є складовим та суттєвим елементом методики оцінювання рівня конкурентоздатності підприємств відповідної галузі (харчової). У процесі аналізу обґрунтовано такі основні групи факторів впливу, як: фактори зовнішнього та внутрішнього ринку, внутрішні галузеві та внутрішні фірмові фактори. На основі визначених груп сформовано систему факторів, які оцінюються системою факторних показників та є складовими узагальнюючого показника конкурентоздатності підприємств.

Подальші етапи методики є перспективними науковими дослідженнями в цьому напрямку. Вони стосуються визначення факторних показників кожного фактору, їх критеріїв, вибір відповідних методів розрахунку узагальнюючого показника конкурентоздатності. Дана методика дозволить менеджеру комплексно визначити конкурентну позицію підприємства та приймати відповідні управлінські рішення щодо втримання або покращення здобутого рівня конкурентоздатності.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Хендерсен Брюс Д. Продуктовый портфель / Брюс Д. Хендерсен // Бостонская консалтинговая группа BCG Review: Дайджест. – М. : Бостонская консалтинговая группа. – 2008. – В. 02. – С. 7–8.
2. Томпсон А. А. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии: [учебник для вузов] / А. А. Томпсон, А. Дж. Стрикленд ; [пер. с англ. под ред. Л. Г. Зайцева]. – М. : Банки и биржи, ЮНИТИ, 1998. – 576 с.
3. Основы маркетинга / [Котлер Ф., Армстронг Г., Сондерс Дж., Вонг В.]. – М., СПб. ; К., 2000.
4. Лифиц И. М. Теория и практика оценки конкурентоспособности товаров и услуг / И. М. Лифиц. – [2-е изд., доп. и испр.]. – М. : Юрайт-М, 2001. – 224 с.
5. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия / И. Ансофф. – СПб. : Питерком, 1999. – 416 с.
6. Портер М. Международная конкуренция / М. Портер ; [пер. с англ. под ред. В. И. Щетинина]. – М. : Межд. отн., 2003. – 896 с.
7. Fischer Christian. Determinants of sector competitiveness and implications for the EU food and drink manufacturing industries / Christian Fischer, Sebastian Schornberg // International Food and Agribusiness Management Association 17<sup>th</sup> Annual World Forum, Symposium and Case Conference June 23-26, 2007, Parma, Italy.
8. Kastens M. Long-Range Planning for Your Business / M. Kastens // N.Y. – 1976. – P. 52–53.
9. Palay N. The Managers Guide to Competitive Marketing Strategies / N. Palay // N.Y. – 1989. – P. 81–82.
10. Ноздрева Р. Б. Маркетинг : как побеждать на рынке / Р. Б. Ноздрева, Л. И. Цыгичко. – М. : Финансы и статистика, 1991. – 304 с.
11. Дейнеко Л. В. Розвиток харчової промисловості України в умовах ринкових перетворень: Проблеми теорії і практики / Л. В. Дейнеко. – К. : Знання, 1999. – 331 с.
12. Capital Asset Pricing Model (Модель оцінки фінансових активів – САМР). – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.12manage.com/methods\\_capm\\_ru.html](http://www.12manage.com/methods_capm_ru.html).
13. Gary Hamel. Competing for the future / Gary Hamel, C. K. Prahalad. – Harvard Business School Press, April, 1996.
14. Шнипко О. С. Національна конкурентноспроможність: сутність, проблеми, механізми реалізації : научно-популярная література / О. С. Шнипко. – К. : Наукова думка, 2003. – 343 с.
15. Weidong Li. Research on the Complexity of Enterprise Competitiveness / Weidong Li // International Journal of Business and Management, December, 2006.
16. Richard R. Nelson. An Evolutionary Theory of Economic Change / by Richard R. Nelson, Sidney G. Winter, Belknap Press. – 2005. – 437 p.
17. Barney J. B. Firm resources and sustainable competitive advantage / Barney J. B. // Journal of Management. – 1991. – № 17.
18. Penrose E. T. The Theory of the Growth of the Firm / Penrose E. T. – New York NY : ME Sharpe, 1959 [check publisher, as differs between refs].
19. Жалило Я. Микроэкономические основы конкурентоспособности национальной экономики / Я. Жалило // Государственный информационный бюллетень о приватизации. – 2005. – № 2. – С. 40–42.
20. Кобиляцький Л. С. Управління конкурентноспроможністю : [навчальний посібник] / Л. С. Кобиляцький. – К. : Зовнішня торгівля, 2003. – 304 с.
21. Ірландська національна рада з конкурентоздатності: піраміда конкурентоздатності [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://en.wikipedia.org/wiki/Competitiveness>.
22. Теоретико-методологічні засади розвитку конкурентного середовища у сфері виробництва продовольчих товарів : [монографія] / [А. О. Коваленко, С. І. Князєв, Л. В. Дейнеко, Л. В. Страшинська]. – К. : Наук. світ, 2003. – 132 с.

23. Основні фактори забезпечення конкурентоздатності [Електронний ресурс] / Чам Тао Сун // Режим доступу : [http://www.spring.gov.sg/newsarchive/news/speeches/05\\_10\\_04b.html](http://www.spring.gov.sg/newsarchive/news/speeches/05_10_04b.html).
24. Оскольський В. Про перспективи становлення конкурентоспроможної регіональної економіки / В. Оскольський // Економіка України. – 2007. – № 12. – С. 4–11.
25. Competitiveness of Small Enterprises in Contemporary Situation by Economic Thought Editor [Електронний ресурс] / Economic Thought. – 2008. – Issue 7. – P. 155–167. – Режим доступу : [www.ceeol.com](http://www.ceeol.com).
26. Innovation: Key factor to increasing competitiveness of Small & Medium Enterprises [Електронний ресурс] / Swoyambhu Man Amatya // Режим доступу : [www.unescap.org/tid/projects/protrade\\_s3amatya.pdf](http://www.unescap.org/tid/projects/protrade_s3amatya.pdf)
27. Інноваційний фактор у підвищенні конкурентоспроможності промисловості України [Електронний ресурс] / С. В. Чижов // Режим доступу : [iee.org.ua/files/alushta/89-4ijov-innov\\_factor.pdf](http://iee.org.ua/files/alushta/89-4ijov-innov_factor.pdf).
28. Using Knowledge to Boost Competitiveness: Comments on Three Presentations [Електронний ресурс] / Kiyohiko G. Nishimura // Режим доступу : [www.oecd.org/dataoecd/49/55/33935353.doc](http://www.oecd.org/dataoecd/49/55/33935353.doc).
29. Marcela Miozzo. International Competitiveness and Technological Change / by Marcela Miozzo, Vivien Walsh. – Oxford University Press, 2006, Paperback. – 376 p.
30. Managing Firm Competitiveness in Global Markets / Mark Gehlhar, Anita Regmi [and others] // USDA & AIEA 2 International Meeting, Competitiveness in Agriculture and in the Food Industry: US and EU Perspectives, 15-16 June 2006, Bologna, Italy.
31. Фатхутдинов Р. А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление / Фатхутдинов Р. А. – М. : ИНФРА-М, 2000. – 351 с.
32. Савчук О. А. Стратегічні фактори успіху харчових підприємств / О. А. Савчук, А. І. Пляскіна // Вестник ХНТУ. – 2006. – № 3 (26).
33. Per Dannemand Andersen. Energy innovation and competitiveness indicators / Per Dannemand Andersen, Mads Borup, Måns Molin // A contribution to Work Package 8 of the MEI project, Report. – 2007. – P. 10, Forskningscenter Risø, Roskilde.
34. Analyzing International Competitiveness at the Firm Level: Concepts and Measures [Електронний ресурс] / Donatella Depperu, Daniele Cerrato // Режим доступу: <http://www3.unicatt.it/unicattolica/dipartimenti/DISES/allegati/wpdepperucerrato32.pdf>.
35. Álvarez. The role of networking in the competitiveness profile of Spanish firms / Álvarez, Isabel; Fonfría, Antonio; Marín, Raquel // Instituto Complutense de Estudios Internacionales, Universidad Complutense de Madrid. – 2005.
36. Rajiv Kumar. «International Competitiveness of Asian Firms: an Analytical Framework / Rajiv Kumar, Doren Chadee // ERD Working Paper. – 2002. – № 4, February.
37. Christoph Böhringer. «Climate Policy and Competitiveness: An Economic Impact Assessment of EU Leadership in Emission Regulation» / Christoph Böhringer, Ulf Moslener and Victoria Alexeeva-Talebi // ENERDAY 2nd Conference on Energy Economics and Technology 13 April 2007, Dresden.
38. McFetridge DG. Competitiveness: concepts and measures / McFetridge DG. // Occasional Paper 5, Industry Canada. – 1995.
39. Генова С. С. Проблеми та можливі варіанти розвитку зернового сектору України / С. С. Генова. // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.btsau.kiev.ua/ua/edition.php?id=29>
40. Литвинюк О. П. Характеристика факторів, що впливають на рівень конкурентоздатності хлібопекарських підприємств / О. П. Литвинюк // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.rusnauka.com/25\\_DN\\_2008/Economics/28647.doc.htm](http://www.rusnauka.com/25_DN_2008/Economics/28647.doc.htm).
41. Безугла В. О. Аналіз конкурентоспроможності регіонів України / В. О. Безугла / Регіональна економіка. – 2004. – № 4. – С. 64–68.
42. Шарко М. В. Теоретические основы понятийно-терминологического аппарата конкурентоспособности / М. В. Шарко, Е. А. Оболенцева // Економіка. Фінанси. Право. – 2007. – № 12. – С. 8–11.
43. Rozakis S. The Food Industry in Europe / Rozakis S., Soldatos P. // Agricultural University of Athens. – 2006. – P. 4–192.
44. Sergaki P. A condensed profile of Greek Unions of Agricultural Cooperatives / P. Sergaki // New Medit. – 2006. – № 2. – P. 45–54.
45. Paul Krugman. Competitiveness: A Dangerous Obsession / Paul Krugman. – Foreign Affairs, March/April 1994.
46. Академия рынка: Маркетинг / [А. Дайан, Ф. Букерель, А. Оливье, Р. Урсе и др.]; пер с франц. под научн. ред. А. Г. Худокормов. – М.: Экономика, 1993. – 571 с.
47. Марцин В. Умови виникнення та показники оцінки факторів, що формують конкурентоспроможність підприємства / В. Марцин // Інформаційний вісник АН ВО України. – 2008. – № 61 (5). – С. 98–113.
48. Обґрунтування необхідності вдосконалення цінової політики нового підприємства на ринку [Електронний ресурс] / Т. П. Несторенко, О. О. Соловійова // Режим доступу : [agiu.berdyansk.net/departments/conferences/2005/33S.pdf](http://agiu.berdyansk.net/departments/conferences/2005/33S.pdf).
49. Хусаинов Б. М. Аспекти конкурентоспроможності зернової отрасли на западе Казахстана / Б. М.Х. Хусаинов // Вісник ЦНЗ АПВ Харківської області. – 2009. – Випуск 6. – С. 298–306.
50. Кучер В. А. Механізм стратегії розвитку підприємства харчової промисловості / В. А. Кучер, Т. М. Міняйло // Вісник Хмельницького національного університету. – 2010. – № 1, Т. 2. – С. 95–99.

Рецензенти: Горлачук В. В., д.е.н., професор;  
Сохнич А. Я., д.е.н., професор.

© Норд Г. Л., Комаренко І. С., 2011

Стаття надійшла до редколегії: 11.04.2011 р.