

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ КОНКУРЕНТНОГО СТАТУСУ ПІДПРИЄМСТВА: СУТНІСТЬ ТА АНАЛІЗ НАУКОВИХ ПІДХОДІВ

*Косович О. В., здобувач**

Постановка проблеми. Формування конкурентоспроможного ринку є першочерговою умовою підвищення економічної і соціальної стабільності національної економіки. Збереження і зміцнення ринкових позицій підприємств викликають необхідність визначення перспективних напрямів формування конкурентного статусу підприємств як однієї з найбільш перспективних, динамічних та ефективних ринкових ніш національної економіки. Оцінка конкурентного статусу підприємства є ланцюгом процесу управління конкурентоспроможністю підприємства. Відтак, аналіз наукових підходів щодо критеріїв оцінювання конкурентного статусу підприємства потребує поглибленого вивчення та подальшого дослідження.

Аналіз останніх досліджень. Дослідженню основ конкуренції присвячені роботи вітчизняних і зарубіжних економістів, таких як І. Ансофф, Г.А. Азоєв, М.І. Баканов, А.П. Градов, Ю.Б. Іванов, І.І. Мазур, А.І. Ковальов, А.Д. Шеремет, Ж. Ламбен, Ф. Котлер, П. Уотерман, М. Портер та ін. Проте, недостатньо дослідженими залишаються питання критеріїв оцінювання конкурентного статусу підприємства, що і зумовило вибір теми статті.

Формулювання цілей дослідження (постановка завдання): систематизація наукових підходів до тлумачення сутності критеріїв оцінювання конкурентного статусу підприємства та їх аналіз.

*Науковий керівник –к.е.н., професор Л.Д. Павловська

Виклад основного матеріалу дослідження. Згідно теорії М. Портера стан конкуренції на ринку визначають п'ять конкурентних сил: конкуренція підприємств однієї галузі, поява товарів-замінювачів, поява нових конкурентів, економічні можливості постачальників та економічні можливості споживачів [3]. Конкурентним силам, які формують зовнішнє конкурентне середовище, М. Портер дав назву детермінантів «національного ромбу». Основними визначальними характеристиками конкуренції підприємств є конкурентоспроможність, конкурентні переваги і конкурентний статус підприємства. Складовою логічного взаємозв'язку основних характеристик конкуренції підприємств – конкурентоспроможності підприємства і конкурентних переваг підприємства є конкурентний статус підприємства.

У науковій літературі досить широко висвітлена проблема формування критеріїв оцінювання конкурентного статусу підприємства. Проте наявність якісно різних позицій вчених щодо їх змісту зумовлює необхідність проведення дослідження у даному напрямі. За результатами аналізу наукових підходів до тлумачення сутності критеріїв оцінювання конкурентного статусу підприємства встановлено такі позиції вчених:

1. Високий ступінь розвитку стратегічного потенціалу підприємства і використання умов зовнішнього конкурентного середовища для поліпшення конкурентної (ринкової) позиції підприємства. Представниками даного підходу є: Р. Фатхутдинов, Т. Зламанюк, О. Кравченко, З. Шершньова [4]. Даний підхід вчених передбачає акцентування уваги лише на конкурентній боротьбі підприємства шляхом формування відповідної стратегії та використання сприятливих для нього умов, сформованих детермінантами «національного ромба». При цьому до уваги не беруться інші важливі риси конкурентного статусу, зокрема: наявність можливостей щодо формування потужної ресурсної бази підприємства і рівень їх використання (ресурсна позиція), позитивний імідж підприємства, – а отже, і конкурентні переваги від них. Тому дану позицію вчених вважаємо неповною;

2. Висока забезпеченість ресурсами та повнота їх використання для досягнення стратегічних цілей підприємства. Даний підхід розділяють такі вчені: Г. Кіндрацька, О. Ареф'єва, Т. Харчук, М. Касаткіна. Цей підхід вчених також є дискусійним, тому що відображає лише одну із важливих ознак конкурентного статусу – потужну ресурсну позицію. Щодо забезпечення конкурентної та імідж-позиції, дана вимога у формулюванні критерію не врахована;

3. Висока ринкова позиція, потужний виробничий та науковий потенціал для реалізації місії підприємства. Вченими, які представляють даний підхід, є: Л. Норік, В. Савчук, І. Сіваченко [2]. Зазначений науковий підхід, на нашу думку, є більш дієвим, оскільки на відміну від попередніх акумулює ступінь досягнення підприємством конкурентної і ресурсної позиції. Крім того, позитивним є акцентування уваги на інноваціях, як одному з базисних чинників для забезпечення високого конкурентного статусу підприємства. Проте недоліком даного підходу є те, що він не відображає вимоги щодо забезпечення позитивного іміджу підприємства;

4. Високий рівень сприйняття підприємства суб'єктами зовнішнього середовища. Вважаємо, що даний підхід характерний для таких вчених як: А. Глеб, І. Химич, Т. Хомуленко, він безумовно, заслуговує на увагу, оскільки позитивне ставлення до підприємства громадськості, споживачів, держструктур та інших суб'єктів є необхідною умовою для забезпечення його високого конкурентного статусу. Проте відсутність у змісті критерія вимоги щодо формування високої ринкової (конкурентної) та ресурсної позиції підприємства, на нашу думку, є недопустимим. Тому і дана позиція вчених потребує корегування.

З метою отримання дієвих результатів інтерпретовано основні принципові вимоги до формування критеріїв оцінювання конкурентного статусу підприємства. Такими, зокрема, вважаємо наступні:

- відповідність змісту критеріїв стратегічним завданням підприємства;

- повнота відображення у змісті критеріїв внутрішніх ознак і зовнішніх проявів конкурентного статусу (рис. 1).

Сутність першого принципу полягає у необхідності відображення у змісті критеріїв оцінювання таких вимог: довгострокового забезпечення високого конкурентного статусу підприємства та інноваційно-інвестиційного підходу до реалізації останнього, з урахуванням сприятливих для підприємства умов зовнішнього середовища, сформованих детермінантами «національного ромба».

До основних характеристик конкурентного статусу, на нашу думку, необхідно віднести такі: високу конкурентну позицію; можливість формування потужного ресурсного потенціалу та забезпечення ефективності його використання; позитивний імідж підприємства. В якості основних конкурентних переваг підприємства від формування високого конкурентного статусу можуть бути: кращі фінансові результати діяльності, більший сегмент зайнятого ринку, вищий рейтинг або ступінь довіри до підприємства в регіоні, країні чи поза її межами.



Рис. 1. Принципові вимоги до формування критеріїв оцінювання конкурентного статусу підприємства.

Джерело: власні дослідження.

На підставі зазначеного, сформовано критерій оцінювання конкурентного статусу підприємства – як довгострокове забезпечення високої конкурентної, ресурсної та імідж-позиції останнього шляхом розробки і впровадження дієвої стратегії та ефективної системи заходів, що призведе до поліпшення фінансових результатів діяльності, збільшення сегменту зайнятого ринку і зростання рейтингу або довіри до підприємства в регіоні ведення бізнесу. При цьому під дієвою стратегією та ефективною системою заходів щодо забезпечення високого конкурентного статусу підприємства вважаємо такі, що формуються на інноваційно-інвестиційній основі та передбачають врахування сприятливих для підприємства умов зовнішнього середовища, сформованих детермінантами «національного ромба».

Висновки. Систематична оцінка конкурентного статусу підприємства, як етап аналізу стану підприємства і розробки стратегії підприємства дозволяє підприємству оцінювати економічні можливості свого розвитку і росту, сконцентрувати стратегічні ресурси на найбільш перспективних напрямках його діяльності та досягти високого рівня конкурентоспроможності.

Використані джерела інформації

1. Ансофф И. Стратегическое управление / И. Ансофф; пер. с англ.; под ред. Л. И. Ивенко. – М.: Экономика, 1989. – 519 с.
2. Норік Л.О. Конкурентний статус підприємства: визначення і формалізація /Л. О. Норік // Комунальное хозяйство городов. Научно-технический сборник – 2005. – № 61. – С. 99–105.
3. Портер М. Конкуренция.: учеб. пос. / М. Портер – Москва: Вильямс, 2001. – 425 с.
4. Фатхутдинов Р. А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление / Р. А. Фатхутдинов. – М. : ИНФРА-М, 2000. – 312 с.