

ОЦІНЮВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

О.М. Николнж, канд. екон. наук
*Житомирський національний
агроекологічний університет*

Управління будь-якою економічною системою обов'язково передбачає наявність критерію ефективності її функціонування. Критерієм здійснення господарської діяльності підприємницькими структурами у сучасних умовах є максимум рівня конкурентоспроможності. Врахування критерію успішності в управлінському процесі вимагає його числового описання у вигляді відповідних оцінок. Тому процес оцінювання конкурентоздатності, як основного індикатора успішності господарювання підприємства, є обов'язковою складовою його системи менеджменту: моніторинг рівня конкурентоспроможності суб'єкта підприємництва дасть змогу вчасно виявити поточні проблеми, їх причини та оперативно відреагувати на них.

Процес оцінювання конкурентоздатності підприємства має ґрунтуватись на визначенні результативності його господарського процесу порівняно із конкурентами. В основі конкурентоздатності підприємства лежать його конкурентні переваги, що створюються на різних етапах та у різних сферах його господарської діяльності. При цьому чи не найбільш важливим та, водночас, складним є розробка системи показників, які б у повній мірі описували фактори (окремі конкурентні переваги), що формують конкурентний статус суб'єкта господарювання. Для дослідження конкурентного статусу суб'єкта господарювання пропонується використовувати метод інтегрального оцінювання, що враховує кількісні та якісні характеристики конкурентних переваг. Їх числовими інтерпретаціями визначено показники господарської діяльності підприємства, які змінюються у результаті формування цих переваг та, водночас, підсилюють позиції суб'єкта господарювання у межах його конкурентного середовища.

Наявність конкурентних переваг означає, що підприємство у межах тієї чи іншої області господарської діяльності випереджає своїх конкурентів. Для кількісного описання такого випередження доцільно розраховувати відношення найвищого серед конкурентів рівня показника до фактичного рівня, який досягло підприємство (у разі існування прямого зв'язку показника із конкурентоспроможністю), або фактичного значення господарюючого суб'єкта до найбільшого по галузі (у випадку існування оберненого зв'язку із конкурентоздатністю). В якості зважувального коефіцієнта доцільно використовувати рівень імітабельності (від англ. *imitable* — той, що піддається імітації), що вимірюється у межах від 0 до 1 (0 — у конкурентів

немає ніяких перешкод для імітації переваги; 1 — конкуренти ніколи не зможуть зімітувати конкурентну перевагу). По суті, чим менш імітабельною є конкурентна перевага підприємства, тим вищий рівень її значущості. З економічної точки зору, ваговий коефіцієнт при оцінці конкурентоспроможності відображає ймовірність того, що конкурентна перевага не буде відтворена суперниками суб'єкта господарювання. Водночас, у випадку оцінки вагомості переваги конкурента, зважувальний коефіцієнт тотожний рівню її імітабельності: чим вища ймовірність того, що підприємство зможе повторити перевагу, тим більший і коефіцієнт значущості. Індикаторами окремих конкурентних переваг є нормовані коефіцієнти, які визначаються за формулами:

1) нормовані коефіцієнти переваг досліджуваного підприємства:

$$K_{\text{вл.}}^{+} = \frac{\Pi_{\text{вл.}}}{\Pi_{\text{факт.}}} (1 - \omega^{+}) \quad K_{\text{вл.}}^{-} = \frac{\Pi_{\text{факт.}}}{\Pi_{\text{вл.}}} (1 - \omega^{+}), \quad (1)$$

де $K_{\text{вл.}}^{+}$ та $K_{\text{вл.}}^{-}$ — нормовані коефіцієнти показників, що характеризують конкурентні переваги досліджуваного підприємства та мають прямий й обернений зв'язок із рівнем конкурентоспроможності, відповідно; ω^{+} — ймовірність того, що конкурентна перевага підприємства буде відтворена конкурентами; $\Pi_{\text{вл.}}$ — найкраще серед конкурентів значення показника, що кількісно описує відповідну конкурентну перевагу; $\Pi_{\text{факт.}}$ — значення показника, яке досягло підприємство у результаті формування відповідної конкурентної переваги.

2) нормовані коефіцієнти переваг конкурента:

$$K_{\text{конк.}}^{+} = -\frac{\Pi_{\text{факт.}}}{\Pi_{\text{конк.}}} \omega^{-} \quad K_{\text{конк.}}^{-} = -\frac{\Pi_{\text{конк.}}}{\Pi_{\text{факт.}}} \omega^{-}, \quad (2)$$

де ω^{-} — ймовірність того, що підприємство зможе відтворити перевагу суперників; $\Pi_{\text{конк.}}$ — значення показника, яке досягнув конкурент (конкуренти) у результаті формування відповідної конкурентної переваги.

Використання наведених типів нормованих показників дасть змогу надати числову характеристику як перевагам підприємства, так і тим сторонам його господарського процесу, в яких воно відстає від конкурентів. При цьому, у разі значного відставання, значення інтегрального коефіцієнта буде від'ємним, та відображатиме на скільки суб'єкт господарювання поступається своїм суперникам. Позитивне ж значення узагальненого показника конкурентоспроможності буде відтворювати рівень відставання конкурентів відносно досліджуваного підприємства. Тоді, функція конкурентоспроможності підприємства являтиме собою залежність від показників досліджуваного підприємства та його конкурентів, що описують їх конкурентні переваги, та рівнів імітабельності цих переваг:

$$IK = F(\Pi_{\text{вл.}}, \Pi_{\text{конк.}}, \Pi_{\text{вл.}}, \omega^{+}, \omega^{-}), \quad (3)$$

де IK — інтегральний коефіцієнт конкурентоспроможності.

Найбільш адаптованим до визначення інтегрального показника конкурентоспроможності є середнє арифметичне часткових нормативних коефі-



цієнт конкурентних переваг. Загалом, інтегральний показник конкурентоспроможності відображає узагальнену оцінку всіх переваг підприємства та його суперників, а також дає можливість визначити, наскільки конкурентоздатним є досліджуваний суб'єкт підприємництва.