

Отримано: 02.07.2014 р.

Прорецензовано: 16.07.2014 р.

Прийнято до друку: 25.09.2014 р.

Салькова І. Ю. Теоретичні основи оцінки конкурентоспроможності підприємств АПК / І. Ю. Салькова // Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Економіка»: збірник наукових праць / ред. кол.: І. Д. Пасічник, О. І. Дем'ячук. – Острог: Видавництво Національного університету «Острозька академія», 2014. – Випуск 26. – С. 15–18.

УДК 334.7.009.12

JEL Classification: Q 12

**Салькова Ірина Юрїївна,**

кандидат економічних наук, доцент кафедри міжнародної економіки Вінницького національного аграрного університету

## ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ АПК

У статті розглянуто основні підходи оцінювання конкурентоспроможності підприємств. Визначено, що більшості підходів властиве оцінювання конкурентоспроможності підприємства за його фінансовими показниками. Висвітлено особливості підходів оцінювання конкурентоспроможності підприємств, їх переваги та недоліки для застосування на підприємствах АПК.

**Ключові слова:** конкуренція, конкурентоспроможність, оцінка, конкурентне середовище.

**Салькова Ірина Юрьевна,**

кандидат экономических наук, доцент кафедры международной экономики  
Винницкого национального аграрного университета

## ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ АПК

В статье рассмотрены основные подходы оценки конкурентоспособности предприятий. Определено, что большинству подходов свойственно оценивание конкурентоспособности предприятия за его финансовыми показателями. Освещены особенности подходов оценки конкурентоспособности предприятий, их преимущества и недостатки для применения на предприятиях АПК.

**Ключевые слова:** конкуренция, конкурентоспособность, оценка, конкурентная среда.

**Irina Salkova,**

PhD, Associate Professor of International Economics Vinnytsia National Agrarian University

## THEORETICAL FOUNDATIONS ASSESSMENT COMPETITIVENESS OF AGRIBUSINESS COMPANIES

The article reviews the main approaches evaluating the competitiveness of enterprises. Determined that most evaluation approaches inherent competitiveness of its financial performance. Features of enterprise competitiveness evaluation approaches, their advantages and disadvantages for use in agricultural enterprises.

**Keywords:** competition, competitiveness assessment competitive landscape.

**Постановка проблеми.** Розвиток ринкової економіки, поступове охоплення України глобалізацією пов'язані із загостренням конкуренції між товаровиробниками. Нині в світі зростає попит на продукти харчування й Україна, зважаючи на багаті природні ресурси, є однією з країн, які можуть його забезпечити. Підвищення конкурентоспроможності підприємств є головним завданням кожного підприємства, що гарантує йому зміцнення власних позицій серед конкурентів, тому теоретичного і практичного інтересу набуває оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємства. Це дасть змогу не тільки з'ясувати конкурентне місце, а й розробити науково обґрунтовану стратегію менеджменту, органічно-економічний механізм підвищення конкурентоспроможності підприємств.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідження питання оцінки конкурентоспроможності підприємств висвітлені в працях таких зарубіжних та вітчизняних вчених: Г. Азоева [1], Дж. Кларка [2], Ю. Іванова [7], А. Маршалла [3-4], Н. Моїсєєвої [5], Л. Соколової [6], Р.А. Фатхутдінова [8] та ін.

Слід зазначити, що в даний момент в Україні недостатньо ґрунтовних досліджень, присвячених управлінню конкурентоспроможністю підприємств. Методологічні розробки, викладені в працях вітчизняних і закордонних економістів, переважно розкривають методи оцінки конкурентоспроможності промислових підприємств і товарів, а специфічні особливості підприємств вивчено недостатньо.

**Мета і завдання дослідження.** Мета дослідження полягає в аналізі основних підходів до оцінювання конкурентоспроможності підприємств, виділення їх переваг та недоліків, обґрунтуванні їх використання для прийняття ефективних управлінських рішень і підвищення конкурентоспроможності підприємств АПК.

**Виклад основного матеріалу.** Конкурентне становище підприємства на ринку визначається не лише його внутрішніми особливостями й умовами діяльності, але і середовищем конкуренції, фактори якого не завжди піддаються керуванню. Оцінка рівня конкурентоспроможності підприємства дасть змогу виявити його сильні та слабкі сторони, а також фактори, що впливають на ставлення покупців до підприємства і, як результат – на зміну його частки продажу на конкретному товарному ринку.

У світовій практиці застосовуються кілька підходів до оцінки конкурентоспроможності підприємства. Узагальнення концептуальних положень щодо оцінки конкурентоспроможності підприємств відображено в табл. 1.

Таблиця 1  
Наукові підходи до оцінки конкурентоспроможності підприємств

Підхід	Сутність	Ключові слова
Заснований на теорії рівноваги та теорії факторів виробництва	Підхід прийнятний лише в умовах досконалої конкуренції, критерієм конкурентоспроможності є наявність у підприємця таких факторів, які можуть бути використані з кращою, ніж у конкурентів, збутовою діяльністю	досконала конкуренція, стан рівноваги, фактори виробництва
Заснований на теорії ефективної конкуренції	Розробка критерію для наявного рівня конкурентоспроможності підприємства, достатнього для підтримки ефективної господарської діяльності	ефективна конкуренція, рівень конкурентоспроможності
Заснований на порівнянні якості товару	Припускає порівняння товару, досліджуваного виробника з аналогічним товаром конкурентів	порівняння товару, конкурентоспроможність товару, якість продукції
Структурний	Рішення щодо дотримання тієї чи іншої позиції на ринку підприємство приймає, виходячи з рівня монополізації галузі	монополізації галузі, позиція на ринку
Функціональний	Полягає у порівнянні витрат, цін, завантаження виробничих потужностей, обсягів випуску продукції, норм прибутку тощо	ефективність виробничо-збутової діяльності, основний і оборотний капітал
«Метод профілів»	Полягає у визначенні критеріїв задоволення потреб споживачів відносно будь-якого продукту, а також у вимірності якісних характеристик продукту у порівнянні з характеристиками конкурентів	потреби споживачів, ідеальний продукт
Матричний	Теоретичною базою є концепція життєвого циклу товарів і технологій	життєвий цикл товарів, технології
Середньозваженої величини показників конкурентоспроможності	Конкурентоспроможність визначається як середньозважена величина показників конкурентоспроможності товарів на конкретних ринках	ефективність діяльності, ефективність продажу та виробництва товару

Джерело: власні дослідження.

Проведені дослідження показали, що неокласична теорія А. Маршалла акцентує увагу на тому, що рівноважним розуміється такий стан, коли у підприємства не існує стимулу для переходу до іншого стану, тобто для зміни обсягів виробництва чи обсягів продажів. В умовах рівноваги кожен із факторів виробництва використовується з однаковою й одночасно найбільшою продуктивністю [3, с. 89–100; 4, с. 102–115].

Водночас, методи оцінки конкурентоспроможності підприємств, засновані на теорії рівності факторів виробництва, мають істотні обмеження. Зокрема, застосування її в сучасних умовах є неможливим з огляду на те, що теорія рівноваги виробника була розроблена для дослідження процесів розвитку галузі в умовах досконалої конкуренції, а також цей метод припускає, що підприємство в результаті свого розвитку повинно досягти стану рівноваги.

Окрему групу складають методи визначення конкурентоспроможності підприємства, засновані на теорії ефективної конкуренції Дж. М. Кларка. Дана теорія акцентує увагу лише на розробці критерію для наявного рівня конкурентоспроможності підприємства, достатнього для підтримки ефективної господарської діяльності. Прихильники такого підходу вважають, що при аналізі конкуренції на рівні

галузі необхідно звертати увагу, насамперед, на суперництво підприємств, оскільки саме результат їх діяльності формує стан галузі [2, с. 225–235]. Проте, слід відмітити істотні недоліки такого підходу з огляду на необхідність прив'язки конкурентоспроможності підприємства до визначених тимчасових проміжків.

Вбачається за доцільне розглянути структурний підхід, в основі якого є прийняття рішення щодо дотримання тієї чи іншої позиції на ринку. Таке рішення підприємство приймає, виходячи із рівня монополізації галузі, тобто концентрації виробництва і капіталу, бар'єрів для нових підприємств, що вступають до галузевого ринку. До основних перешкод на шляху нових конкурентів зазвичай належать: економічність великомасштабного виробництва, ступінь диференціації продукції, абсолютна перевага у витратах в існуючих підприємств, розмір капіталу, необхідний для організації ефективного виробництва [6, с. 32].

Більш повно оцінити конкурентоспроможність підприємств дає змогу функціональний підхід, який полягає у визначенні співвідношення витрат, ціни, завантаження виробничих потужностей, обсягів випуску продукції, норм прибутку тощо. Відповідно до цього підходу конкурентоспроможними є ті підприємства, де краще організовано виробництво й збут товару, ефективне керування фінансами. Перевагою функціонального підходу є використання тих груп показників, які дають змогу оцінити фінансово-господарську діяльність підприємства. Даний підхід також має і недоліки, зокрема, при оцінці конкурентоспроможності підприємства він не враховує імідж підприємства та його потенціал.

Підхід до оцінювання конкурентоспроможності підприємства за допомогою «методу профілів» включає три етапи. На першому етапі досліджується, який ринок (чи ринки) існують для даного продукту і які вимоги ринків. На другому етапі для кожного ринку необхідно встановити, наскільки задовольняються його вимоги конкуруючими на ньому товарами в порівнянні з ідеальним продуктом, що хотів би мати споживач. На останньому етапі аналізується робота збутового підрозділу підприємства, порівнюючи його з аналогічними підрозділами конкурентів. Визначається тривалість (час) збуту і вивчаються можливості її зниження [1, с. 134].

Однак, цей підхід не є універсальним, оскільки споживачів цікавить не лише якість, але й ціна продукції. Даний метод володіє наочністю оцінки, що дає змогу вивчати сегменти ринку, оцінити можливість зміни рентабельності виробництва й збуту з урахуванням вимог ринку, проводити аналіз збутової мережі. При його використанні уможливується виявлення критеріїв, що визначають потреби споживачів. Оцінка можливостей підприємств за цими факторами дозволяє побудувати багатокутник конкурентоспроможності, який полегшує аналіз рівня конкурентоспроможності декількох олійно-жирових підприємств за певними групами факторів. Підприємства, використовуючи цей метод, можуть виявити слабкі та сильні сторони одного підприємства відносно іншого і провести порівняльний аналіз конкурентів. На основі такого аналізу можливе впровадження заходів щодо зміцнення стійких конкурентних переваг та ліквідації слабких місць.

Особливий інтерес становлять матричні методи оцінки конкуренто-спроможності підприємства, засновані на розгляді процесів конкуренції в динаміці, що дозволяють провести при наявності достовірної інформації якісний аналіз конкурентних позицій, будучи при цьому наочними й простими в розрахунках. Ці методи дозволяють успішно визначати положення товару на ринку й перспективи його розвитку відповідно до його життєвого циклу. На відміну від інших, показують положення декількох конкурентів і надають інформацію про їх можливості. Дослідженнями встановлено, що їх застосування є ефективним у поєднанні з іншими, більш точними розрахунками, ілюстрацією до яких вони є. Матричні форми уявлення та аналізу інформації не є специфічним інструментом системного аналізу, проте широко застосовуються на різних його етапах як допоміжний засіб. Матриця – не тільки наочна форма представлення інформації, але і форма, що розкриває внутрішні зв'язки між елементами, допомагає з'ясувати і проаналізувати непроаналізовані частини. При цьому, матриця – простий спосіб представлення альтернатив, що показує відношення між кожним параметром і кожним рівнем розвитку системи [5, с. 53-58].

Для підприємств АПК зазначені методи дозволяють успішно визначати положення товару на ринку й перспективи його розвитку відповідно до його життєвого циклу. Водночас, на відміну від інших, ці методи показують положення декількох конкурентів і дають змогу визначити їх можливості.

У працях Н. К. Моїсєєвої пропонується визначати рівень конкурентоспроможності виробника за допомогою показника ефективності діяльності, до якого входять показники рентабельності (продажів, активів, основного капіталу, власного капіталу), обсягу продажів (продуктивність, оборотність за видами капіталу, активів, матеріальних запасів) [5, с. 15-28]. Недоліком методики вбачається відсутність визначення індексу конкуренто-спроможності товарної маси та індексу відносної ефективності.

Більш функціональним є підхід оцінювання конкурентоспроможності підприємств описаний Р.А. Фатхутдіновим [8, с. 134]. Він пропонує визначати конкурентоспроможність: 1) як середньозважену величину показників конкурентоспроможності товарів на конкретних ринках; 2) окремо аналізувати ефективність діяльності організації, виходячи з конкурентоспроможності й ефективності кожного товару на конкретному ринку; 3) окремо розраховувати показник стійкості функціонування організації; 4) прогнозувати перераховані показники мінімум на п'ять років. Вважаємо, що методики оцінки конкурентоспроможності підприємств, запропоновані Р. А. Фатхутдіновим, є досить актуальними, однак недоліком є складність отримання достовірної інформації за кожним показником групи.

**Висновки.** Зважаючи на складність проблеми оцінювання конкурентоспроможності підприємств АПК, зокрема через множину зовнішніх та внутрішніх факторів, що визначають її рівень, вченими розроблено широкий аналітичний інструментарій, що базується на таких методичних підходах: структурний, функціональний, матричний, середньозваженої величини показників конкурентоспроможності, заснований на порівнянні якості товару, теорії ефективної конкуренції, «метод профілів» та ін. Водночас, більшості зазначених підходів властиве оцінювання конкурентоспроможності підприємства за його фінансовими показниками, що суттєво звужує та викривлює реальну оцінку здатності організації конкурувати.

Аналіз підходів оцінювання конкурентоспроможності вказує, що для підприємств АПК найбільш прийнятним є підхід середньозваженої величини показників, так як він дає змогу оцінити конкурентоспроможність товарів на конкретних ринках, визначити ефективність діяльності організації, виходячи з конкурентоспроможності й ефективності кожного товару, розрахувати показники стійкості підприємства і прогнозувати ці показники на декілька років.

#### Література:

1. Азоев Г. Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика / Г. Л. Азоев. – М. : Центр экономики и маркетинга, 1996. – 205 с.
2. Кларк Дж.Б. Распределение богатства / пер. с англ.: Д. Страшунского, А. Бесчинского; под ред. Л. П. Куракова. – М. : Гелиос АРВ, 2000. – 368 с.
3. Маршалл А. Принципы экономической науки / А. Маршалл. – М. : Прогресс, 1993. – Т 2. – 310 с.
4. Маршалл А. Принципы экономической науки / А. Маршалл. – М. : Прогресс, 1993. – Т 3. – 351 с.
5. Моисеева Н. К. Современное предприятие: маркетинг, конкурентоспособность, обновление / Н. К. Моисеева, Ю. Г. Анискин. – М. : Впешторгиздат, 1993. – 222 с.
6. Соколова Л. В. Конкурентоспособность предприятия и критерии ее оценки / Л. В. Соколова // Маркетинг и реклама. – 1999. – № 5. – С. 31–33.
7. Теоретичні основи конкурентної стратегії підприємства: Монографія / Авт. кол.: Ю. Б. Іванов, О. М. Тищенко, Г. В. Назарова та ін.; За ред. Ю. Б. Іванова, О.М. Тищенко. – Х. : ВД «ИНЖЕК», 2006. – 312 с., С. 52.
8. Фатхудинов Р. А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление / Р. А. Фатхудинов. – М. : ИНФРА. – 2000. – 312 с.