

## ДО АНАЛІЗУ МЕТОДОЛОГІЧНИХ ПІДХОДІВ ЩОДО ВИЗНАЧЕННЯ ТА ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТРАНСПОРТНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Ільченко В.Ю., кандидат економічних наук

Постановка проблеми. Дослідження конкурентоспроможності транспортного підприємства в умовах економічної ситуації, що склалася в Україні, дає змогу розглядати її як комплексну характеристику потенційних можливостей забезпечення конкурентних переваг в перспективі. Джерелами конкурентних переваг є прогресивна організаційно-технологічна і соціально-економічна база підприємства, вміння аналізувати та своєчасно здійснювати заходи щодо укріплення конкурентних переваг.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В наукових працях як вітчизняних, так і закордонних вчених (Г.Л. Азосва, Р.А. Фатхутдінова, С.С. Гаркавенко, А.В. Войчака, Р.В. Камишнікова, Жан-Жака Ламбена, А.П. Челенкова А. П., Б. Карлофа, М. Портера, Дж. Тіроле) досліджуються питання конкурентоспроможності, створення, класифікації і використання підприємством власних конкурентних переваг та управління ними [1, 2, 3, 4, 6]. Разом з тим, важливі аспекти формування та розвитку методологічної і практичної бази для оцінки конкурентоспроможності підприємств різних галузей не дістали належного висвітлення.

Ціль статті. В статті розглянуті деякі методологічні підходи щодо визначення та оцінки конкурентоспроможності транспортного підприємства.

Виклад основного матеріалу. Важливим атрибутом ринкової економіки є конкурентоспроможність підприємства. Сам ринок, механізм його дії не може нормально існувати без розвинутих форм конкуренції.

Більшість авторів, які досліджують і розглядають поняття конкурентоспроможності, говорять про те, що фірма конкурентоспроможна, коли вона краща від інших фірм за своїми внутрішніми та зовнішніми показниками, тобто вона має зовнішні або внутрішні переваги.

Конкурентоспроможність підприємства – це здатність використовувати власний потенціал та ресурси, що надаються навколишнім маркетинговим середовищем для досягнення порівняно вищої міри задоволення потреб споживачів свого цільового ринку, а також суспільних потреб [3].

Для функціонування організаційно-економічного механізму забезпечення конкурентоспроможності підприємства необхідна система оцінки та визначення рівня конкурентоспроможності підприємства, яка б враховувала інтереси інвесторів, підприємств, споживачів, держави. Для визначення положення підприємства на ринку необхідна оперативна та об'єктивна методика оцінки потенційної конкурентоспроможності підприємства та її ефективного використання.

Загальний порядок дослідження, оцінки та управління конкурентоспроможністю підприємства охоплює такі принципові етапи:

- 1) вияв чинників зовнішнього та внутрішнього середовища, що впливають на рівень конкурентоспроможності підприємства, та оцінка їх значимості;
- 2) групування чинників, аналіз їх внутрішньогрупових та міжгрупових взаємозв'язків;
- 3) оцінка впливу обраних для дослідження чинників (або груп чинників) на рівень конкурентоспроможності підприємства та кількісне визначення цього рівня;
- 4) прогнозування змін включених у модель чинників внаслідок можливих змін умов зовнішнього та внутрішнього середовища;
- 5) прогнозування рівня конкурентоспроможності підприємства;
- 6) з'ясування шляхів та методів підвищення конкурентоспроможності;
- 7) розробка комплексу заходів по підвищенню конкурентоспроможності;
- 8) оцінка прямих та опосередкованих витрат на реалізацію розроблених заходів;
- 9) вибір критерію ефективності заходів щодо підвищення конкурентоспроможності підприємства;
- 10) визначення ефективності розроблених заходів та вибір оптимального комплексу регулюючих впливів;
- 11) прийняття відповідних управлінських рішень.

Показник «конкурентоспроможність підприємства» віддзеркалює найістотніші підсумки діяльності та потенційні можливості всіх служб і підрозділів підприємства, а також його здатність реагувати на зміни чинників зовнішнього середовища.

Конкурентоспроможність транспортного підприємства визначають показники, які характеризують конкурентоспроможність транспортної продукції, фінансовий стан підприємства, ефективність збуту та просування товарів і послуг, ефективність виробництва, імідж підприємства тощо.

Слід констатувати, що уніфікованої методики оцінки конкурентоспроможності підприємства не існує. В залежності від показників, за допомогою яких досліджується конкурентоспроможність транспортного підприємства, формуються різні методики.

*Методика оцінки конкурентоспроможності транспортного підприємства за його виробничим потенціалом і впливом зовнішнього середовища* складається з чотирьох етапів.

На першому етапі виділяють чинники, що визначають конкурентоспроможність підприємства. Для цього проводиться аналіз матеріально-технічної бази, оцінка науково-технічного потенціалу, діагностика та облік виробничих потужностей, аналіз критеріїв, що визначають ступінь впливу зовнішнього середовища на конкурентоспроможність.

На другому етапі визначають рівень конкурентоспроможності підприємства.

Третій етап присвячений формуванню стратегії розвитку підприємства.

На четвертому етапі здійснюється аналіз результатів впровадження заходів з підвищення конкурентоспроможності транспортного підприємства.

Перевагою такого підходу є можливість врахування особливостей розвитку конкурентної ситуації на ринку транспортних послуг, з'ясування місця кожного підприємства на даному ринку, визначення найсильніших конкурентів серед його учасників.

Також дієвою можна назвати *методику оцінювання конкурентоспроможності транспортного підприємства на підставі конкурентоспроможності транспортної продукції*. Даний підхід є продуктивним, але трудомістким.

Одним з найважливіших етапів у цій моделі є перший – аналіз системи чинників, які впливають на конкурентоспроможність підприємства. Їх поділено на дві групи:

1) ті, що залежать від самого підприємства (чинники мікросередовища): ділова репутація, товарна марка, техніко-експлуатаційні характеристики транспортної продукції, її ціна, якість та правовий захист, ефективність виробничих процесів, сертифікація продукції, новації;

2) ті, що не залежать від підприємства (чинники макросередовища): ділова репутація країни, митна та податкова політика держави, коливання валютних курсів, державний устрій тощо.

На другому етапі визначають конкурентоспроможність транспортних послуг, як основу конкурентоспроможності підприємств, наприклад, за допомогою методики порівняння її технічних та економічних параметрів.

На третьому – за допомогою відносних показників обчислюють та аналізують ринкову частку суб'єктів економічної діяльності, що функціонують на ринку транспортних послуг. На цій основі оцінюють потужність конкурентів та частку здобутого сегменту ринку.

Останні два етапи передбачають формування можливих стратегій розвитку транспортних підприємств та вибір тих з них, які реально можуть використовуватися виробниками, з огляду на їх фінансові, матеріальні, технічні та інші можливості.

Основними видами транспортних послуг можна вважати послуги виробничого характеру (підкомплектівка, підготовка до виробництва), транспортні (завезення та вивезення вантажу), вантажно-розвантажувальні, експедиційні, інформаційні послуги.

Автори багатьох економічних видань збігаються в думці, що оцінка конкурентоспроможності послуги поділяється на наступні етапи:

1) аналіз ринку та вибір найбільш конкурентоспроможної послуги як взірця, бази для проведення й визначення рівнів конкурентоспроможності певної послуги;

2) визначення набору порівняльних параметрів послуги;

3) розрахунок інтегрального показника конкурентоспроможності певної послуги.

Кожний продукт або послуга цінні настільки, наскільки вони можуть задовольняти потреби споживача. Саме тому в усіх показниках, що характеризують той чи інший продукт або послугу, використовуються об'єктивні та суб'єктивні, кількісні та якісні параметри та показники, які більшою чи меншою мірою відображають рівень задоволення потреб. Чим вищий цей рівень, тим більш конкурентоспроможний продукт (або послугу) випускає (або надає) підприємство.

Розрізняють параметри та показники конкурентоспроможності (рис. 1). Параметри конкурентоспроможності – це найчастіше кількісні характеристики властивостей товару, які враховують галузеві особливості оцінки його конкурентоспроможності [3].

Виділяють такі групи параметрів конкурентоспроможності, як: технічні (якісні), економічні та нормативні [4].



Рисунок 1. – Оцінка конкурентоспроможності товару

Технічні (якісні) параметри характеризують технічні та фізичні властивості товару, які визначають особливості галузі та способи його використання, а також функції, які виконує товар у процесі його використання. Їх, у свою чергу, можна поділити на нормативні та консументні.

Нормативні параметри визначають відповідність товару встановленим нормам, стандартам та вимогам, які обумовлені законодавством та іншими нормативними документами, а консументні – відповідність товару вимогам споживачів (надійність, технологічність, ергономічність, естетичність, екологічність, безпека тощо).

Економічні параметри визначають рівень витрат на виробництво та ціни споживання через витрати на купівлю, обслуговування, споживання, зберігання, страхування, утилізацію товару.

Показники конкурентоспроможності – це сукупність системних критеріїв кількісної оцінки рівня конкурентоспроможності товару (послуги), які базуються на параметрах конкурентоспроможності. Перелік показників конкурентоспроможності залежить від об'єкта досліджень, а також від обраного методу визначення конкурентоспроможності.

Паралельно визначають коефіцієнти вагомості (значущості) кожного критерію та показника ( $v_i$ ) для розрахунку коефіцієнта конкурентоспроможності підприємства ( $K_{\Pi}$ ) за допомогою методу експертних оцінок  $\left( \sum_{i=1}^n v_i = 1 \right)$ .

В результаті цього конкурентоспроможність транспортного підприємства можна визначити методом середньозваженої арифметичної [3]:

$$K_{\Pi} = v_1 \cdot \text{ЕФД} + v_2 \cdot \text{ФСП} + v_3 \cdot \text{ЕЗ} + v_4 \cdot \text{КТ}, \quad (1)$$

де ЕВД – значення критерію ефективності виробничої діяльності організації;

ФСП – значення критерію фінансового стану підприємства;

ЕЗ – значення критерію ефективності організації збуту та просування товару;  
КТ – значення критерію конкурентоспроможності товару.

Усі зазначені критерії відповідно можуть бути розраховані наступним чином:

$$ЕВД = v_1 \cdot B + v_2 \cdot \Phi + v_3 \cdot PT + v_4 \cdot ПП, \quad (2)$$

де В – відносний показник витрат виробництва на одиницю продукції;  
Φ – відносний показник фондівдачі;  
РТ – відносний показник рентабельності товару;  
ПП – відносний показник продуктивності праці.

$$\PhiСП = v_1 \cdot K_a + v_2 \cdot K_{пл} + v_3 \cdot K_{ал} + v_4 \cdot K_o, \quad (3)$$

де  $K_a$  – відносний показник автономії підприємства;  
 $K_{пл}$  – відносний показник платоспроможності підприємства;  
 $K_{ал}$  – відносний показник абсолютної ліквідності підприємства;  
 $K_o$  – відносний показник обіговості обігових засобів.

$$ЕЗ = v_1 \cdot РП + v_2 \cdot K_3 + v_3 \cdot K_{вп} + v_4 \cdot K_{ер}, \quad (4)$$

де РП – відносний показник рентабельності продаж;  
 $K_3$  – відносний показник затовареності готовою продукцією;  
 $K_{вп}$  – відносний показник завантаженості виробничих потужностей;  
 $K_{ер}$  – відносний показник ефективності реклами та засобів стимулювання збуту.

Така оцінка конкурентоспроможності охоплює всі найбільш важливі напрями господарської діяльності транспортного підприємства, виключає дублювання окремих показників, дозволяє швидко та ефективно отримати загальну картину стану підприємства на ринку транспортних послуг. Проте в її основу закладена експертна оцінка показників вагомості кожного коефіцієнта, а така оцінка не може вважатися абсолютно достовірною.

В свою чергу, деякі дослідники пропонують здійснювати розрахунок показника конкурентоспроможності на основі наступних групових показників [6]:

- 1) конкурентоспроможність продукції ( $K_{прод}$ );
- 2) конкурентоспроможність системи управління ( $K_{су}$ );
- 3) конкурентоспроможність персоналу ( $K_{перс}$ );
- 4) конкурентоспроможність технології ( $K_{техн}$ );
- 5) фінансовий стан підприємства ( $\Phi C_{п}$ ).

За цим методом конкурентоспроможність транспортного підприємства слід розраховувати за формулою:

$$K_{п} = a \cdot K_{прод} + b \cdot K_{су} + c \cdot K_{перс} + d \cdot K_{техн} + f \cdot \Phi C_{п}, \quad (5)$$

де а, b, c, d, f – вагомість показника залежно від галузі, до якої належить підприємство.

Підприємства-аналоги (конкуренти), з якими здійснюється порівняння для аналізу конкурентоспроможності, повинні відповідати наступним вимогам:

- належати до транспортної галузі, що і фірма, конкурентоспроможність якої аналізується;
- асортимент транспортної продукції та структура видів діяльності цих підприємств не повинні суттєво відрізнятися від підприємства, що досліджується.

Розглянутий метод визначення конкурентоспроможності підприємства може бути застосований до тих підприємств, діяльність яких задовольняє потребам споживачів. А це можливо лише за умови спрямованості системи управління на споживача, що за допомогою даного методу можна визначити лише частково. Також слід зазначити, що у разі застосування даного методу під аналіз не підпадають підприємства інших галузей, які мають свій парк автомобілів або роблять спроби увійти на ринок транспортних перевезень шляхом купівлі підприємств аутсайдерів.

Ряд вчених-маркетологів пропонує оцінювати конкурентоспроможність транспортного підприємства на основі комплексного методу. Він заснований на використанні комплексних (групових, інтегральних, узагальнених) показників або порівнянні питомих корисних ефектів послуги, що аналізується [5]:

$$R_{\text{компл},j} = R_1 \cdot R_2 \cdot R_3 \cdot R_4 \cdot R_5, \quad (6)$$

де  $R_{\text{компл},j}$  – комплексний коефіцієнт конкурентоспроможності  $j$ -го підприємства;

$R_1$  – показник конкурентоспроможності, який відображає прибутковість;

$R_2$  – показник конкурентоспроможності, який визначає ефективність управління;

$R_3$  – показник конкурентоспроможності, який висвітлює ділову активність;

$R_4$  – показник конкурентоспроможності, який відображає ліквідність підприємства.

$R_5$  – ринкова доля підприємства.

Усі наведені вище методи передбачають, що поліпшення будь-якої характеристики послуги автоматично підвищує конкурентоспроможність підприємства.

Висновки. Застосування транспортними підприємствами сучасних методологічних підходів щодо визначення та оцінки конкурентоспроможності дозволить їм ефективно визначати свої сильні та слабкі сторони, можливості і ресурси. Це повинно допомогти підприємствам вирішити питання досягнення високого рівня конкурентоспроможності, зрозуміти сутність та тенденції розвитку транспортного ринку, тобто існуючі потреби і запити, стан та тенденції розвитку обсягів попиту, поведінку споживачів, конкурентів, посередників та інших суб'єктів ринку.

#### ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ

1. Азоев Г. Л., Челенков А. П. Конкурентные преимущества фирмы. – М.: ОАО «Типография «НОВОСТИ». – 2000. – 255 с.
2. Фатхутдинов Р. А. Управление конкурентоспособностью организации. Учебное пособие. – М.: Изд-во Эксмо. – 2004. – 544 с.
3. Камишніков Роман Вікторович. Конкурентоспроможність підприємства в системі маркетингу [Рукопис]: дис. ... канд. екон. наук: 08.06.01 / Р. В. Камишніков; Київський нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана. – К., 2006. – 156 с. – ББК У305.83 + У291.31 Дс2006.
4. Гаркавенко С.С. Маркетинг. Підручник. – 7-ме вид. – Київ: Лібра, 2010. – 720 с.
5. Конкурентоспособность продукции и предприятия. Буркинский Б. В., Лазарева Е. В., Агеева И. Н. и др. – Одесса: ИПРЭИ НАН Украины. – 2002. – 132 с.
6. Tirole, J. The Theory of Industrial Organization. The MIT Press: Cambridge, London – 2002. – 121 p.

#### РЕФЕРАТ

Ільченко В.Ю. До аналізу методологічних підходів щодо визначення та оцінки конкурентоспроможності транспортного підприємства. / Вікторія Юліанівна Ільченко // Вісник НТУ. – К.: НТУ. – 2012. – Вип. 26.

В статті розглянуті деякі аспекти формування та розвитку методологічної бази для оцінки конкурентоспроможності транспортного підприємства.

Об'єкт дослідження – конкурентоспроможність транспортного підприємства.

Мета роботи – запропонувати сучасні методологічні підходи щодо визначення та оцінки конкурентоспроможності транспортного підприємства.

Методи дослідження – метод порівнянь, системний аналіз.

Для функціонування організаційно-економічного механізму забезпечення конкурентоспроможності підприємства необхідна система оцінки та визначення рівня конкурентоспроможності підприємства, яка б врахувала інтереси інвесторів, підприємств, споживачів, держави. Для визначення положення підприємства на ринку представлений загальний порядок дослідження, оцінки та управління конкурентоспроможністю підприємства; запропоновані методика оцінки конкурентоспроможності транспортного підприємства за його виробничим потенціалом і впливом зовнішнього середовища та методика оцінки конкурентоспроможності транспортного підприємства на підставі конкурентоспроможності транспортної продукції; показані методи розрахунку коефіцієнта конкурентоспроможності підприємства.

Результати статті можуть бути використані в процесах розвитку маркетингової діяльності підприємств транспортної галузі, пошуку і реалізації зовнішніх конкурентних переваг.

Прогнозні припущення щодо розвитку об'єкта дослідження – створення об'єктивної методики оцінки потенційної конкурентоспроможності транспортного підприємства.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: АНАЛІЗ, ПОТЕНЦІЙНА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ, ТРАНСПОРТНЕ ПІДПРИЄМСТВО, МЕТОДИКА, ОЦІНКА.

#### ABSTRAKT

Ilchenko V. J. Analysis of methodological approaches to identify and evaluate the competitiveness of transport. / Victoria Ilchenko // Visnyk NTU. – K.: NTU. – 2012. – Vol. 26.

The article dealt with some aspects of the formation and development of a methodological framework for assessing the competitiveness of the transport company.

Object of research is the competitiveness of the transport company.

The purpose of work is to offer modern methodological approaches to defining and assessing the competitiveness of the transport company.

Research methods: method comparisons, system analysis.

For the functioning of the organizational-economic mechanism of competitiveness required assessment system and determine the level of competitiveness, which took into account the interests of investors, enterprises, consumers, the State. To determine the position of the enterprise in the market represented a general procedure for research, evaluation, and management of the competitiveness of enterprises; the proposed method of evaluation of the competitiveness of the transport enterprises for its productive potential and the influence of the environment and the method of estimation of the competitiveness of the transport enterprises on the basis of the competitiveness of the transport of products; showing the methods of calculating the coefficient of the competitiveness of enterprises.

The results of the article can be used in the processes of development of marketing activities of the transport industry, search and implementation of external competitive advantages.

Forward-looking assumptions regarding the development of a research object, creating an objective valuation of potential competitiveness of transport enterprises.

KEYWORDS: ANALYSIS, POTENTIAL COMPETITIVENESS, TRANSPORT COMPANIES, METHODS, EVALUATION.

#### РЕФЕРАТ

Ильченко В.Ю. К анализу методологических подходов определения и оценки конкурентоспособности транспортного предприятия. / Виктория Юлиановна Ильченко // Вестник НТУ. – K.: НТУ. – 2012. – Вып. 26.

В статье рассматриваются некоторые аспекты формирования и развития методологической базы для оценки конкурентоспособности транспортного предприятия.

Объект исследования – конкурентоспособность транспортного предприятия.

Цель работы – предложить современные методологические подходы к определению и оценке конкурентоспособности транспортного предприятия.

Методы исследования – метод сравнений, системный анализ.

Для функционирования организационно-экономического механизма обеспечения конкурентоспособности предприятия необходима система оценки и определения уровня конкурентоспособности предприятия, которая бы учитывала интересы инвесторов, предприятий, потребителей, государства. Для определения положения предприятия на рынке представлен общий порядок исследования, оценки и управления конкурентоспособностью предприятия; предложены методика оценки конкурентоспособности транспортного предприятия на основе его производственного потенциала и влияния внешней среды и методика оценки конкурентоспособности транспортного предприятия на основе конкурентоспособности транспортной продукции; показаны методы расчета коэффициента конкурентоспособности предприятия.

Результаты статьи могут быть использованы в процессах развития маркетинговой деятельности предприятий транспортной отрасли, поиску и реализации внешних конкурентных преимуществ.

Прогнозные предположения о развитии объекта исследования – создание объективной методики оценки потенциальной конкурентоспособности транспортного предприятия.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: АНАЛИЗ, ПОТЕНЦИАЛЬНАЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ, ТРАНСПОРТНОЕ ПРЕДПРИЯТИЕ, МЕТОДИКА, ОЦЕНКА.