

ний досвід, то, незважаючи на той факт, що нематеріальні необоротні активи загально визнані в більшості країн з ринковою економікою, підходи до їх ідентифікації, способи постановки на баланс та оцінки продовжують залишатися об'єктом гарячих дискусій. Саме з цієї причини серед численних стандартів бухгалтерського обліку, що застосовуються сьогодні в усьому світі, немає стандарту, спеціально призначеного для нематеріальних активів. І як наслідок, в Україні поки теж немає чітких стандартів оцінки подібних активів, тому пропонується оцінювати їх за ціною можливого продажу або виносити ці активи поза баланс.

Висновки. Підводячи підсумок, варто зазначити:

1. Необоротні активи є менш ліквідним майном підприємства, ніж оборотні кошти. Під час проведення фінансового аналізу потрібно особливу увагу приділяти тому, наскільки ефективно і рентабельно підприємство використовує свої необоротні активи.

2. Під час оцінювання основних засобів потрібно орієнтуватися на поточну (фактичну) ринкову вартість такого майна. За неможливості оцінки того чи іншого майна необхідно або застосовувати метод консервативної оцінки, або відображати інформацію про таке майно поза балансом у вигляді коментарів.

3. У разі обширної структури основних засобів або повторного аналізу у випадку зміни ринкової вартості активів необхідно проводити переоцінку окремих одиниць активів.

Щодо управління необоротними активами, то їх основними завданнями є:

- визначення можливих форм оновлення основних виробничих засобів;
- визначення потреби в необоротних активах для збільшення обсягів виробництва;
- забезпечення ефективного використання раніше сформованих та нововведених основних засобів та нематеріальних активів;
- формування необхідних фінансових ресурсів для відтворення необоротних активів та оптимізація їх структури.

Література

1. Мазуркевич І.О. Оцінка ефективності використання основних засобів на підприємстві / І.О. Мазуркевич // Формування ринкових відносин в Україні. – 2008. – № 2. – С. 91-94.
2. Пашнюк Л.О. Джерела фінансування оновлення основних фондів та напрямки їх вдосконалення / Л.О. Пашнюк // Формування ринкових відносин в Україні. – 2010. – № 9. – С. 46-50.
3. Притуляк Н.М. Ефективність використання нематеріальних активів / Н.М. Притуляк // Фінанси України : журнал. – 2009. – № 11. – С. 41-46.
4. Фірсова С.М. Особливості внутрішнього контролю використання необоротних активів підприємства / С.М. Фірсова, О.В. Гарасюта // Науковий вісник НЛТУ України : зб. наук.-техн. праць. – Львів : РВВ НЛТУ України. – 2009. – Вип. 16.6. – С. 184-187.
5. Швець В. Необоротні активи в системі кругообороту капіталу підприємства / В. Швець, О. Борисюк // Економіка. – 2010. – № 118. – С. 53-55.

Башиянин Г.И., Завийская О.И., Дунас О.И., Коропецкая Т.О., Шпаргало Г.Е. Политика управления необоротными активами малых и средних предприятий

Проанализированы основные варианты осуществления оценки необоротных активов, приведены их преимущества и недостатки. Охарактеризованы и сгруппированы источники, из которых можно получить информацию о необоротных активах.

Ключевые слова: инвестиции, материальные активы, нематериальные активы, необоротные активы, оценка активов.

Bashnyanyn G.I., Zaviyska O.I., Dunas O.I., Koropetska T.O., Shparhalo G.Ye. Policy administer of the noncurrent assets small and medium enterprises

Analyzed the main version for the evaluation of noncurrent assets, their advantages and disadvantages. Characterized and grouped sources from which you can get information about noncurrent assets.

Keywords: investments, tangible assets, intangible assets, fixed assets, valuation of assets.

УДК 339.137.2:334.716 Студ. М.О. Бочарова – КНУ ім. Тараса Шевченка; асист. Т.І. Пономаренко, канд. екон. наук – НУБіП України, м. Київ

УДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОЦІНЮВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Узагальнено теоретичні основи конкурентоспроможності підприємства, здійснено спробу розробити методичний інструментарій для оцінювання конкурентоспроможності підприємств у контексті підвищення ефективності їх діяльності та забезпечення сталості економічного розвитку.

Ключові слова: конкурентоспроможність, конкурентні переваги, конкурентний статус, методи оцінювання.

Постановка проблеми. В умовах динамічної зміни зовнішнього середовища, прискорення науково-технічного розвитку, активізації глобальних трансформаційних процесів, дослідження та оцінювання конкурентоспроможності підприємства набуває особливого значення. Це підтверджує аналіз щорічних звітів міжнародних організацій, зокрема Організації Об'єднаних Націй, Міжнародного союзу електров'язку та Всесвітнього економічного форуму.

Аналіз останніх досліджень і публікацій показав, що вивченню проблем методичного забезпечення оцінювання конкурентоспроможності підприємства присвячено низку праць як вітчизняних, так і зарубіжних вчених, серед яких варто виокремити наукові доробки Г. Азоева, І. Булах, Л. Довгань, Ю. Іванова, Г. Івашенка, С. Клименко, О. Млотока, В. Немцова, В. Павлової, Р. Фатхутдінова, К. Щиборща, А. Юданова, Д. Аакера, І. Ансоффа, У. Бролля, Ф. Котлера, Ж.-Ж. Ламбена, І. Ліфіца, А. Стрікланда, А. Томпсона та інших.

У дослідженнях науковців повною мірою розкрито теоретичні та практичні аспекти конкурентоспроможності підприємства, подано детальний опис методів визначення його конкурентного статусу. Разом з тим, враховуючи, що поняття "конкурентоспроможність" є складним терміном, який охоплює різні сторони діяльності та залежить від специфіки галузі функціонування підприємства, значна кількість методів оцінювання конкурентоспроможності унеможливило отримання достовірних результатів та має обмеження щодо використання у практиці. За цих умов, питання оцінювання конкурентоспроможності підприємства вимагає деталізації і подальшого теоретичного й методичного обґрунтування.

Мета роботи полягає в узагальненні підходів до оцінювання позиції суб'єкта господарювання на ринку відносно конкурентів та розробленні комплексної методики оцінювання конкурентоспроможності підприємства.

Виклад основного матеріалу. Конкурентоспроможність є одним з основних показників стану господарчої системи, який визначає можливості для

використання конкурентних переваг у процесі стратегічного управління підприємством.

Конкурентоспроможність підприємства – це: 1) рівень його компетенції відносно інших підприємств-конкурентів у нагромадженні та використанні виробничого потенціалу певної спрямованості, а також його окремих складових: технології, ресурсів, менеджменту, навичок, знань, персоналу тощо, що знаходить вираження в таких результуючих показниках, як якість продукції, прибутковість, продуктивність тощо; 2) можливість здійснення ефективної господарської діяльності й прибуткової її реалізації за умов конкурентного ринку [4, с. 401].

Конкурентні переваги як підґрунтя конкурентоспроможності підприємства формуються за наявності конкурентних позицій і певного конкурентного статусу фірми. Г. Азоев визначає, що "конкурентна позиція – це позиція, яку та чи інша компанія займає у своїй галузі, відповідно до результатів своєї діяльності зі своїми перевагами і недоліками порівняно з конкурентами" [1, с. 52]. Конкурентний статус, у трактуванні І. Ансоффа, – це "певний вимірвач положення фірми на ринку" [2, с. 38].

Для досягнення довготривалого успіху роботу із забезпечення конкурентоспроможності підприємства потрібно здійснювати в усіх сферах та аспектах його діяльності (рис. 1).



Рис. 1. Головні аспекти забезпечення конкурентоспроможності підприємства

У сфері послуг, зазначає Г. Матигев, факторами конкурентоспроможності є: кількісна та якісна характеристика аудиторії, яка споживає послуги; оперативність; інформативність, наявність реклами конкурентів; якість виконання послуги; зручність виконання; періодичність; умови споживання; збуто-

вий ланцюг; цінові показники; позиція торгової марки. Важливого значення набувають "сервісні" фактори конкурентоспроможності: термін доставки; гарантійний термін; повнота технічного обслуговування; умови оплати; обізнаність споживача про товар [5, с. 77].

Табл. 1. Методи оцінювання конкурентоспроможності підприємства

Група методів	Переваги	Недоліки
1. Методи, що базуються на аналізі порівняльних переваг	Найпоширеніші та прості у розрахунках.	Не дають змоги адекватно оцінити конкурентні позиції підприємства; статичність отриманих оцінок; майже не відображають взаємодію підприємства з ринком.
2. Методи, що базуються на теорії рівноваги підприємства та галузі	Якісне оцінювання на рівні галузей різних країн.	Об'єктивно відображають лише умови зовнішнього середовища; не приділяють уваги здатності підприємства до адаптації.
3. Методи, побудовані на основі теорії ефективної конкуренції	Зіставлення позицій тих підприємств, які представляють галузь, з показниками діяльності лідерів, глибокий аналіз внутрішнього середовища.	Важко визначити кінцеву інтегральну оцінку; громіздкі розрахунки; не дають змоги оцінити динаміку факторів, які впливають на рівень конкурентоспроможності.
4. Методи, що базуються на теорії якості товару	Параметричне порівняння продукції з товаром-еталоном; аналіз якісних властивостей виготовленої продукції; значну увагу приділяють потребам споживачів.	Не враховують виробничозбутової діяльності підприємства; можуть бути використані лише для підприємств-виробників одного виду продукції.
5. Матричні методи	Дають змогу дослідити розвиток конкуренції в динаміці.	Високоприбутковий портфель є незбалансованим, оскільки збалансований портфель може бути неприбутковим; концентрація на єдиній стратегії.
6. Інтегральний метод	Є досить простим, наочним і дає змогу отримати однозначні оцінки конкурентних позицій.	Існують певні обмеження щодо аналізу та виявлення резервів підвищення рівня конкурентоспроможності; не придатний для оцінювання підприємств зі значною номенклатурою товарів.
7. Методи на засадах теорії мультиплікатора	Характеризують ланцюжок послідовних залежностей ефектів та стимулів, що їх викликали; дають змогу оцінити значну кількість показників підприємства.	Є достатньо громіздкими; забезпечують об'єктивні результати для нетривалого проміжку часу.
8. Метод визначення позиції в конкуренції з точки зору стратегічного потенціалу підприємства	Дає змогу проаналізувати окремі елементи потенціалу підприємства.	Складність отримання інформації для розрахунків; складний алгоритм оцінювання; оцінка базується лише на аналізі внутрішніх факторів без урахування впливу зовнішнього середовища.
9. Методи, що базуються на порівнянні з еталоном	Можуть містити будь-яку кількість показників; комплексність та наочність при порівнянні підприємств.	Суб'єктивізм експертів може спотворювати результати оцінювання.

Наразі немає єдиної методики оцінювання конкурентоспроможності, яка залежить від напрямів виробничої діяльності, особливостей галузі та державного регулювання суб'єктів господарювання. Основні підходи до оцінювання конкурентоспроможності згруповано та подано в табл. 1.

Отже, достовірність результатів оцінювання конкурентоспроможності підприємства залежить від обраної методики і постійного моніторингу ринку.

Для підприємств сфери послуг доцільно визначити алгоритм оцінювання конкурентоспроможності (рис. 2).

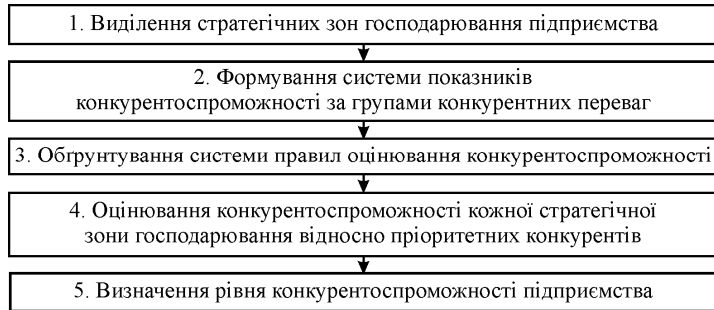


Рис. 2. Алгоритм оцінювання конкурентоспроможності підприємства

Етап 1 передбачає виділення стратегічних зон господарювання підприємства. Стратегічна зона господарювання – це певний сегмент ринку, на який організація має або хоче отримати вихід [3, с. 162]. Критеріями вибору стратегічних зон господарювання виступають потреби споживачів, технологія, тип клієнта та географічне розташування бізнесу.

Етап 2 – формування системи показників конкурентоспроможності підприємства – передбачає залучення експертів для визначення внутрішніх і зовнішніх факторів, що впливають на конкурентні позиції підприємства.

Підприємство сфери послуг має свою специфіку функціонування, що має бути відображено у методиці оцінювання конкурентоспроможності. Велика кількість факторів, що впливають на конкурентоспроможність підприємства, ускладнює їх врахування, тому запропоновані чинники систематизовано і подано в ієрархічному вигляді. Для цього їх поділено на дві великі групи: фактори внутрішнього середовища підприємства та фактори зовнішнього середовища. Систему внутрішніх факторів конкурентоспроможності оператора зображено на рис. 3.

Індикатори впливу зовнішнього середовища на конкурентоспроможність суб'єкта господарювання на ринку (рис. 4) можна згрупувати:

- тиск постачальників: ступінь агресивності конкуренції на ринку ресурсів; інфляція на ринку ресурсів; впливовість та надійність постачальників.
- тиск споживачів: ступінь задоволення потреб споживачів; зміна структури населення; тривалість життя населення; лояльність споживачів; рівень освіченості населення.
- рівень державного тиску: державне регулювання конкуренції на ринку; вплив зміни політичного курсу або системи, зміна податкового законодавства; коливання валютного курсу; зміна регулювання зовнішньоекономічної діяльності.
- вплив науково-технічного прогресу на діяльність підприємства: зміна технології; можливість використання інновацій споріднених галузей.

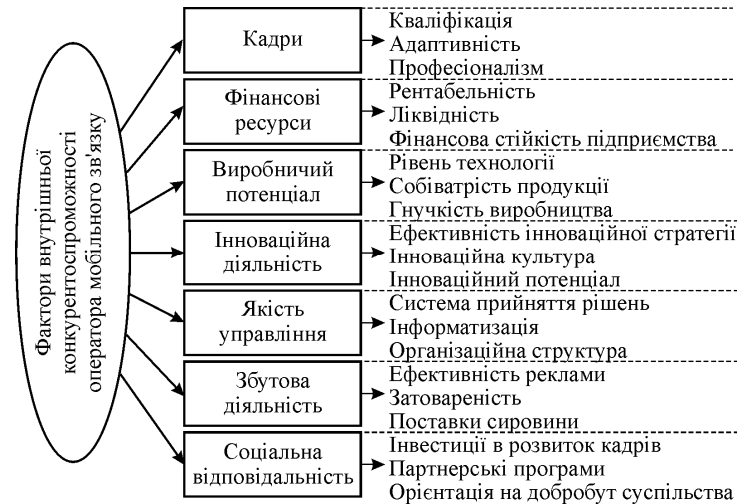


Рис. 3. Система внутрішніх факторів конкурентоспроможності підприємства



Рис. 4. Вплив факторів зовнішнього середовища на конкурентоспроможність підприємства

Перераховані вище показники можуть бути змінені залежно від специфіки діяльності оцінюваного підприємства. Комплексний показник кожної групи факторів виступає проміжною змінною у процесі обчислення загальної конкурентоспроможності підприємства.

Етап 3 – обґрунтування системи правил оцінювання конкурентоспроможності підприємства – передбачає встановлення нормативів оцінювання показників на основі сформованої бази знань. Пропонується експертно визначити вагові коефіцієнти для індикаторів факторів внутрішнього та зовнішнього середовища, сума значень яких становитиме 1.

Значущість (вагу) параметрів можна отримати за даними експертних опитувань. Оцінювання залежно від характеру показників може проводитись на підставі експертних суджень, за фінансовою звітністю підприємства та на основі відкритих аналітичних оглядів. При цьому бальна оцінка індикаторів внутрішнього середовища надається відносно максимального значення у галузі. Вплив факторів зовнішнього та внутрішнього середовища доцільно оцінювати за десятибальною шкалою.

Етап 4 – оцінювання конкурентоспроможності кожної стратегічної зони господарювання відносно пріоритетних конкурентів – передбачає розрахунок відношень показників діяльності досліджуваного підприємства до зафіксованого максимального значення показників конкурентів. Після цього кожному індикатору присвоюється бальна оцінка від 0 до 10, а отримані значення множаться на вагові коефіцієнти.

Етап 5 – визначення рівня конкурентоспроможності підприємства – передбачає розрахунок інтегрованого показника конкурентоспроможності підприємства за кожною стратегічною зоною господарювання. Кінцева оцінка конкурентоспроможності підприємства у кожній бізнес-одиноці (КСП) складається з двох складових: рівня внутрішньої конкурентоспроможності (КСП_В) і рівня дії зовнішнього середовища (КСП_З):

$$КСП = f_{КСП}(КСП_В; КСП_З),$$

При цьому внутрішню та зовнішню конкурентоспроможність розраховують за формулами:

$$КСП_В = \frac{W_j}{n} \cdot \sum_{i=1}^n КСП_i^{e\ oцин}, \quad (1)$$

де: W_j – вага j -го фактора внутрішньої конкурентоспроможності; $КСП_i^{e\ oцин}$ – бальна оцінка i -го індикатора j -го фактора.

$$КСП_З = \frac{W_j}{n} \cdot \sum_{i=1}^n КСП_i^3\ oцин, \quad (2)$$

де: W_j – вага j -го фактора зовнішньої конкурентоспроможності; $КСП_i^3\ oцин$ – бальна оцінка i -го індикатора j -го фактора зовнішнього середовища.

Загальну конкурентоспроможність кожної стратегічної зони господарювання розраховують за формулою

$$КСП = \sqrt[3]{КСП_В \times КСП_З}, \quad (3)$$

де: $КСП_В$ – внутрішня конкурентоспроможність підприємства; $КСП_З$ – зовнішня конкурентоспроможність.

Отримані значення комплексного показника конкурентоспроможності визначають за шкалою (табл. 2).

Табл. 2. Шкала оцінювання кінцевого значення конкурентоспроможності підприємства

Комплексний показник конкурентоспроможності	Градація	Рекомендації
< 2,5	Не конкурентоспроможне підприємство	Ліквідація. За умов наявності ресурсів – мобілізація і активізація діяльності.
2,5-4,5	Низька конкурентоспроможність	Орієнтація на конкурентоспроможну продукцію, імітація діяльності конкурентів, реінжиніринг бізнес-процесів.
4,5-7,0	Середня конкурентоспроможність	Пошук шляхів забезпечення додаткових конкурентних переваг.
> 7,0	Висока конкурентоспроможність	Контроль діяльності конкурентів, захист існуючих позицій.

Переваги запропонованої моделі оцінювання конкурентоспроможності:

- враховує особливості сфери послуг;
- дає змогу поєднувати кількісні та якісні показники діяльності підприємства відносно пріоритетних конкурентів;
- враховує інноваційну діяльність підприємства;
- можливість нечіткої формалізації критеріїв оцінювання величин, що розглядаються;

- можливість проведення якісних оцінок як вхідних даних, так і вихідних результатів;
- простота та наочність моделі;
- можливість моделювання на електронно-обчислювальній машині, що зменшує трудомісткість процесу оцінювання.

Отримані оцінки конкурентоспроможності у межах кожного напрямку діяльності підприємства дадуть змогу визначити сильні й слабкі елементи, що її формують, та сформулювати програму дій щодо підвищення рівня конкурентоспроможності суб'єкта господарювання.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Удосконалений спосіб оцінювання конкурентоспроможності дає змогу виявити цільову орієнтацію оцінювання конкурентоспроможності, визначити чинники конкурентоспроможності, за якими підприємство має гірший стан, ніж конкуренти, тобто значно посилити інформованість керівників під час прийняття управлінських рішень стратегічного значення. Подальші дослідження можуть бути спрямовані на вдосконалення системи критеріїв оцінювання залежно від специфіки діяльності підприємства.

Література

1. Азоев Г.Л. Конкуренция: Анализ стратегия и практика / Г.Л. Азоев. – М. : Центр экономики и маркетинга, 1996. – 207 с.
2. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия / При содействии Макдоннелла Эварда Дж. : пер. с англ. С. Жильцов / под общ. ред. Ю.Н. Каптуревского]. – СПб. : Изд-во "Питер", 1999. – 413 с.
3. Кіндрацька Г.І. Стратегічний менеджмент : навч. посібн. / Г.І. Кіндрацька. – Вид. 2-ге, [перероб. та доп.]. – К. : Вид-во "Знання", 2010. – 407 с.
4. Міждисциплінарний словник з менеджменту / за ред. Д.М. Черваньова, О.І. Жилінської. – К. : Вид-во "Нічлава", 2011. – 624 с.
5. Павлова В.А. Фактори, що формують конкурентоспроможність / В.А. Павлова // Європейський вибір України: проблеми теорії та практики реалізації : матер. Міжнар. наук.-практ. конф. – Донецьк : Вид-во ДУЕП. – 2003. – С. 76-78.
6. Самуляк В.Ю. Методичні засади оцінювання конкурентоспроможності підприємств / В.Ю. Самуляк // Україна – ЄС – Європа: нові виклики та модернізація відносин : матер. VII Міжнар. наук.-практ. конф. – К. : Вид-во Укр. акад. зовнішньої торгівлі, 2007. – С. 283-285.
7. Управління конкурентоспроможністю підприємства : навч. посібн. / С.М. Клименко та ін. / за ред. П. Наливайко. – К. : Вид-во КНЕУ, 2008. – 515 с.

Bocharova M.O., Ponomarenko T.I. Совершенствование методического обеспечения оценки конкурентоспособности предприятия

Обобщены теоретические основы конкурентоспособности предприятия, принята попытка разработать методический инструментарий для оценки конкурентоспособности предприятий в контексте повышения эффективности их деятельности и обеспечения устойчивости экономического развития.

Ключевые слова: конкурентоспособность, конкурентные преимущества, конкурентный статус, методы оценки.

Bocharova M.O., Ponomarenko T.I. Improvement of methodical approach to estimation of enterprise's competitiveness

This article extends theoretical basis of the enterprise's competitiveness and contains an attempt to elaborate a methodical approach to assessment of competitiveness in context of rise in their activity efficiency and support economic development stability.

Keywords: competitiveness, competitive advantages, competitive status, methods of estimation.