

Кирилов Ю.Є. – д.е.н., доцент
Желуденко К.В. – аспірант, Державний вищий навчальний заклад
«Херсонський державний аграрний університет», м. Херсон, Україна
МЕТОДИ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ
АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

В умовах інтеграції України в європейське і світове економічне співтовариство набуває актуальності підвищення конкурентоспроможності національних підприємств. Ефективність їх виробничої та господарської діяльності і зміцнення позицій на ринку зумовлена конкурентоспроможністю продукції. Процес дослідження конкурентоспроможності продукції є важливою складовою при здійсненні аналізу ринку конкурентів та визначенні механізму його функціонування, тому вибір найбільш ефективного методу оцінки конкурентоспроможності продукції підприємств є надзвичайно важливим для нього завданням. Вивчення процесу конкурентоспроможності продукції в цілому залежить від обраної методики дослідження. На вибір методів впливає залежність конкурентоспроможності продукції від великої кількості різних факторів, що значно ускладнює її оцінку.

Проблеми оцінки конкурентоспроможності продукції знайшли своє відображення в працях зарубіжних вчених, а саме: І. Ансоффа, М. Альберта, П. Друкера, Ф. Котлера, Ж.-Ж. Ламбена, М. Мескона, М. Портера, Ф. Хедоурі, Е. Чемберлена та інших. Серед вітчизняних науковців, які здійснили значний вклад у розробку даної проблематики, в тому числі і у галузі сільського господарства необхідно виділити: О.Д. Гудзинського, П.Т. Саблука, В.Я. Месель-Веселяка, В.Я. Амбросова, М.Й. Маліка, О.М. Шпичака, О.В. Ульяновченка, Л.А. Євчука, І.В. Саєнка, Б.М. Хусаїнова, Я.Б. Базилюка, М.П. Канівського, І.В. Гуророва. Але, не зважаючи на вагомі та численні дослідження, залишаються невирішеними питання, пов'язані з методологією оцінки конкурентоспроможності продукції.

На сьогодні існує велика кількість методів визначення конкурентоспроможності продукції, що засновані на різних підходах до її розрахунку. Але навіть на рівні галузей, що об'єднують типові підприємства, не існує загальноприйнятої методики оцінки. Вибір методів обумовлений доцільністю їх застосування у вирішенні конкретної задачі [4]. Оскільки конкурентоспроможність продукції виникає у процесі порівняння товару з товарами-конкурентами і залежить від великої кількості різних факторів, виникають певні обмеження у виборі методів оцінки. Тому для отримання об'єктивних висновків необхідно чітко визначити склад цих факторів та методику їх розрахунку. Встановлено, що на рівень конкурентоспроможності продукції підприємства впливають такі фактори [3]: рівень якості продукції; рівень ціни на продукцію; споживчі фактори; інституційні фактори. Також чинниками забезпечення конкурентоспроможності продукції підприємства є [7]: властивості продукції; ціна; збутові канали; реалізація; кадровий потенціал.

Оцінюючи конкурентоспроможність продукції, науковцями

використовуються методи: диференціальний, комплексний, графічний. Кожний з них має переваги і недоліки, та може бути використаний при оцінюванні конкурентоспроможності продукції на досліджуваному підприємстві [3].

Диференціальний метод враховує дослідження одиничних параметрів продукції, яку аналізують, бази порівняння та їх співставлення. Даний метод визначає наскільки досягнуто рівень конкурентоспроможності, які показники відрізняються від базових, і за якими параметрами конкурентоспроможність не досягається. Диференціальний метод констатує конкурентоспроможність продукції та наявність в ній недоліків порівняно з товаром-суперником. При цьому не враховується, як впливає кожний параметр на вибір товару покупцем.

Комплексний метод враховує комплексні (групові, інтегральні, узагальнені) показники або співставлення корисних характеристик товару, який аналізують.

При здійсненні оцінки конкурентоспроможності продукції графічним методом будується багатокутник товарів-конкурентів різних підприємств-суперників. У матрицю конкурентоспроможності товару входять такі фактори: якість (відповідність стандарту); ціна; торгова марка; екологічність; упаковка; асортимент; реклама. Товар з оптимальним співвідношенням даних параметрів має найбільшу конкурентоспроможність. Запас конкурентоспроможності товару залежить від різниці між споживчою цінністю товару для покупця і ціною, яку він за нього платить. Багатокутник конкурентоспроможності дозволяє товаровиробнику, використовуючи певні показники, виявляти переваги і недоліки свого товару, і товарів підприємств-суперників.

У змішаному методі використовуються принципи диференціального і комплексного методів. Оцінюючи конкурентоспроможність за допомогою змішаного методу, неможливо врахувати ті властивості товару, що є важливими для покупця. Вони визначаються ступінню новизни товару, символічними факторами, які розглядаються в розрізі суспільних норм (товар надає певного статусу його власнику), додатковими факторами, що безпосередньо не відносяться до продукту [3].

Водночас науковці з-поміж методів здійснення діагностики конкурентоспроможності продукції підприємств виділяють такі основні методи [5]: матричний метод; метод експертних оцінок; метод набору конкурентоспроможних елементів. Якщо необхідно визначити загальний показник конкурентоспроможності продукції на основі її індивідуальних показників, науковці використовують матричний метод. Він створює більш об'єктивні результати оцінки і передбачає побудову матриць, що містять значення кількох основних показників-факторів конкурентоспроможності. При застосуванні матричного методу визначається кількісне значення інтегрального рейтингового показника конкурентоспроможності підприємства або його конкурентна позиція у графічній інтерпретації в матриці конкурентоспроможності за певними параметрами. Вісі матриці у графічному вираженні розбиваються на кілька рівнів і характеризують один з параметрів конкурентоспроможності або кілька параметрів, що об'єднані інтегральним

критерієм їх вимірювання. У результаті отримується набір комбінацій, кожна з яких відповідає певній позиції в конкурентній боротьбі [1]. Основною перевагою матричних методів є відносна простота їх застосування і наочність результатів. Проте вони враховують тільки ринкові фактори, ігноруючи чинники сфер ресурсного забезпечення, виробництва та управління.

Метод експертних оцінок використовується при недостатньому інформаційному забезпеченні. Експерти оцінюють конкурентоспроможність продукції підприємства з позиції управління підприємством, виробництва, маркетингу, кадрів, продукту, фінансів. Ця методика розроблена, враховуючи такі основні моменти: підприємство є малим; підприємство спеціалізується на виробництві одного виду продукції [7].

При застосуванні методу набору конкурентоспроможних елементів забезпечується поетапне вивчення конкурентоспроможності продукції підприємства, починаючи з порівняльної оцінки конкурентоспроможності продукції, системи управління, техніко-технологічної бази тощо [6].

Отже, оцінка конкурентоспроможності продукції є важливим елементом виробничо-господарської діяльності підприємств у ринкових умовах. На основі проведеного аналізу робиться висновок про конкурентоспроможність продукції і формується політика підприємства. Методи оцінки конкурентоспроможності продукції є недостатніми, щоб сформулювати висновок про конкурентоспроможність підприємства у цілому, однак у більшості випадків науковці використовують саме такий підхід.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Воронкова А. Е. Моделювання управління конкурентоспроможністю підприємства: еколого-організаційний аспект: монографія / Воронкова А. Е., Рамазанов С. К., Родіонов О. В. – Луганськ: Вид-во СНУ ім. В. Даля, 2005. – 368 с.
2. Герчикова И. Н. Менеджмент: учебник / И. Н. Герчикова. – [3-е изд., перераб. и доп.]. – М.: ЮНИТИ, 2002. – 501 с.
3. Драган О.І. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теоретичні аспекти. Монографія. – К.: ДАКККіМ, 2006. – 160 с.
4. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення: [монографія / за заг. ред. О.Г. Янкового]. – Одеса: Атлант, 2013 – 470 с.
5. Троян А.В. Проблеми оцінки конкурентоспроможності продукції вітчизняних підприємств / А.В. Троян // Сталий розвиток економіки. – 2013. – № 5. – С. 98–107.
6. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємств (організацій): навч. посіб. / [за ред. І. Ю. Сіваченка]. – К. : ЦУЛ, 2003. – 186 с.
7. Циганок О.О. Загальна схема оцінки конкурентоспроможності продукції: теоретичний та методологічний аспекти / О.О. Циганок // Економіка промисловості. – 2009. – № 44. – С. 60–68.