

АДАПТАЦІЯ ІНТЕГРАЛЬНОГО ПОКАЗНИКА ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ДО СУЧАСНИХ УМОВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Однією із найголовніших умов економічного зростання є стабілізація та постійний прогрес виробництва не тільки окремо взятого підприємства, а й у всіх галузях промисловості. Однак, за сучасних умов господарювання важливим є зростання не будь-якого виробництва, а лише конкурентоспроможного. Відтак, зацікавленість підприємств у ефективності та результатах своєї діяльності підсилює значення оцінки їх конкурентоспроможності. Саме вона спонукає вітчизняних товаровиробників до розширення своєї частки на ринку та збільшення обсягів збуту, через механізм модернізації обладнання та технологізації виробничих процесів. За таких умов актуальним є дослідження інтегрального показника оцінки конкурентоспроможності підприємства як складової його розвитку.

Серед зарубіжних і вітчизняних вчених вагомий внесок у дослідження методології оцінювання конкурентоспроможності зробили М. Портер, І. Должанський, О. Драган, Т. Загорна, Н. Тарнавська, І. Ансофф, І. Максимова, Р. Фатхутдінов та ін.

Під конкурентоспроможністю підприємства розуміють суперництво за досягнення найкращих результатів, яке неможливе без нагромадження та використання всіх наявних потенціалів підприємства, а також їх окремих складових: ресурсів, кваліфікації персоналу, технології, що виражаються в таких результуючих показниках, як продуктивність праці, прибутковість та рентабельність господарської діяльності підприємства тощо.

Саме інтегральний показник конкурентоспроможності підприємства визначає міру його привабливості для покупця та, зазвичай, поєднує у собі наступні потенціали та їх результуючі показники (табл.1).

Таблиця 1

Вихідні дані для оцінки інтегрального показника конкурентоспроможності підприємства

Показник	Коефіцієнт чутливості
1. Виробничий потенціал	0,4
1.1. Фондовіддача	
1.2 Рентабельність основних засобів	0,3
2. Фінансовий потенціал	
2.1. Рентабельність власного капіталу	0,2
2.2. Коефіцієнт автономії	
3. Маркетинговий потенціал	0,1
3.1. Рентабельність реалізації	
3.2. Темп росту виручки	0,1
4. Трудовий потенціал	
4.1. Рентабельність персоналу	0,1
4.2. Продуктивність праці	

Проаналізувавши вищенаведену інформацію можемо побачити, що дана система оцінки конкурентоспроможності охоплює лише незначну частину визначальних показників, які б могли оцінити рівень та стан підприємств-конкурентів. Проблема застосування інтегрального показника конкурентоспроможності обумовлюється тим, що неможливо виділити декілька визначальних показників. Проте, можна виокремити ті показники, які найкраще відображають рівень конкурентоспроможності підприємства та розкривають його діяльність.

Таким чином, ми пропонуємо диференціювати потенціали підприємства та їх результуючі показники, а також оцінити вагомість змінних коефіцієнтів. Потенціал підприємства є відображенням його внутрішнього стану і постає як сукупність запасів, ресурсів та можливостей, які можуть бути використані для досягнення певних цілей підприємства. Відтак, виробничий потенціал залежить від результативності використання основних засобів. Оцінити ефективність виробничої діяльності підприємства можна не лише за допомогою фондівіддачі, а й враховуючи рентабельність товару, що характеризує ступінь прибутковості виробництва. Щодо фінансового потенціалу підприємства, то доцільно враховувати різні результуючі показники, що дозволять якомога ширше оцінити фінансовий стан підприємства: незалежність, платоспроможність та ефективність використання оборотних коштів тощо.

В таблиці 2 наведемо запропоновану нами методику оцінки інтегрального показника конкурентоспроможності підприємств-конкурентів на основі основних результативних показників, які зможуть оптимально оцінити реальний рівень конкуруючих підприємств в сучасних умовах господарювання.

Адаптація інтегрального показника оцінки конкурентоспроможності підприємства до сучасних умов господарювання

Показник	Коефіцієнт чутливості
<i>1. Фінансовий потенціал</i> 1.1. Коефіцієнт загальної ліквідності 1.2. Коефіцієнт загальної платоспроможності 1.3. Коефіцієнт автономії	0,4
<i>2. Маркетинговий потенціал</i> 2.1. Рентабельність реалізації 2.2. Темп росту виручки 2.3. Коефіцієнт ефективності реклами і засобів стимулювання збуту	0,3
<i>3. Виробничий потенціал</i> 3.1. Фондовіддача 3.2. Рентабельність товару 3.3. Рентабельність основних засобів	0,2
<i>4. Трудовий потенціал</i> 4.1. Рентабельність персоналу 4.2. Продуктивність праці 4.3. Коефіцієнт оперативності виконання робіт	0,1

Проаналізувавши інформацію, наведену в таблиці 2 та співставивши її з таблицею 1, можемо побачити, що більшу питому вагу коефіцієнта значимості ми віддали фінансовому потенціалу підприємства, та врахували не тільки оцінку фінансової стійкості, тобто коефіцієнт автономії, але й ліквідність та платоспроможність, які дають певне уявлення про надійність підприємства. Таким чином ми враховуємо відразу декілька аспектів фінансового стану, що дасть змогу побачити наскільки ефективно використовує те чи інше підприємство свої фінансові ресурси. Також, було прийнято рішення не враховувати рентабельність, оскільки вона не є індикатором здатності підприємства відповідати за зобов'язаннями. Навіть за умов високої рентабельності, підприємство може виявитися банкрутом, так як в нього може не бути в наявності грошових коштів для погашення короткострокових зобов'язань, і, навпаки, при умові від'ємної рентабельності підприємство може підтримувати свою платоспроможність.

Наступним за коефіцієнтом вагомості розташовуємо маркетинговий потенціал, оскільки навіть при налагодженому виробництві, не завжди можна успішно просувати свій товар на ринок. І, таким чином, організація збуту та просування товарів завжди повинна бути готова до прогресу виробництва та успішно відображати економічну ефективність реклами та роботи служби збуту.

Щодо виробничого та трудового потенціалів, було прийнято рішення додати ще по одному результируючому показнику, які зможуть відобразити додаткове уявлення про сферу виробництва та кадрів.

Таким чином, за допомогою проведення такого роду інтегральної оцінки конкурентоспроможності підприємств, ми зможемо простежити тенденцію зміни конкурентної діяльності за досліджуваний період, виявити слабкі та сильні сфери підприємства, спрямовувати заходи на їх вдосконалення. Дана система показників дає реальне визначення ролі та місця підприємств-конкурентів.

Отже, можна зробити висновок, що інтегральний показник конкурентоспроможності можна оцінювати за різними напрямками діяльності та враховувати при цьому безліч показників, які можуть описати стан підприємства та адаптувати його не тільки до сучасних умов господарювання, але й до певної галузі.