

- про членів Ради і ключових виконавчих директорів та винагороду, яку вони отримують

- про значущі фактори ризику, яку можна спрогнозувати;

- про структуру і політику управління компанією.

Канали розповсюдження інформації можуть мати таке ж саме велике значення, як і зміст самої інформації. Інформаційні технології (інтернет) також надають можливість для удосконалення розповсюдження інформації.

Висновки. Світова практика функціонування корпорацій створила вагомую базу для вироблення загальних принципів у сфері корпоративного менеджменту АПК. Це дало можливість виявлення сутності корпоративних відносин і урахування інтересів різних структурних категорій суспільства. В зв'язку з цим, очевидною є необхідність застосування існуючих зарубіжних моделей (американська, європейська, японська) корпоративного управління з урахуванням характерних рис української ринкової економіки, культурних традицій й історичних умов, специфіки формування корпоративних відношень.

Література:

1. Давиденко М.Н. Економічна природа корпоративного управління // Формування ринкових відносин в Україні: Збірник наукових праць. Вип.4(95), 2009. - С. 20-22.

2. Задихайло Д.В., Кібенко О.Р., Назарова Г.В. Корпоративне управління: Навчальний посібник, -Х.: Еспада, 2003. - 688 с.

3. Міжнародні та національні стандарти корпоративного управління (збірник кодексів та принципів). - К.: Міжнародна фінансова корпорація. – 2002.

УДК 631.1:65.011.47:031.2.48

МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Семенова Л.Ю., здобувач

Полтавська державна аграрна академія

У статті розглядається сутність конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств, та висвітлено основні підходи, які використовуються в сучасних умовах. Запропоновано ряд показників для оцінки конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств.

Essence of competitiveness of agricultural enterprises is examined in the article, and basic approaches which are used in modern terms are reflected. The row of indexes is offered for the estimation of competitiveness of agricultural enterprises.

Постановка проблеми. В умовах сьогодення відсутнє загальне, єдине визначення конкурентоспроможності, а отже і відсутній єдиний метод оцінки її рівня. Основні питання методології оцінювання конкурентоспроможності підприємства стосуються вибору відповідного критерію та показників. Критерій повинен узагальнити інформацію, що передається показниками, й відобразити стан досліджуваного явища.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналіз сучасних наукових розробок дав змогу зауважити, що представниками різних течій, залежить від об'єкта дослідження, пропонується різна кількість показників, вибір яких значною мірою залежить від поставленої мети та завдань, які висувають вимоги часу. Значний внесок в розробку питань оцінки конкурентоспроможності було зроблено такими вченими: Ансофф І., Балабанова Л.В., Ковальчук І.В., Макаренко П.М., Фатхутдинов Р.А. та інші.

Постановка завдання. Аналіз основних положень та підходів до оцінки конкурентоспроможності сільськогосподарського виробництва в сучасних умовах.

Виклад основного матеріалу дослідження. На даний час існує декілька підходів до оцінки конкурентоспроможності фірми, основними з яких є:

- метод, заснований на теорії ефективної конкуренції;
- метод заснований на теорії конкурентної переваги;
- метод бенчмаркінгу.

Вказані методи кардинально відрізняються за своєю сутністю та базою формування показників конкурентоспроможності. Використання їх може бути зручним в різних ситуаціях, залежно від специфіки галузі, до якої належить об'єкт, що досліджується.

В той же час аналіз існуючих підходів до оцінки конкурентоспроможності підприємств свідчить, що у більшості виробників сільськогосподарської продукції відсутні достатньо ефективні управлінські й організаційно-економічні механізми зовнішнього і внутрішнього середовища, кон'юнктури ринку і запитів споживачів. Підприємство підлягає тривекторному впливу: макrorівня (держава та її законів), мегарівня (галузі, в якій діє підприємство) і мікрорівня (внутрішнє середовище самого підприємства) [5, с. 487].

Визначення конкурентоспроможності сільськогосподарського підприємства у середньостроковій перспективі складається з поетапного аналізу всіх трьох вищеназваних складників.

На першому етапі визначаються основні фактори макросередовища конкурентоспроможності підприємства, які відображають динаміку розвитку ринку, правовий і технологічний рівень галузі, стан державного регулювання, рівень концентрацій продукції сільськогосподарського виробництва, його інвестиційну привабливість та інші.

На другому етапі проводиться економічний аналіз галузі виробництва, який дає змогу оцінити основні тенденції її розвитку в середньостроковій перспективі, враховуючи конкурентоспроможність сільськогосподарського підприємства.

На третьому етапі оцінюється внутрішній конкурентний потенціал підприємства (фінансовий стан, конкурентоспроможність, менеджмент, виробничий і збутовий потенціал, маркетинг та імідж підприємства. Такий методичний підхід дає змогу виявити недоліки сільськогосподарського підприємства і оцінити його переваги.

Конкурентоспроможність оцінюють із застосуванням ряду методів. Найчастіше за витратами виробництва, а також застосовують методи оцінки з

урахуванням кінцевих результатів взаємодії товаровиробників і споживачів: маси прибутку, її норми, рівня продаж, частки на ринку.

Під час оцінювання конкурентоспроможності застосовуються наступні види аналізу аналітичний, матричний, індикативний, ієрархій, різниць і рангів, рейтингової оцінки, ринкової частки, графічний та ряд інших методів оцінки конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств. Проте основним їх недоліком є широке використання експертних результатів, які підвищують суб'єктивність оцінки. Для проведення об'єктивної кількості оцінки конкурентоспроможності підприємства показники повинні відповідати певним вимогам: бути розрахованими за однаковий часовий проміжок, давати повнішу і об'єктивну інформацію про всі сторони діяльності підприємства, що дасть змогу оцінити масштаби виробництва, чисельність працівників і прибутковість галузі.

Для оцінки конкурентоспроможності України за 2009-2010 в цілому та окремо в областях Фонд "Ефективне управління" використав методологію Всесвітнього економічного форуму яка також застосовується у серії "Звітів про глобальну конкурентоспроможність" кожного регіону з 1979р. З часу публікації першого звіту методологія оцінки конкурентоспроможності змінювалась і доповнювалась і зараз є однією із найдосконаліших у світі. Індекс глобальної конкурентоспроможності, який досліджує конкурентоспроможність національних економік, враховуючи макро і мікроекономічні засади конкурентоспроможності складається з дванадцяти основоположних понять: державні та приватні організації, інфраструктура, макроекономічна стабільність, ефективність ринку праці, рівень розвитку інститутів фінансового ринку, рівень розвитку бізнесових структур, впровадження інноваційних технологій, початкова і вища освіта та професійна підготовка, та охорона здоров'я.

За методологією ВЕФ, конкурентоспроможність – це сукупність інституцій, норм та факторів, які визначають рівень продуктивності економіки. Рівень продуктивності економіки у свою чергу, визначає рівень добробуту, який може бути досягнутий у країні, через наявність в країні конкурентоспроможних підприємств, незалежно від форми власності. Громадяни в більш конкурентоспроможній економіці, як правило, мають вищий рівень доходу.

Дослідження конкурентоспроможності підприємства через конкурентоспроможність продукції пропонується проводити за наступними коефіцієнтами: індекс конкурентоспроможності товару за ціною споживання, інтегральний показник конкурентоспроможності товару, конкурентоспроможність продукції на конкурентному ринку, частка одиниці. Для оцінки конкурентоспроможності підприємства також пропонується розраховувати коефіцієнт конкурентоспроможності продукції, що представляє собою відношення ціни виробу до ціни еталону. На рівні підприємства формула дещо змінюється і коефіцієнт конкурентоспроможності представляє суму співставлень цін кожного з виробів за асортиментом продукції, що випускається підприємством, з ціною за відповідний еталон.

Фатхутдинов Р.А. розглядає чотири методики оцінки конкурентоспроможності товарів:

- по кількості товару (послуги) що дозволить управляти її рівнем;
- по системі 11111-55555 (чотири головних статистичних фактори);
- експертна оцінка конкурентоспроможності товару;
- аналіз конкурентоспроможності товару (послуги) по багатограннику і експортному методу [6, с.243-249].

Конкурентоспроможність товару оцінюють шляхом зіставлення його параметрів з параметрами бази порівняння. Порівняння здійснюється за групами технічних та економічних параметрів. Найчастіше використовують диференційний та комплексний методи оцінки конкурентоспроможності. Диференційний метод полягає у зіставленні показників конкурентоспроможності одиничних параметрів. Але даний, диференційний метод, не враховує такого явища як, надання переваги споживачем. Для усунення цього недоліку використовують комплексний метод [2, с.66-67].

Так розрахунок, комплексного показника конкурентоспроможності повинен здійснюватись на основі показників за регламентованими (нормативними), якісними (технічними), економічними показниками.

Основних показників, що характеризують рівень конкурентоспроможності продукції – її якісні характеристики, собівартість, ціна реалізації [1, с. 123].

Хотілося б зауважити, що аналіз існуючих критеріїв та напрямків оцінки конкурентоспроможності, охоплюють різні аспекти дослідження, які не тільки не виключають один одного, а можуть ще і доповнювати. Можна погодитись з різними підходами до оцінки конкурентоспроможності, але важливо зауважити, що в економічній літературі кількість запропонованих показників оцінки конкурентоспроможності не є постійною, вона значно відрізняється.

За іншою методикою, оцінка конкурентоспроможності проводиться з урахуванням споживчих переваг на основі опитування споживачів або лабораторного тестування, з розрахунком інтегрального показника конкурентоспроможності товару.

Індекси конкурентоспроможності (К) за споживчими та економічними параметрами дають змогу визначити інтегральний показник конкурентоспроможності виробу порівняно із зразком.

Якщо $K > 1$, товар вважають більш конкурентоспроможним, якщо $K < 1$ – поступається конкурентному, якщо $K = 1$ – перебуває з ним на одному рівні. Безумовно, мета виробника – отримати $K > 1$, цілеспрямовано збільшуючи споживчі та зменшуючи економічні параметри [2, с. 188].

Конкурентоспроможність вимірюється не тільки різницею між ціною, яку покупець згоден платити за товар, і ціною, яку він за нього заплатив. Науковці пропонують аналіз і оцінку конкурентоспроможності здійснювати за допомогою таких груп показників як: якісні, економічні і маркетингові.

Для оцінки конкурентоспроможності аграрних підприємств можна використати методіку, згідно теорії ефективності конкуренції, запропонованої вітчизняними вченими. Методика передбачає розрахунок групових показників конкурентоспроможності підприємств.

Першу групу складають показники, що характеризують ефективність управління виробничим процесом (ЕВД): економічність виробничих витрат, раціональність експлуатації основних фондів, рентабельність активів. У другій згруповані показники фінансового стану (ФС), які характеризують здатність підприємств розраховуватись зі своїми боргами, незалежність підприємств від зовнішніх джерел фінансування, можливість стабільного розвитку підприємства в майбутньому. До третьої групи ввійшли показники ділової активності підприємства (ДА): оборотність активів, оборотність оборотних активів, організація праці, коефіцієнт ділової активності та індекс росту ділової активності [3, с. 112].

У зв'язку з тим, що кожен з цих показників має різну ступінь важливості для розрахунку оцінки конкурентоспроможності підприємств, вчені рекомендують встановити коефіцієнти вагомості кожного критерію та показника.

Важливим моментом в оцінці конкурентоспроможності підприємства є аналіз життєвого циклу основних видів продукції, а також апробація відносин активних і потенційних споживачів до виробленої підприємством продукції (це можуть бути лабораторні дослідження, детальне анкетування споживачів і покупців в період придбання або споживанням товару).

Слід враховувати, що до якісних характеристик товару у зв'язку з бурхливим розвитком науково-технічного прогресу і соціальним запитом споживачів необхідно відносити такі оцінки конкурентоспроможності як наукоємність, новизна, патентна чистота, відповідність місцевим стандартам якості, надійності, економічна чистота, низька матеріально і енергоємність, і інші, в залежності від продукції виробництва та продуктів харчування. Однак оцінка конкурентоспроможності по технічним показникам - тимчасова величина, котра залежить від розвитку науково-технічних досягнень ведучих світових фірм-продуцентів даного виду товару і помилково розглядати її як постійний і незмінний набір якісних характеристик.

Проводиться також аналіз витрат виробництва по кожному виду продукції у порівнянні з витратами виробництва фірм-конкурентів.

При оцінці конкурентних можливостей продукції враховуються також комерційні умови продажу товару.

Реальну оцінку конкурентоспроможності експортної продукції підприємства може бути визначена тільки на світовому ринку при порівнянні з характеристиками і умовами продажу таких саме або аналогічних товарів організації і фірм конкурентів.

Одним з найбільш часто застосовуваних для визначення конкурентоспроможності є метод аналізу ієрархій (МАІ), який характеризується систематизованою процедурою подання елементів, що визначають сутність проблеми. Він полягає в поділі проблеми на складові й наступній їх обробці шляхом порівняння. Основні етапи МАІ: визначення переліку критеріїв; визначення аналогів і встановлення по них значень критеріїв; порівняльна оцінка критеріїв за важливістю; порівняльна оцінка об'єктів за кожним із критеріїв; обробка матриць порівнянь критеріїв. Оцінка важливості критеріїв за МАІ відбувається шляхом їх попарного порівняння.

Усі розрахунки за такою методикою можуть бути виконані в середі вищих електронних таблиць Excel із використанням електронних таблиць. Застосування методу рангів дозволяє оцінити конкурентоспроможності підприємства шляхом виявлення слабких і сильних сторін, порівняно з аналогічними підприємствами-конкурентами, і на цій основі визначити його місце (рейтинг) у конкурентній боротьбі. Складання рейтингу відбувається в такій послідовності: визначення критеріїв відбору показників, визначення “ваги” показника, визначення результативного балу окремого підприємства.

В розрахунок оцінки конкурентоспроможності доцільно включити групи показників, які характеризують конкурентоспроможності продукції, фінансовий стан, конкурентний потенціал, ефективність виробництва, пропонує оцінювати конкурентоспроможності підприємства за допомогою інтегрального показника:

Наведений підхід містить певну неточність, пов’язану з використанням коефіцієнтів вагомості, оскільки при зміні значень будь-якої зі складових конкурентоспроможності, остання буде змінюватися пропорційно кореню 8-го ступеню цієї змінної. А тому зміна будь-якої зі складових конкурентоспроможності на певну величину призведе до однакової зміни конкурентоспроможності [6, с. 258].

Перевагою цього методу є те, що оцінка охоплює всі важливі аспекти господарської діяльності промислового підприємства та виключає дублювання показників. Окрім того, використання в ході оцінки порівняння показників за різні проміжки часу дає змогу використовувати цей метод як варіант оперативного контролю окремих підрозділів підприємства.

Визначення рівня конкурентоспроможності підприємства шляхом використання показника “конкурентного статусу фірми” (КАСФ) було запропоновано І. Ансоффом. Цей показник відображає позицію фірми в конкуренції та становище на ринку. Основою виступає відношення фактичної та базової продуктивності використання ресурсів фірми. Конкурентний статус фірми, за І. Ансоффом, представляє собою рентабельність стратегічних капітальних вкладень, скориговану відповідно до ступеню оптимальності стратегії фірми та її потенціалу. Основні недоліки такого підходу полягають у наступному: не враховуються фактори зовнішнього та внутрішнього середовища фірми в явному вигляді; експертний підхід до оцінювання ступеню оптимальності стратегії та потенціалу фірми недостатньо розкриває кількісні взаємозв’язки; не чітко визначені такі поняття як “оптимальна стратегія” та “оптимальний потенціал” [1, с. 389].

Для оцінки конкурентоспроможності підприємства можна застосувати комплексну методику І для оцінки конкурентоспроможності підприємств сільськогосподарського профілю.

Структурно-логічна схема методики включає в себе наступну послідовність етапів:

1. Визначення основних параметрів конкурентоспроможності підприємства.
2. Формування основних параметрів конкурентоспроможності.

3. Розрахунок показників конкурентоспроможності.
4. Вибір базових (етапних) показників конкурентоспроможності.
5. Переклад одиничних показників конкурентоспроможності в бали при порівнянні їх з базовими.
6. Визначення коефіцієнтів вагомості одиничних показників конкурентоспроможності.
7. Розрахунок рівня конкурентоспроможності підприємства.
8. Аналіз отриманих результатів.

Висновки. В практиці фінансових підрозділів підприємств для аналізу фінансових показників конкурентоспроможності підприємств прийнято використовувати показник рентабельності, оскільки оцінка прибутковості до поки ще не набула належного поширення.

Проблема створення національних конкурентних переваг нерозривно пов'язана з оптимізацією співвідношення між захистом інтересів представників внутрішнього ринку та зростаючої міжнародної конкуренції. Завдання підвищення конкурентоспроможності продукції вимагає впровадження широкомасштабних інституціональних реформ, формування об'єктів нового типу, стратегічно важливих комплексів, здатних опанувати сучасні макротехнології, які дають найбільшу економічну віддачу в контексті зростання конкурентоспроможності продукції.

Література:

1. Ансофф И. Стратегическое управление / И. Ансофф. – М.: Экономика, 1989. – 506 с.
2. Балабанова Л. В. Стратегічне маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємств: Навчальний посібник / Л.В. Балабанова, В.В. Холод. – К.: ВД “Професіонал”, 2006. – 448 с.
3. Ильченко Т. В. Конкурентоспособность и качество, их место в стратегии маркетинга / Т. В. Ильченко, В. С. Петров // Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства: Економічні науки. Вип. 70. – Харків: ХНТУСГ, 2008. – С. 109-116.
4. Ковальчук І.В., економіка підприємства: [Навч. посіб.] / І.В. Ковальчук. – К.: Знання, 2008. – 679 с.
5. Макаренко П.М. Теорія і практика державного регулювання в аграрній сфері: [монографія] / П.М. Макаренко – К.: “Інститут аграрної економіки” УААН, 2009. – 636 с.
6. Фатхутдинов Р. А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление / Раис Ахметович Фатхутдинов. – М.: ИНФРА-М, 2000. – 351 с.