

Джарадат Т.А.

УДК 65.01

**ДОСЛІДЖЕННЯ ПІДХОДІВ ДО ОЦІНКИ СТАНУ  
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ АПК**

**Постановка проблеми.** В умовах розвитку української економіки, принципово змінюється підхід до створення систем забезпечення конкурентоспроможності підприємства. Конкурентоспроможність підприємств на товарних ринках, в умовах глобалізаційних процесів і приєднання України до СОТ, стає проблемою національної безпеки. Отже, актуалізується питання вироблення стратегії формування, забезпечення і розвитку конкурентоспроможності стратегічно важливих підприємств для економіки України, до яких відносяться підприємства АПК.

**Аналіз статей і публікацій.** В роботах вчених із дослідження підходів до оцінки стану конкурентоспроможності підприємств АПК частіше всього використовують аналіз діяльності підприємства, виходячи із оцінки поточних результатів його господарської діяльності через з'ясування його потенціалу [2, 5] (організаційного, науково-технічного, виробничого, соціального). В деяких роботах дослідження підходів до оцінки стану конкурентоспроможності підприємств АПК здійснюється через загальні результати його господарської діяльності; фінансового положення і платоспроможності [4]. В роботах [3] увагу фокусують на ефективності виробничої діяльності; ступені адаптації до умов господарювання за звітний період (як правило, річний) або на певну дату. Різноманітність підходів до оцінки стану конкурентоспроможності підприємств вимагає подальших досліджень з метою визначення найбільш ефективного.

**Мета статті** – висвітлення підходів до оцінки стану конкурентоспроможності підприємств АПК.

**Основний матеріал.** Світова практика накопичила певний досвід оцінки конкурентоспроможності підприємства або окремих її аспектів. Як правило, цією роботою займаються авторитетні міжнародні агентства. До методів оцінки конкурентоспроможності підприємства, що використовуються західними фірмами в першу чергу слід віднести метод, іменованний "розгортання функцій якості". Він є системним підходом до вдосконалення конструкції і параметрів виробу при одночасному розвитку технології, яка покликана відповідати запитам ринку. Цей метод, широко поширений в США, Японії, Великобританії, базується на вивченні попиту потенційних покупців, який потім знаходить своє відображення на всіх стадіях життєвого циклу виробу – від розробки до післяпродажного обслуговування. Для цього використовується матриця, що встановлює зв'язок між вимогами споживача до товару і засобами їх досягнення. Визначення залежності між параметрами виробу і їх цінністю для споживача, а також подальший детальний аналіз результатів дають можливість ефективно планувати запуск нового виробу на ринок.

Французькі фахівці, для оцінки конкурентоспроможності розробили метод "конкурентного маркетингу". Метод дозволяє, як вважають автори, з високим ступенем точності оцінити конкурентоспроможність не тільки товару, але і підприємства-виробника. В основу цього методу оцінки конкурентоспроможності встановлений так званий "метод профілів". Він полягає в наступному: виявленні вимог споживача до товару; встановленні ієрархії параметрів залежно від їх значущості для покупця; визначенні розмірності параметрів в межах діапазону значень, які в змозі помітити і оцінити споживач; вимірюванні техніко-економічних параметрів даного виробу і порівняння його з конкуруючими.

В Україні в даний час робляться спроби розробки подібних систем показників, що відображають даний процес. Так, передбачається, що оцінка конкурентоспроможності підприємства має ґрунтуватися на таких показниках, як: потреба в капіталовкладеннях фактичних і на перспективу як в цілому, так і по окремих видах продукції і конкретних ринках; асортимент конкурентоздатної продукції, її об'єми і вартість; набір ринків або їх сегментів для кожного продукту; потреба в засобах на формування попиту і стимулювання збуту; перелік заходів і прийомів, якими фірма може забезпечити собі перевагу на ринку: створення сприятливого уявлення про фірму у покупців, випуск високоякісної і надійної продукції, постійне оновлення продукції на основі власних розробок і винаходів, забезпечених патентним захистом, добросовісне і чітке виконання зобов'язань по операціях відносно термінів поставок товарів і послуг.

Певною мірою цікавими з погляду оцінки окремих аспектів конкурентоспроможності підприємства слід рахувати основні моменти за оцінкою фінансового стану підприємств.

Серед фахівців у галузі оцінки не існує єдиної думки щодо того, які активи належать до складу конкурентоспроможності підприємства. Існує кілька прийнятих способів оцінки вартості конкурентоспроможності підприємства, які найбільш широко застосовуються в практиці [5]: оцінка конкурентоспроможності підприємства як оцінка різниці між сумарною ринковою вартістю активів підприємства і вартістю всього бізнесу; оцінка конкурентоспроможності підприємства з позицій надмірного прибутку; оцінка конкурентоспроможності підприємства за обсягом реалізації.

Проведення оцінки конкурентоспроможності підприємства як різниці між ринковою вартістю готового бізнесу і вартістю активів підприємства, умовно можна поділити на два крупні блоки. По-перше, потрібно розрахувати ринкову вартість усіх активів підприємства. Визначення ринкової вартості сукупності активів підприємства ґрунтується на принципі максимально ефективного використання. Тобто оцінку проводять виходячи з припущення, що активи використовуються найефективнішим способом, при цьому таке використання фізично можливе, розумне, виправдане й законне. На цьому етапі роботи потрібна злагоджена діяльність оцінювача й бухгалтера. Бухгалтер повинен визначити, які з нематеріальних активів

підприємства можна виділити й поставити на баланс. Решта нематеріальних активів і формуватимуть конкурентоспроможність. По-друге, потрібно визначити вартість усього бізнесу як єдиного цілого, застосовуючи або порівняльний, або прибутковий метод оцінки. Вибір того чи іншого підходу залежить від наявності й достовірності інформації, що використовується при оцінці. Якщо при проведенні оцінки існує база даних про реальний продаж аналогічних підприємств, то перевага буде віддана порівняльному методу оцінки вартості бізнесу, якщо такої інформації немає, то бізнес у першу чергу сприймається як інструмент для отримання доходу і визначається прибутковим методом. Після того, як проведено оцінку сумарних активів підприємства, зокрема й нематеріальних, які можуть бути поставлені на баланс підприємства, і визначена ринкова вартість підприємства, конкурентоспроможність визначають як різницю між двома одержаними результатами оцінки. У випадку, якщо "конкурентоспроможність" підприємства негативна, вона рівномірно відноситься на фінансові результати підприємства як операційний дохід.

Методика оцінки конкурентоспроможності підприємства, що припускає розрахунок надмірного прибутку, ґрунтується на припущенні, що якщо одне підприємство одержує більший обсяг прибутку на одиницю активів, ніж аналогічне підприємство цієї ж галузі, то це означає, що додатковий прибуток підприємству приносить саме його конкурентоспроможність. В основу методу визначення конкурентоспроможності підприємства методом надмірного прибутку була встановлена концепція, розроблена Податковим Управлінням США. Передбачалося, що активи всіх підприємств приносять однаковий прибуток. Визначивши нормативний прибуток на одиницю активів, потрібно зіставити її з реальним показником прибутковості активів і визначити обсяг неврахованих активів, тобто конкурентоспроможність.

Для використання методу оцінки конкурентоспроможності підприємства за обсягом реалізації потрібно знати середньогалузеві коефіцієнти рентабельності. Оцінка конкурентоспроможності підприємства базується на двох основних методах: надмірних прибутків – оцінка конкурентоспроможності підприємства як бренду, який допомагає підприємству витягувати більше прибутку у порівнянні з ситуацією, якби воно продавало продукт, що не має бренду; балансовому – вартість конкурентоспроможності підприємства дорівнює різниці між вартістю бізнесу в цілому і вартістю його активів, як матеріальних, так і таких, що ідентифікуються як нематеріальні.

Помилки при визначенні вартості бізнесу виникають, зокрема числі, за рахунок використовуваних методологій. Найадекватнішим тут є системний підхід. Його сутність полягає в тому, що підприємство розглядається як певна діюча система, яка складається з елементів, управляється, проводить і має мету свого існування. У межах такого підходу пропонується відвернутися від аналізу окремих бізнес-процесів і розглянути підприємство ззовні, як єдине ціле, тобто оцінювати системний ефект підприємства.

Системний ефект підприємства – це різниця між прибутковою вартістю бізнесу і вартістю його елементів (ліквідаційною). Цей показник відповідає поняттю конкурентоспроможність. Ця концептуальна основа вкупі з аналітичною роботою щодо виявлення взаємозв'язку бізнесу як системи з основними ціноутворюючими параметрами ринку припускає модель оцінки бізнесу на основі прибуткового методу – дисконтування грошових потоків.

Одним із джерел інформації для оцінки конкурентоспроможності підприємства може бути бухгалтерський облік. Але згідно з прийнятою на сьогоднішній день методологією бухгалтерського обліку в Україні питань обліку не кодифікованих нематеріальних активів узагалі, зокрема й конкурентоспроможності підприємства, суттєво більше, ніж відповідей на такі питання. Слід, перш за все, визначити, що конкурентоспроможність може бути визнана ресурсом діяльності підприємства. Обґрунтуванням цього є визнання впливу конкурентоспроможності підприємства на його конкурентоспроможність, сприяння залученню додаткових фінансових ресурсів у формі емісії акцій або банківських кредитів, створення споживчих переваг тощо. Тобто конкурентоспроможність може бути ресурсом підприємства, який бере участь у створенні для нього економічної вигоди.

**Висновки.** На підставі досвіду вчених, і практики, отриманої підприємствами різних країн, необхідно відзначити, що оцінка стану конкурентоспроможності підприємств повинна вестися в обов'язково, для запобігання впливу зовнішнього середовища, ефективному розвитку підприємств, контролю діяльності. Періодичність таких перевірок і оцінка повинні залежати від розміру підприємства і характеру виробленої продукції. Оцінка стану конкурентоспроможності підприємств на агропромисловому підприємстві, з використанням результатів аналізу оцінок використаних методів, дозволяє одержати комплексну характеристику сформованого стану в досліджуваній сфері, що використовується як база при формуванні короткострокових стратегій управління і розвитку аграрного підприємства.

#### Джерела та література:

1. Куликов Г. Японский менеджмент и теория международной конкурентоспособности / Г. Куликов. – М. : Экономика, 2007. – 259 с.
2. Маренич А. Управление конкурентоспособностью предприятия / А. Маренич, И. Астахова // Бизнес-информ. – 1996. – № 5. – С. 23-24.
3. Портер М. Отраслевая конкуренция бизнеса / М. Портер, Ч. Доу. – М. : Вильямс, 2008. – 396 с.
4. Портер М. Международная конкуренция / М. Портер. – М. : Дело, 2006. – 654 с.
5. Рапопорт В. Диагностика управления / В. Рапопорт. – М. : Финансы, 2008. – 256 с.
6. Робинсон Д. Экономическая теория несовершенной конкуренции / Д. Робинсон. – М. : Прогресс, 1999. – 512 с.