

мінових тенденцій його розвитку, значно спрощує процес просування продукції підприємства як на національному, так і на зовнішньому ринку, що є надзвичайно важливим для підприємств, які здійснюють зовнішньоекономічну діяльність.

На жаль, обсяг цієї роботи не дає можливості глибоко розкрити цю наукову проблему, тому авторами буде продовжене дослідження цієї теми в подальшій науковій роботі.

1. Амблер Т. *Практический маркетинг / Пер. с англ.; Под общ. ред. Ю.Н. Каптуревского.* – СПб.: Питер, 2001. – 400 с. 2. Котлер Ф. *Маркетинг менеджмент.* – СПб.: Питер, 1999. – 896 с. 3. Нарожний А. *Економічна сутність нематеріальних активів // Економіка АПК.* – 2005. – №1. – С.81–86. 4. *Нематеріальні ресурси та активи підприємства / В.А. Сідун, Ю.В. Пономарьова // Економіка підприємства.: Навч. посібник.* – К.: Знання-Преса, 2003. – С. 141–151. 5. Нильсон Т. *Конкурентный брендинг.* – СПб.: Питер, 2003. – 208 с. 6. Тамбовцев В.А. *Товарный знак как капитальный нематериальный актив // Вопросы экономики.* – 1999. – №3. – С. 87–96. 7. Тарасова І. *Пропозиції щодо вдосконалення класифікації нематеріальних активів у плані рахунків та П(С)БО8 “НА” // Бухгалтерський облік і аудит.* – 2004. – №4. – С. 38–42. 8. Шульц Д., Барнс Б. *Стратегические бренд-коммуникационные компании / Дон Е. Шульц, Бет Е. Барнс* – М.: Издательский дом Гребенникова, 2003. – 512 с. 9. <http://www.kursa4.com>.

УДК 338.241.2

Н.І. Горбаль, П.Г. Ільчук

Національний університет “Львівська політехніка”

ОЦІНЮВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ НА МІКРО-, МЕЗО- ТА МАКРОРІВНЯХ

© Горбаль Н.І., Ільчук П.Г., 2006

Систематизовано підходи до аналізу конкурентоспроможності на трьох рівнях: мікро- (вимірювання КСП товарів, підприємств), мезо- (КСП галузей) та макро- (КСП регіонів та країн). Наведено одиничні, комплексні та узагальнюючі показники, проаналізовано такі методика, як: “1111-5555”, багатокутник конкурентоспроможності, SWOT-аналіз, “ланцюжок створення цінності”, оцінювання КСП країни за рівнем життя населення та за методикою Всесвітнього економічного форуму тощо.

In the article the approaches to the competability analysis at three different levels (micro-, mezo- and macro-) are systematised. At the microlevel products and enterprises are evaluated, at the mezolevel – branches and at the macrolevel – countries and regions are evaluated. The individual, comlex and generalising indexes are given. Different methods such as “1111-5555”, polyangle of competability, SWOT-analysis, “value formation chain” etc. are described.

Постановка задачі і її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями. Завданням роботи є систематизація підходів до аналізу конкурентоспроможності, що сприятиме удосконаленню систем управління нею на вітчизняних підприємствах. У сучасних працях, що аналізують конкурентоспроможність товарів, підприємств, висвітлено окремі методика управління конкурентоспроможністю різних об'єктів. Однак актуальним, на нашу думку, залишається вивчення та узагальнення різних підходів до оцінювання конкурентоспроможності у системі ринкової економіки.

Аналіз останніх досліджень та публікацій, в яких започатковано вирішення проблеми. Оцінювання конкурентоспроможності різних об'єктів є доволі складним, оскільки сьогодні у менш розвинених країнах, зокрема в Україні, технічна, економічна, соціальна, кадрова політики не орієнтовані на забезпечення конкурентоспроможності, державні органи не займаються цією проблемою, і відсутні міжнародні документи з оцінки конкурентоспроможності. Проблеми оцінки

конкурентоспроможності як властивості об'єкта, що характеризується ступенем реального чи потенційного задоволення ним конкретної потреби порівняно з аналогічними об'єктами на певному ринку, та набуття конкурентних переваг досліджувались вітчизняними та зарубіжними авторами. Серед сучасних праць, що аналізують конкурентоспроможність товарів, підприємств, країн, варто виділити роботи Р. Фатхутдінова [1], у яких розроблено етапи оцінки об'єкта, деталізовано фактори та показники оцінки конкурентоспроможності об'єктів; Л. Антонюка [2], у яких значна увага приділена саме оцінці конкурентоспроможності регіонів та країн; І. Піддубного [3], у яких детально розглядаються аспекти управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства, М. Портера [4], які досліджують проблеми міжнародної конкуренції та розробки стратегій конкурентоспроможності об'єктів, а також О. Кузьміна [5], у яких висвітлено окремі методики управління конкурентоспроможністю різних об'єктів.

Цілі статті. Авторами цієї роботи ставиться за мету детальний аналіз методів оцінки конкурентоспроможності об'єктів на різних рівнях, а також висвітлення та характеристика показників, за допомогою яких здійснюється оцінка конкурентоспроможності цих об'єктів. Однією з найважливіших цілей цієї роботи є розгляд методики оцінки конкурентоспроможності окремих товарів "1111-5555" як пріоритетного методу аналізу конкурентоспроможності товарів та особливостей формування конкурентоспроможності окремих галузей та регіонів, для яких розроблено та представлено окрему методику оцінки конкурентоспроможності, що ґрунтується на широкому спектрі показників.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Поняття конкурентоспроможності трактується по-різному у різних працях. Порівняно повно це поняття розкриває таке визначення: "*конкурентоспроможність* (КСП) – це властивість об'єкта, що характеризується ступенем реального чи потенційного задоволення ним конкретної потреби порівняно з аналогічними об'єктами на певному ринку" [1].

Оцінку конкурентоспроможності проводять на таких *рівнях*:

– *мікрорівні*, на якому визначається *КСП товару і підприємства* за допомогою таких показників, як прибутковість, рентабельність, продуктивність праці, ліквідність і кредитоспроможність, а також якість продукції, ступінь задоволення потреб споживачів тощо;

– *мезорівні*, на якому визначають *КСП галузі* та кластерів за допомогою середніх показників діяльності підприємств галузі, з використанням торговельних показників тощо;

– *макрорівні*, на якому визначають *КСП країни* за допомогою таких показників, як динаміка прибутків населення, ефективність використання ресурсів, темпи інфляції, рівень зайнятості, сальдо торговельного балансу, питома вага високотехнологічного експорту тощо. Крім того, досліджуючи КСП країни, визначають КСП її *територій, регіонів*.

Залежно від кількості властивостей, які характеризують, *показники КСП* поділяють на:

– *одиничні* – характеризують окремі конкурентні переваги, параметри об'єкта;

– *комплексні* – характеризують групу конкурентних переваг, властивостей;

– *узагальнюючі (інтегральні)* – характеризують загальний рівень КСП об'єкта [5, 6].

Вимірюючи *конкурентоспроможність товару*, використовують такі *одиничні показники*:

– показники рівня КСП за призначенням – характеризують рівень КСП щодо пристосованості виробів до використання і сфери використання;

– показники рівня КСП у сфері надійності й довговічності;

– показники рівня КСП технологічності – характеризують рівень КСП за ефективністю конструкції продукції й технологій виготовлення;

– показники рівня КСП ергономіки – характеризують рівень КСП комплексу гігієнічних, антропологічних, фізіологічних параметрів, рівень КСП у техніці безпеки;

– показники рівня КСП естетики – характеризують рівень КСП у виразності, відповідності стилю й моді тощо;

– показники рівня КСП у сфері стандартів та уніфікації – характеризують базові вимоги до рівня КСП продукції виробника;

– показники рівня КСП економічності – характеризують рівень КСП за витратами на розроблення, виготовлення, удосконалення й експлуатацію виробів.

Комплексні показники рівня КСП продукції характеризують ряд її властивостей. Згідно з ними, КСП продукції поділяють на багато спеціальних груп (наприклад, КСП марки, стилю тощо). Для оцінки загального рівня КСП власної продукції система *узагальнюючих показників*, основними серед яких є коефіцієнти КСП: продукції; асортименту; сертифікованої продукції; продукції, призначеної на експорт; продукції, реалізованої за зниженими цінами тощо.

Методи оцінки КСП товару поділяють також залежно від способу одержання інформації на об'єктивний (вимірювальний і реєстраційний), органолептичний і розрахунковий [6]:

- *вимірювальний* метод передбачає використання під час оцінки рівня КСП технічних засобів контролю;
- *реєстраційний* метод – передбачає проведення спостережень і підрахунок кількості предметів, випадків;

- *органолептичний* метод – передбачає аналіз сприйняття органами чуття людини споживчих властивостей товару;

- *розрахунковий* метод – використовується під час визначення показників рівня КСП новоствореної продукції.

У праці [1] для вимірювання *конкурентоспроможності товару* (послуги) рекомендують насамперед проаналізувати: 1) корисний ефект за нормативний термін функціонування певного товару і товарів-конкурентів; 2) сукупні витрати за життєвий цикл товарів.

При цьому *корисний ефект* – це віддача від товару, інтегральний показник якості, властивостей товару, що задовольняють конкретну потребу. Його вимірюють у натуральних одиницях (наприклад, продуктивність однопараметричних машин), грошовому виразі чи в умовних балах (для об'єктів, що їх характеризують кількома взаємодоповнювальними важливими параметрами). А *сукупні витрати* – витрати, що здійснюються впродовж усього періоду використання товару, щоб отримати від нього корисний ефект.

Кількісну оцінку КСП однопараметричних об'єктів (наприклад, машин, обладнання) можна здійснювати за формулою

$$K_{a.z.} = \left(\frac{E_{a.z.}}{E_{k.z.}} \right) \cdot \kappa_1 \cdot \kappa_2 \cdot \kappa_3, \quad (1)$$

де $K_{a.z.}$ – КСП аналізованого зразка на конкретному ринку; $E_{a.z.}$ – ефективність аналізованого зразка товару на конкретному ринку; $E_{k.z.}$ – ефективність кращого зразка-конкурента на певному ринку; $\kappa_1, \kappa_2, \kappa_3$ – коригувальні коефіцієнти, що враховують конкурентні переваги.

Ефективність об'єкта розраховують так:

$$E = K_e / Z_c, \quad (2)$$

де K_e – корисний ефект об'єкта за нормативний термін служби в умовах конкретного ринку; Z_c – сукупні витрати на життєвий цикл об'єкта в умовах конкретного ринку.

Корисний ефект можна визначити за формулою

$$K_e = \sum_{t=1}^T \Pi \cdot \Phi \cdot K_1 \cdot K_2 \cdot K_3, \quad (3)$$

де T – нормативний термін функціонування (служби); Π – погодинна паспортна продуктивність; Φ – річний плановий фонд часу роботи об'єкта; K_1, K_2, K_3 – коефіцієнти, що характеризують невідповідність показників якості вимогам споживачів, незадовільна робота дизайну чи сервісного обслуговування. Вони знижують корисний ефект об'єкта.

Сукупні витрати на життєвий цикл можна визначити за формулою

$$Z_c = \left(Z_{m.нддкр} + Z_{отт} \right) / N + Z_{виг} + Z_{впр} + \sum Z_e \pm Z_{лікв}, \quad (4)$$

де $Z_{m.нддкр}$ – вартість маркетингових досліджень, науково-дослідних робіт; $Z_{отт}$ – вартість організаційно-технологічної підготовки виробництва нового товару; N – кількість об'єктів, які планують виготовити за цією технологічною документацією; $Z_{виг}$ – витрати на виробництво (без амортизації попередніх витрат); $Z_{впр}$ – витрати на впровадження об'єкта у споживача, зокрема транспортні витрати, вартість будівельно-монтажних, пускових робіт; Z_e – витрати на експлуатацію, технічне обслуговування, ремонт; $Z_{лікв}$ – витрати на демонтаж і ліквідацію об'єкта.

Як зазначає Р. Фатхутдінов [1], КСП товару доцільно визначати за чотирма головними чинниками: якість товару, ціна товару, якість сервісу щодо товару, експлуатаційні витрати на використання товару. Їх результативність визначають динамічні фактори – якість управління процесами. *Інтегральний показник* КСП можна визначати двома методами: без врахування вагомості факторів і з урахуванням їх вагомості.

За системою 1111–5555 КСП товару визначають без урахування вагомості як суму балів за кожним чинником. Експерти оцінюють значення чинника від 1 (мінімальне значення) до 5 (максимальне). Мінімальне значення КСП дорівнюватиме 4 (1+1+1+1), максимальне – 20 (5+5+5+5). За оцінкою Р. Фатхутдінова, найвище значення КСП – близько 18 (5454) – мають деякі японські й американські компанії; дещо нижчий показник у скандинавських країнах – 16 (5344); КСП товарів країн Південно-Східної Азії оцінюють у середньому 10-ма балами (2422).

Для підвищення точності оцінки пропонують враховувати вагомість кожного чинника. Так, пропонують такі значення вагомості, як якість – 4, ціна – 3, якість сервісу – 2, експлуатаційні витрати – 1.

Тоді КСП товару визначають експертним методом за формулою

$$K_m = \sum_{j=1}^4 \left(\frac{\sum_{i=1}^n O_{ij}}{5 \cdot n} \cdot a_j \right), \quad (5)$$

де K_m – КСП товару (значення змінюється від 2 до 10); n – кількість експертів; O_{ij} – експертна оцінка i -м експертом j -го фактора КСП товару; a_j – вага j -го чинника (від 4 до 1); 5 – максимальна оцінка фактора [1].

Оцінку КСП товару можна виконувати й за *багатокутником конкурентоспроможності*. При цьому:

1) встановлюють перелік показників КСП товару. Наприклад, інтегральний показник якості товару (корисний ефект) (K_e), ціна товару (C), інтегральний показник якості сервісу (K_c), витрати на експлуатацію товару ($З_e$), інтегральний показник якості управління (K_y);

2) знаходять нормативні значення показників КСП;

3) встановлюють значення показників на підставі вартості їх досягнення й важливості забезпечення КСП;

4) збирають і аналізують вихідну інформацію про показники КСП товарів (конкурента й аналізованого);

5) будують багатокутник КСП: зовнішнє коло – нормативи, збільшені на 20 % (у разі перевиконання нормативів), внутрішні точки на радіальних променях – приведені значення показників (з урахуванням вагомості) (рис. 1).

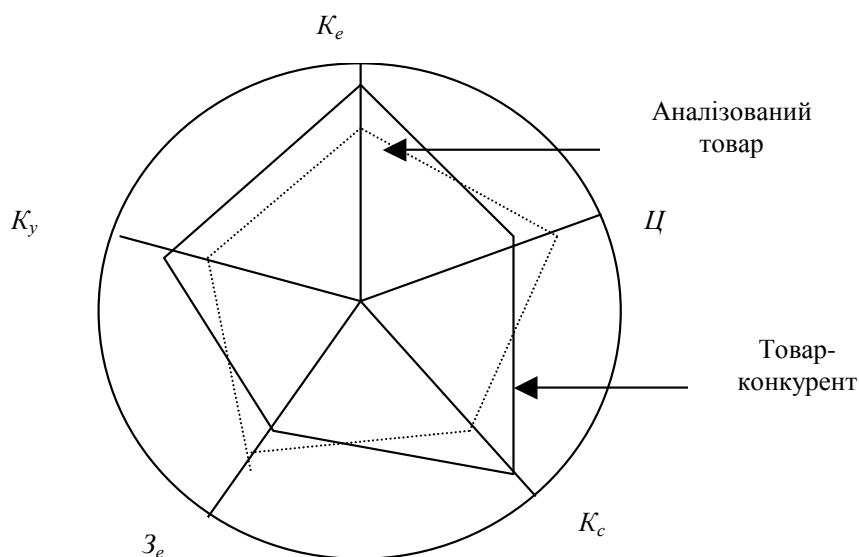


Рис. 1. Багатокутник конкурентоспроможності товару

Конкурентоспроможність підприємства з огляду на його внутрішнє й зовнішнє середовище та можливості виходу на зарубіжні ринки традиційно аналізують за допомогою *SWOT-аналізу* (табл. 1) [7, 8]. Він показує, як у стратегії підприємства повинні узгоджуватися внутрішні сильні та слабкі сторони компанії із зовнішньою ситуацією на ринку (це відображено потенційними зовнішніми загрозами і можливостями). Такий аналіз дає змогу виявити потенційні конкурентні переваги компанії, а також її слабкі сторони, що далі необхідно враховувати під час формування стратегії розвитку.

Таблиця 1

Форма для проведення SWOT-аналізу

Потенційні внутрішні сильні сторони	Потенційні зовнішні можливості
Потенційні внутрішні слабкі сторони	Потенційні зовнішні загрози

М. Портер для аналізу конкурентної позиції й вибору стратегії пропонує використовувати так званий “ланцюжок створення цінностей” – систему пов’язаних напрямів діяльності й функцій усередині компанії [8]. Він виділяє п’ять первинних і чотири вторинні елементи, що становлять такий ланцюжок: *первинні елементи*: • матеріально-технічне забезпечення діяльності підприємства • виробничі процеси • матеріально-технічне забезпечення збуту • маркетинг і продаж • обслуговування. *Вторинні (чи підтримувальні) елементи*: закупівлі • розвиток технології • керування людськими ресурсами • підтримка інфраструктури фірм.

В [1] для оцінки конкурентоспроможності підприємства рекомендують насамперед проаналізувати його стан на основі системного підходу. Мета такого аналізу – встановити стратегічні й тактичні чинники підвищення конкурентоспроможності товарів, що їх випускають, ефективності та стійкості функціонування підприємства.

Етапи системного аналізу стану підприємства Р. Фатхутдінов [1] пропонує пов’язати зі структурою системи управління підприємством:

1. Аналіз системи управління з погляду кількості та глибини наукових підходів і методів, які застосовують.
2. Аналіз стратегії організації, цілей з огляду на її внутрішні слабкі й сильні сторони, зовнішні загрози і можливості (SWOT-аналіз).
3. Аналіз конкурентоспроможності, ефективності та стійкості функціонування основних конкурентів, зовнішніх загроз і можливостей, внутрішніх сильних і слабких сторін конкурентів.
4. Аналіз механізму дії закону конкуренції в галузі антимонопольного законодавства, форми і сили конкуренції в галузі.
5. Аналіз факторів макросередовища й інфраструктури певного регіону, що впливають позитивно і негативно на організацію.
6. Аналіз механізму дії закону конкуренції на вході системи, антимонопольного законодавства і сили конкуренції серед постачальників.
7. Аналіз зовнішніх загроз і можливостей, внутрішніх сильних і слабких сторін організації порівняно з конкурентами в системі забезпечення, тобто в правовому, методичному, ресурсному, інформаційному забезпеченні організації.
8. Аналіз сильних і слабких сторін, загроз і можливостей організації в її організаційно-технічному і соціальному розвитку.
9. Аналіз сформованої системи показників якості й ресурсомісткості товарів, якості сервісу, інфраструктури ринку, організації аналізу ефективності цих напрямів діяльності й формування заходів для їх удосконалення.
10. Аналіз якості керівної підсистеми системи управління стосовно управління персоналом із розроблення та реалізації стратегічних і тактичних управлінських рішень.
11. Аналіз структури, змісту і якості зв’язків у системі стратегічного і тактичного маркетингу, інноваційного і виробничого менеджменту, виявлення їх слабких і сильних сторін.
12. Аналіз КСП товарів підприємства, інновацій, технологій, персоналу, організації загалом.
13. Аналіз ефективності використання ресурсів.
14. Аналіз стійкості функціонування організації.

15. Виявлення стратегічних і тактичних чинників підвищення КСП товарів, ефективності та стійкості функціонування організації для розробки на їх основі стратегії.

Підходи до оцінки КСП різняться для стратегічного і тактичного управління. У стратегічному менеджменті й маркетингу розробляють нормативи КСП на тривалий період, а в тактичному менеджменті й маркетингу здійснюють заходи щодо матеріалізації у виробника і реалізації на ринку стратегічних нормативів КСП, а також із коригування цих нормативів.

Оцінюючи КСП підприємства, в [1] рекомендують:

- рівень КСП розраховувати як середньо-зважену величину за показниками конкурентоспроможності конкретних товарів на конкретних ринках;
- окремо аналізувати ефективність діяльності організації на основі КСП й ефективності кожного товару на кожному ринку;
- окремо розраховувати показники стійкості функціонування організації;
- прогнозувати ці комплексні показники як мінімум на 5 років.

КСП організації (K_{opr}) можна встановлювати у статичі й динаміці. У статичі її визначають із врахуванням ваги окремих товарів і ринків:

$$K_{opr} = \sum_{j=1}^m \sum_{i=1}^n a_i b_j \cdot K_{ij} \rightarrow 1, \quad (6)$$

де a_i – відносна вага i -го товару організації в обсязі продажу за аналізований період (визначається частками одиниці $i = 1, 2, \dots, n$); b_j – показник значення ринку, на якому збувається товар.

Для розвинутих країн значення ринків рекомендується приймати таким, що дорівнює 1,0, для решти країн – 0,7, для внутрішнього ринку – 0,5; K_{ij} – КСП i -го товару на j -му ринку ($j = 1, 2, \dots, m$).

Відносну вагу i -го товару організації в її обсязі продажу визначають так:

$$a_i = \frac{V_i}{V}, \quad (7)$$

де V_i – обсяг продажу i -го товару за аналізований період; V – загальний обсяг продажу організації за той самий період.

Комплексна методика оцінки міжнародної КСП підприємства на основі ранжування факторів впливу на цей показник пропонується у [9]. Основними із цих факторів є: економічний ефект від виробництва і використання нових засобів праці • економічний ефект від виробництва і використання нових предметів праці • економічний ефект від вироблення нової кінцевої продукції • ефективність диверсифікації виробництва • інтегральний коефіцієнт організаційно-технічного рівня виробництва • коефіцієнт рівня прогресивності технологій • ефективність витрат на капітальний ремонт устаткування й модернізацію • маркетинговий потенціал підприємства • оцінка матриці конкурентного профілю підприємства • оцінка загальних витрат підприємства через допущений брак.

Конкурентоспроможність галузі рекомендується визначати за провідними потужними організаціями, відносна вага яких становить не менше ніж 70 % від обсягу продажу галузі.

Рівень КСП знаходять так [1]:

$$K_{гал} = \frac{\sum_{i=1}^n V_i \cdot K_i}{\sum_{i=1}^n V_i}, \quad (8)$$

де $K_{гал}$ – рівень КСП галузі, що випускає однорідну групу товарів; n – кількість назв товару, що входять до певної групи; V_i – частка ринку i -го товару; K_i – КСП i -го товару на певному (місцевому, регіональному, національному, міжнародному) ринку.

Конкурентоспроможність регіону визначається КСП товарів і організацій у ньому. Рівень КСП всіх регіонів зумовлює рівень КСП країни загалом. Разом із тим, оскільки регіон є підсистемою системи вищого рівня – країни, то його КСП і ефективність функціонування буде залежати від якості й інтенсивності впливу на нього з боку системи (країни). Тому багато показників (факторів) збігатимуться з відповідними показниками країни. Головним показником КСП регіону Р. Фатхутдінов [1] пропонує вважати якість життя населення як мету соціально-економічної системи, на основі чого пропонується такий перелік показників КСП регіону (табл. 2).

Показники конкурентоспроможності регіону та їх значення

Показники конкурентоспроможності регіону	Значення
1. Витрати з усіх офіційних джерел (державний, регіональний, муніципальний бюджети тощо) на розвиток людини (освіта, культура, охорона здоров'я), % від обсягу всіх джерел	0,15
2. Інвестиційна активність у регіоні, % від валового регіонального продукту (ВРП)	0,06
3. Інноваційна активність (відносна вага інноваційних підприємств за обсягами виробництва), %	0,05
4. Активність малого бізнесу (частка малих підприємств за обсягом виробництва), %	0,04
5. Ефективність використання природних і виробничих ресурсів	0,04
6. Стан довкілля в регіоні	0,04
7. Рівень політичної стабільності у країні, економічної й фінансової безпеки населення в регіоні	0,04
8. Індекс розвитку людського потенціалу (ІРЛП)	0,04
9. Експорт, % ВРП	0,03
10. Відносна вага (за обсягом виробництва) підприємств, конкурентоспроможних на міжнародному ринку, %	0,04
11. Відносна вага (за обсягом виробництва) підприємств, конкурентоспроможних на національному ринку, %	0,03
12. Відносна вага збиткових підприємств, %	0,04
13. ВРП на душу населення	0,03
14. Рівень безробіття в регіоні, %	0,03
15. Відношення середньої заробітної плати в регіоні до середньої заробітної плати у країні	0,04
16. Відношення доходів 5% найбагатшого населення до 5% найбіднішого	0,03
17. Рівень споживання людиною матеріальних благ і послуг	0,05
18. Середня тривалість життя, років	0,07
19. Якість життя населення регіону	0,15

Індекс розвитку людського потенціалу (ІРЛП) розраховують так:

$$ІРЛП = (ІТЖ + ІО + ІД) / 3, \quad (9)$$

де *ІТЖ* – індекс тривалості життя; *ІО* – індекс освіченості; *ІД* – індекс доходів.

При цьому

$$ІТЖ = \frac{\text{Тривалість життя} - 25}{85 - 25},$$

$$ІО = \frac{2}{3} ІГ + \frac{1}{3} ІП,$$

де *ІГ* – кількість грамотного дорослого населення, % від загальної чисельності дорослого населення; *ІП* – кількість учнів у навчальних закладах початкової, середньої й вищої школи, % до загальної кількості населення відповідної вікової групи;

$$ІД = \frac{\log Y - \log 100}{\log 40000 - \log 100}, \quad (10)$$

де *Y* – ВВП на душу населення із врахуванням паритету купівельної спроможності, дол. США; 100 і 40000 – мінімальна і максимальна межі рівня валового національного доходу на душу населення серед країн світу.

Як зазначається у [2], головними результативними показниками КСП соціально-економічних систем (міст, регіонів, країн) є: здоров'я; освіта; раціональне (адекватне) харчування; безпека; стабільне, екологічно чисте довкілля; охорона здоров'я; участь у житті суспільства; створення необхідних умов для розвитку суспільства; справедливість, рівність чоловіків і жінок; якість середовища проживання.

Конкурентоспроможність країни визначають за різними методиками. Так, у [10] описано основні підходи до оцінки, серед яких: один враховує резерви у використанні чинників виробництва; другий – ефективність застосування потенціалу компаній; третій – вартість конкретних чинників виробництва в конкретній країні; четвертий – ефективність виробничо-збутової діяльності; п'ятий – зусилля у сфері підвищення якості товарів тощо.

Така методика знайшла, зокрема, відображення у програмах ЄС (рис. 2) [11]. Так, у Звіті з конкурентоспроможності за 2003 рік країн-членів ЄС наведено динамічну систему оцінки міжнародної КСП, що включає в себе розрахунок продуктивності праці, ВВП, ВВП на душу населення, ВВП на одного працівника, його приріст за певний період, показники зайнятості, вартість одиниці робочої сили, цінову одиницю експорту й імпорту, показник швидкості зміни галузевої макроструктури економіки тощо. Оцінка КСП країни, яка враховує зростання добробуту її жителів, дає змогу уникнути автоматичного ототожнення КСП національних фірм і КСП національної економіки.

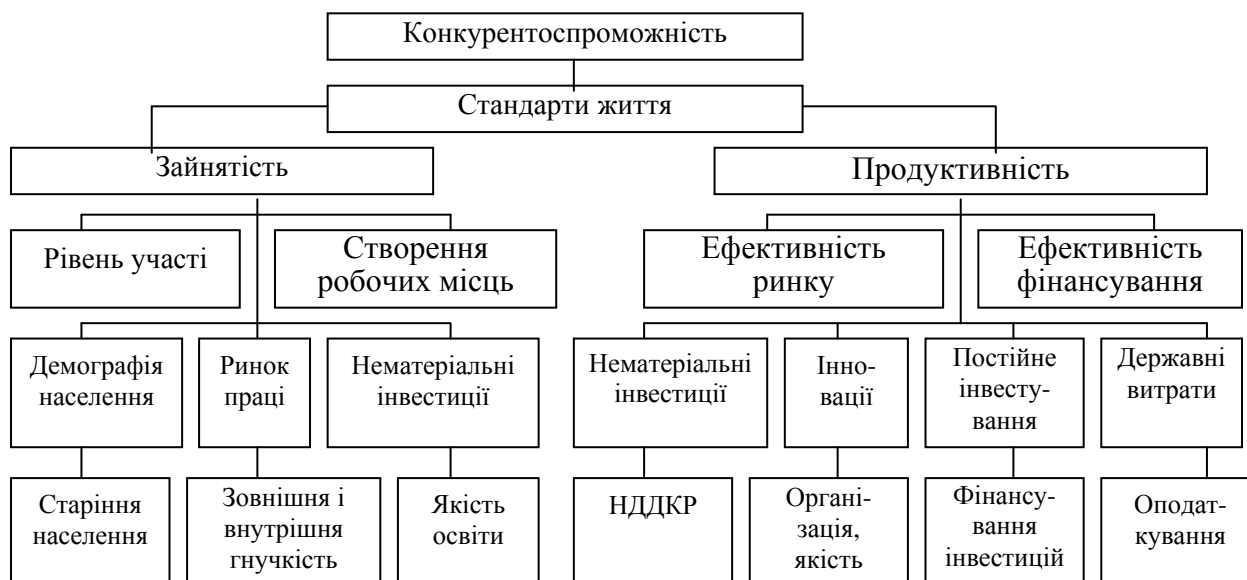


Рис. 2. Піраміда конкурентоспроможності країни

Згідно з [1] на КСП країни впливають такі основні чинники (табл. 3). Перші три показники є стратегічними чинниками розвитку суспільства. Так, метою НДДКР є економія ресурсів, підвищення якості, автоматизація виробництва й управління тощо. Країна зі стійкою політичною системою, сформованими ринковими відносинами, налагодженою законодавчою системою належить до промислово розвинених країн, у яких соціально-економічні показники у два-три рази кращі, ніж у країн, що розвиваються. Решта сім показників є результируючими, залежать від ефективності реалізації інвестицій і факторів виробництва за наявності перших трьох показників.

Таблиця 3

Показники конкурентоспроможності країни

Показники	Значення	Нормативи згідно з [1]	Орієнтир (джерело)
1. Витрати з державного бюджету на НДДКР, % від ВВП	0,15	3,5	Програма США*
2. Витрати з держбюджету на розвиток людини (освіта, охорона здоров'я, соц. сфера), % від ВВП	0,15	13,0	Програма США
3. Ступінь ринкових перетворень у країні	0,12	1,0	Умовно у США показник дорівнює 1,0
4. ВВП на душу населення, тис. дол. США	0,08	30	Середнє значення за розвинутими країнами
5. Середня тривалість життя, роки	0,10	80	Японія
6. Показник ефективності використання ресурсів	0,10	1,0	Найвищий у Японії. В США приблизно – 0,9
7. Експорт, % ВВП	0,05	30,0	Наближений орієнтир Євросоюзу
8. Індекс розвитку людського потенціалу	0,05	0,81	Рівень 1990 р.
9. Місце країни за запасами природних ресурсів на душу населення	0,05	Не нормується	Оцінюється по факту. Напр., Росія на 1-му місці, США – на 2-му
10. Якість життя населення країни	0,15	Підвищення на 20%	Розвинуті країни

Примітка. *Дані по США використовують, оскільки ця країна кілька років займає перші місця за рівнем КСП в світі (оцінка Всесвітнього економічного форуму).

Для оцінки КСП країни (регіону) ($K_{кр}$) за наведеними чинниками доцільно використати такі формули:

$$K_{кр} = \sum_{i=1}^n b_i K_i, \quad (11)$$

$$K_i = \frac{\Pi_{кр}}{\Pi_n},$$

де b_i – показник значення вагомості i -го чинника конкурентоспроможності; K_i – конкурентоспроможність i -го фактора; $\Pi_{кр}$ – абсолютне значення i -го фактора країни; Π_n – нормативне значення (найкраще в світі чи планове) i -го фактора.

Загалом рівень КСП країни відображає фактичний рівень її комплексного (економічного, політичного, соціального, технічного, духовного) розвитку порівняно з оптимальним рівнем. З методичного погляду країна не може претендувати на перевагу за усіма показниками КСП. Тому деякі показники будуть не максимальними, а оптимальними для певної країни. Наприклад, якщо показник КСП країни дорівнює 0,65, то до оптимального рівня 1,0 ще є істотні резерви. Під час їх пошуку і фінансування слід враховувати пріоритети аналізованих факторів (табл. 3) – спочатку збільшувати витрати на НДДКР, розвиток людини, формування ринкових відносин, а далі – на інші напрями.

КСП країн оцінюють також міжнародні організації. Так, на Всесвітньому економічному форумі оцінка спочатку ґрунтувалася на 9 критеріях: політичний ризик країни (ризик неповернення кредитів), економічні перспективи, показник зовнішньої заборгованості, борг у зв'язку із дефолтом чи реструктуризацією боргу, рейтинг платоспроможності за кредитними боргами тощо [2, 5]. Пізніше ця методика коригувалася в напрямку уточнення кількості і вагомості фінансових показників.

На підставі кількісних даних, а також даних, отриманих через анкетування, кожній країні виставляють бали за кожним із цих чинників. Відповідно, використовуючи середньозважену величину факторів, розраховують загальний індекс конкурентоспроможності. Структуру цих факторів розроблено на основі наукових досліджень детермінантів довготривалого економічного зростання й перевірено на підставі інформації про економічне зростання початку 1990-х років. У рейтингу країн за 2003 р. лідирували Фінляндія, США, Швеція, Данія, Тайвань, Швейцарія, Ісландія, Норвегія та Австралія, а Україна займала лише 84-ту позицію [2].

У табл. 4 наведено прогнози середніх показників економічного зростання на період 2000—2008 років [12]. Для отримання результатів досліджували взаємозв'язок між індексом КСП та рівнем доходів країни. Точкою відліку став дохід у 1998 році, а потім використано його прогнозоване зростання в часі із застосуванням статистичної моделі.

Важливо зазначити, що ранжування темпів зростання не відповідає індексу КСП, тому що бідніші країни проявляють тенденцію до швидшого зростання, ніж багатші країни. Відповідно, якщо за індексом КСП США займають перші місця, то за індексом темпів економічного зростання – лише п'яте, оскільки США є країною високих доходів.

Таблиця 4

Прогнози економічного зростання країн до 2008 р.

Місце в рейтингу	Країна	Річне зростання ВВП на душу населення, %
1	Сінгапур	5,02
2	Тайвань	4,29
3	Малайзія	4,19
4	Гонконг	4,13
5	США	4,07
6	Канада	4,03
7	Ірландія	3,91
8	Велика Британія	3,88
9	Нова Зеландія	3,86
10	Фінляндія	3,81
....		
52	Україна	1,75

Висновки та перспективи подальших досліджень. У роботі підсумовано різні підходи до оцінювання КСП підприємства, товару, галузі, регіону та країни. У подальшому доцільно розробити методичні рекомендації щодо використання поданих методик на вітчизняних підприємствах та в Україні загалом, а також розробити комплексну методику оцінювання КСП різних об'єктів.

1. Фатхутдинов Р.А. *Стратегический маркетинг*. – 2-е изд. – СПб.: Изд-во “Питер”, 2002. – 448 с. 2. Антонюк Л.Л. *Міжнародна конкурентоспроможність країн: теорія та механізм реалізації: Монографія*. – К.: КНЕУ, 2004. – 275 с. 3. Піддубний І.О., Піддубна А.І. *Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства: Навч. посібник*. – Харків: ІНЖЕК, 2004. – 264 с. 4. Портер М. *Конкуренція: Учеб. пособие*. – М.: Изд-во “Вильямс”, 2001. – 495 с. 5. Кузьмін О.Є., Горбаль Н.І. *Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства: Підручник*. – Львів: Компакт-ЛВ, 2005. – 304 с. 6. Максим'юк Д.А. *Децо про конкурентоспроможність виробника: Навч. посібник*. – Харків: Основа, 2001. – 302 с. 7. Томпсон А.А., Стрикленд А.Дж. *Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии*. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1998. – 576 с. 8. Портер М. *Стратегія конкуренції*. – К.: Основи, 1998. – 390 с. 9. Козлов З.Г., Волощак Р.П. *Математическое моделирование в управлении конкурентоспособностью*. – М.: Экономика, 2004. 10. Мусеева Н.К. *Международный маркетинг: Учебник*. – М.: Центр экономики и маркетинга, 1998. 11. *European Commission (1995): 'Performance of the European Union Labour Market', European Economy, No.6, Brussels, 1995*. 12. Козик В.В., Панкова Л.А., Даниленко Н.Б. *Міжнародні економічні відносини*. – К.: Знання-Прес, 2002.

УДК 67.9(4 Укр) 51

М.Л. Данилович-Кропивницька

Національний університет “Львівська політехніка”

З.Б. Живко, М.О. Живко

Львівський державний університет внутрішніх справ

РОЛЬ ЛЮДСЬКОГО ФАКТОРА У БОРОТЬБІ З КОРУПЦІЄЮ У ДЕРЖАВНІЙ СЛУЖБІ ТА ПРАВООХОРОННИХ ОРГАНАХ

© Данилович-Кропивницька М.Л., Живко З.Б., Живко М.О., 2006

Досліджується питання боротьби з корупцією в державній службі та вплив на неї чинників, пов'язаних із соціальним та матеріальним забезпеченням державних службовців та працівників правоохоронних органів. Систематизовано чинники, які впливають на поширення корупції, наведено та проаналізовано статистичні дані, які стосуються економічних злочинів в Україні. Наведено заходи, які вже здійснюються в державі з метою послідовної боротьби з корупцією в усіх сферах суспільного життя та запропоновано нові напрямки боротьби з цим антисоціальним явищем.

This article studies the issues of how to eliminate corruption in governmental organizations and how to manage it via social and financial packages for civil servants and law enforcement officers.

Постановка проблеми і її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями. В неодноразових виступах Президента України В. Ющенка, міністра внутрішніх справ Ю. Луценка зазначається проблема боротьби з криміналізацією економіки, яка проголошена одним із головних завдань нової влади і має на меті формування цілісної системи протидії виникненню тіньових процесів в економіці, особливо корупції та хабарництва [2, 9, 19].

Зосередимось на аналізі цього явища у сферах державної влади та деяких галузях, що контролюються державою. Першочерговим завданням вважаємо необхідність ситематизувати чинники,