

Чернишева О.М., Івлєв О.О., Безкоровайна О.П.

ОСОБЛИВОСТІ ОЦІНЮВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА МЕТОДОМ, ЗАСНОВАНИМ НА ТЕОРІЇ ЕФЕКТИВНОЇ КОНКУРЕНЦІЇ

ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет», м. Дніпропетровськ

У статті розглянуті фактори, які впливають на конкурентоспроможність організації, та їх ієрархія. Вивчено методи оцінювання конкурентоспроможності підприємства та їх вплив на склад показників оцінювання. Розкриваються особливості методу оцінювання конкурентоспроможності підприємства, заснованому та теорії ефективної конкуренції. Доведено необхідність врахування галузевої специфіки при використанні даного методу. Виявлено основні методичні та практичні недоліки методу: складність отримання всієї необхідної інформації та відсутність відносного оцінювання з потенційно можливим значенням коефіцієнта. Запропоновано використовувати інформаційно-аналітичну базу підприємств для оцінювання конкурентоспроможності даним методом. Запропоновано показник рівня конкурентоспроможності організації для оцінювання ефективності управлінських рішень з конкурентоспроможності. Зазначено про можливість визначення стратегічного розриву та конкурентної позиції за допомогою рівня конкурентоспроможності організації. Розроблено процес оцінювання конкурентоспроможності організації на основі запропонованого показника рівня конкурентоспроможності організації.

Ключові слова: конкурентоспроможність підприємства, метод, заснований на теорії ефективної конкуренції, рівень конкурентоспроможності, стратегічна прогалина.

Вступ

Конкурентоспроможність підприємства є складною та динамічною економічною категорією, до дослідження, оцінювання та управління якою повинні застосовуватися точні та гнучкі методи, як такі, що найбільш повно дозволяють розкрити сутність та складові конкурентоспроможності і сформулювати ефективні управлінські рішення з її підвищення.

Проблемі конкурентоспроможності присвячено багато робіт зарубіжних і вітчизняних вчених, а саме: Г.Л. Азоева, І. Ансоффа, К. Боумена, Ю.Б. Іванова, М. Портера, Р.А. Фатхутдінова, А.П. Челенкова та ін. Визначення конкурентоспроможності підприємства методом, заснованим на теорії ефективної конкуренції, отримало розвиток у роботах Л.Є. Довгань, В.Д. Немцова, І. Максимової, С.М. Клименка, О.С. Дубрової, Д.О. Барабась, Т.В. Омеляненко, А.В. Вакулєнко. Однак, питання оцінювання показника конкурентоспроможності, який би характеризував ефективність управлінських рішень з конкурентоспроможності, залишилися поза увагою вчених.

Постановка проблеми

Метою статті є формування методичної бази для прийняття управлінських рішень з підвищення конкурентоспроможності підприємства на основі методу її оцінювання, заснованому на теорії ефективної конкуренції.

Результати дослідження

Конкурентоспроможність підприємства як складна та динамічна категорія обумовлена численною кількістю чинників, що мають різну спрямованість у часі та просторі. Зокрема, чинники конкурентоспроможності класифікуються за місцем виникнення, сферою походження, характером, ступенем взаємообумовленості, корисності, роллю у забезпеченні конкурентоспроможності підприємства [3]. Оцінювання конкурентоспроможності повинно ґрунтуватися на врахуванні складу чинників та характеру їх впливу на об'єкт оцінювання. У процесі оцінювання визначається рівень конкурентоспроможності, який і є об'єктом формування подальших управлінських рішень щодо її підвищення.

У системі японського менеджменту дотримуються думки, що конкурентоспроможність

компанії може бути виражена через п'ятирівневу ієрархію факторів (рис. 1) [2].

Згідно з японською моделлю конкурентоспроможності, на першому рівні ієрархії – частка компанії на ринку, яка визначається наступною функцією:

$$\text{Частка} = F(\text{частка в попередній період, } Q, P, S, Z), \quad (1)$$

де Q – порівнювана якість товарів; P – відносна ціна товарів; S – фактор, що враховує просування продукції на ринок; Z – фактор, що враховує потужність збутової мережі компанії.

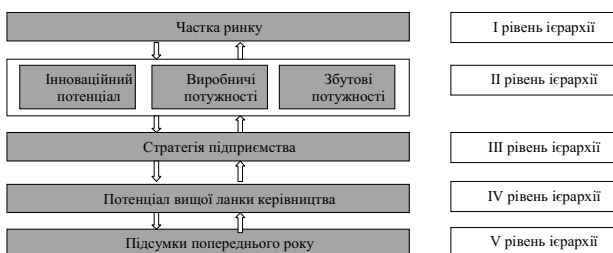


Рис. 1. Ієрархія чинників конкурентоспроможності підприємства [2]

Якість продукції в цій функції відображає дизайн, розміри і рівень власне якості, диференціацію продукції, і сегментацію ринку. На другому рівні цієї ієрархії конкурентоспроможність повинна бути підкріплена трьома найважливішими факторами – здатністю до розвитку, виробничими і збутовими потужностями. На третьому рівні ієрархії – стратегія «продукт–ринок», на четвертому – здатність вищого керівництва ухвалювати такі рішення, які реалізують на практиці три перші фактори конкурентоспроможності компанії. На п'ятому рівні – підсумки функціонування компанії в попередньому періоді, де особливо важливий прибуток як джерело ресурсів боротьби за ринок.

Отже, оцінювання конкурентоспроможності підприємства повинно враховувати динаміку внутрішніх та зовнішніх факторів впливу.

Конкурентоспроможність підприємства визначають показники, які характеризують: конкурентоспроможність продукції; фінансовий стан підприємства; ефективність збуту та просування товарів; ефективність виробництва; імідж підприємства тощо [7]. Конкретний набір показників залежить від методу оцінювання конкурентоспроможності підприємства.

Класифікація методів оцінювання конкурентоспроможності підприємства передбачає їх поділ на окремі групи за певною ознакою. Найчастіше такою ознакою виступає форма надання результатів оцінювання, відповідно до якої виділяють графічні, матричні, розрахункові та комбіновані (розрахунково-матричні, розрахун-

ково-графічні) методи.

Розрахункові методи оцінювання конкурентоспроможності підприємства поділяються на:

- специфічні методи – методи, що дозволяють оцінити конкурентоспроможність підприємства за окремими аспектами його діяльності – виробничим, інноваційним, маркетинговим, фінансовим тощо;

- комплексні методи – методи, що базуються на комплексному підході до оцінювання конкурентоспроможності підприємства [4].

До ключових методів оцінювання конкурентоспроможності підприємства відносяться методи, в основі яких лежить: життєвий цикл товару (послуги); оцінювання конкурентоспроможності одиниці продукції; частка ринку; теорія ефективної конкуренції; конкурентна перевага; метод бенчмаркінгу; споживча вартість тощо. Серед комплексних методів оцінювання одне з визначальних місць займає метод, заснований на теорії ефективної конкуренції.

Згідно з теорією ефективної конкуренції, найбільш конкурентоспроможними є ті підприємства, де найкращим чином організована робота всіх підрозділів та служб. На ефективність діяльності кожної служби впливає багато факторів – ресурсів фірми. Оцінювання ефективності роботи кожного підрозділу передбачає оцінювання ефективності використання цих ресурсів. В основі методу лежить оцінювання чотирьох групових показників чи критеріїв конкурентоспроможності з подальшим розрахунком інтегрального показника [6].

Алгоритм розрахунку коефіцієнта конкурентоспроможності організації передбачає три поступові етапи.

Етап перший. Розрахунок одиничних показників конкурентоспроможності організації та переведення їх у відносні величини (бали).

Для переведення цих показників у відносні величини здійснюється їх порівняння з базовими показниками. В якості базових показників можуть виступати: середньогалузеві показники; показники будь-якої конкуруючої організації-лідера ринку; показники підприємства, яке оцінюється, за минулі відрізки часу.

У цілях переведення показників у відносні величини використовується 15-бальна шкала. При цьому значення «5 балів» надається показнику, який гірший за базовий; «10 балів» – на рівні базового; «15 балів» – значення показника більше за базовий.

Етап другий. Розрахунок критеріїв конкурентоспроможності підприємства за формулами, наведеними вище.

Етап третій. Розрахунок коефіцієнта конкурентоспроможності підприємства [5].

Коефіцієнт конкурентоспроможності

організації за методом, заснованим на теорії ефективної конкуренції, визначається за формулою

$$KKO=0,15 \cdot EP+0,29 \cdot FP+0,23 \cdot EZ+0,33 \cdot KT, \quad (2)$$

де EP – значення критерію ефективності виробничої діяльності; FP – значення критерію фінансового положення підприємства; EZ – значення критерію ефективності організації збуту і просування товару на ринку; KT – значення критерію конкурентоспроможності товару; 0,15; 0,29; 0,23; 0,33 – коефіцієнти вагомості критеріїв.

Таке оцінювання конкурентоспроможності підприємства охоплює всі найбільш важливі оцінювання господарської діяльності підприємства, виключає дублювання окремих показників, дозволяє швидко та ефективно отримати оцінювання стану підприємства на галузевому ринку. Однак, суттєвим недоліком методу є складність отримання всієї необхідної інформації, трудомісткість розрахунків.

Позбутися першого недоліку можливо шляхом формування методики розрахунку групових показників конкурентоспроможності, яка ґрунтується на наявній на підприємстві інформаційно-аналітичній базі та враховує галузеву специфіку їх функціонування та розвитку.

Вибір показників та методу оцінювання конкурентоспроможності підприємства залежить від мети здійснення оцінювання, сфери бізнесу, наявної інформації, рівня управлінського впливу на конкурентоспроможність.

Для виконання розрахунків показників конкурентоспроможності пропонується використовувати результати аналізу господарської і фінансової діяльності підприємства. При цьому додатково розраховуються наступні показники, необхідні для проведення аналізу: коефіцієнт затовареності готовою продукцією, коефіцієнт використання потужностей, коефіцієнт ефективності реклами та засобів стимулювання збуту, конкурентоспроможність продукції (табл. 1).

Конкурентоспроможність продукції торговельного підприємства має наступні особливості оцінювання та аналізу. При її визначенні доцільно оцінювати широту асортименту, рівень якості та ціни. Тому оцінювання конкурентоспроможності продукції торговельного підприємства набуває вигляду оцінювання конкурентоспроможності асортименту продукції.

Сформуємо систему параметрів і визначимо інтегральним методом показник конкурентоспроможності продукції торговельного підприємства (табл. 2). Параметри конкурентоспроможності продукції поділяються на якісні та вартісні. Для асортименту меблевих комплектуючих параметри якості включають параметри призначення, надійності, безпеки, ергономічні, естетичні та екологічні параметри.

Вартісним параметром конкурентоспроможності є ціна продажу продукції. Ціни на продукцію аналізованого підприємства є вищими на 5–10% у порівнянні з цінами пріоритетного конкурента.

Інтегральний показник конкурентоспроможності продукції визначається за формулою

$$K=I_{тп}/I_{еп}, \quad (3)$$

де $I_{тп}$ – індекс технічних параметрів або параметрів якості; $I_{еп}$ – індекс економічних параметрів або параметрів вартості.

Оцінювання конкурентоспроможності продукції за комплексом параметрів, у якому нормативи оцінювання присутні не для всіх показників, відбувається за допомогою бальних оцінок [1]. Використаємо 5-бальну шкалу для оцінювання конкурентоспроможності продукції аналізованого підприємства. При цьому при оцінюванні якісних параметрів, чим вища якість, тим вище оцінювання; при оцінюванні вартісних параметрів – чим вища ціна, тим нижче оцінювання.

Індекс технічних параметрів (параметрів якості) складає:

Таблиця 1

Розрахунок складових конкурентоспроможності підприємства

Найменування показника	Значення		
	2011 р.	2012 р.	2013 р.
Товарна продукція, тис. грн	140297	196618	271881
Реалізована продукція, тис. грн	140277	196521	270380
Залишки товарної продукції, тис. грн	20	97	1501
Коефіцієнт затоварювання готовою продукцією (КЗ), %	0,01	0,05	0,55
Потужності підприємства, кількість замовлень, тис. шт.	20	25	30
Фактична кількість замовлень, тис. шт.	14,794	18,937	20,597
Коефіцієнт використання потужності (КМ), %	73,97	75,75	68,66
Витрати на збут, тис. грн	120	380	520
Приріст прибутку від реалізації, тис. грн	930	2005	1765
Коефіцієнт ефективності реклами та засобів стимулювання збуту (КР)	7,75	5,27	3,39

$$I_{\text{тп}} = 5/5 \cdot 0,15 + 5/5 \cdot 0,05 + 4/5 \cdot 0,1 + 5/5 \cdot 0,15 + 3/5 \cdot 0,2 + 4/5 \cdot 0,15 + 4/5 \cdot 0,1 + 5/3 \cdot 0,15 = 1,0.$$

Індекс економічних параметрів (параметрів вартості) складає:

$$I_{\text{сп}} = 5/3 = 1,67.$$

Інтегральний показник конкурентоспроможності складає:

$$K = 1,0/1,67 = 0,6.$$

Отже, конкурентоспроможність асортименту продукції аналізованого підприємства є нижчою у порівнянні з асортиментом підприємства-конкурента.

Грунтуючись на здійснених оцінюваннях, визначимо конкурентоспроможність аналізованого підприємства (табл. 3).

Виходячи з розрахунків табл. 3, визначимо показник конкурентоспроможності підприємства:

$$KKO = 0,15 \cdot 8,55 + 0,29 \cdot 10,35 + 0,23 \cdot 6,9 + 0,33 \cdot 5 = 7,52 \quad (KKO_{\text{макс}} = 15).$$

Показник конкурентоспроможності підприємства в абсолютному вираженні може використовуватися лише в динаміці для характеристики зміни конкурентоспроможності в результаті впровадження управлінських рішень та впливу факторів, некерованих підприємством.

Можливим шляхом усунення другого недоліку є оцінювання ефективності управлінських рішень з конкурентоспроможності за допомогою порівняння фактичного значення показника конкурентоспроможності організації з максимально можливим та впровадження показника «рівень конкурентоспроможності організації», що дозволить дійти висновків про величину стра-

тегічної прогалини у конкурентоспроможності та визначити якісну характеристику конкурентоспроможності підприємства.

Отже, рівень конкурентоспроможності організації буде визначатися за формулою

$$\text{Рівень ККО} = KKO / KKO_{\text{макс}} \cdot 100. \quad (4)$$

Відповідно до виконаних розрахунків, рівень конкурентоспроможності організації складає:

$$\text{Рівень ККО} = 7,52/15 \cdot 100\% = 50\%.$$

Аналізуючи отримане значення, можна зробити висновок, що рівень конкурентоспроможності за 2012–2013 рр. є незадовільним для підприємства та потребує розробки управлінських рішень щодо її підвищення.

Система управління конкурентоспроможністю аналізованого підприємства відзначається низькою ефективністю використання фінансових і виробничих ресурсів, зниженням продуктивності праці, низьким рівнем конкурентоспроможності продукції, який проявляється у присутності в асортименті продукції низької якості, високих цінах на продукцію та неможливості їх зниження через низьку рентабельність продукції.

Аналіз особливостей методу оцінювання конкурентоспроможності, заснованого на теорії ефективної конкуренції, дозволяє сформулювати процес оцінювання конкурентоспроможності організації як складової прийняття управлінських рішень з конкурентоспроможності (рис. 2).

Запропоновані показники оцінювання конкурентоспроможності організації дозволяють приймати обґрунтовані управлінські рішення та формувати стратегію конкурентоспроможного розвитку організації.

Таблиця 2

Оцінка конкурентоспроможності продукції підприємства інтегральним методом

Параметри конкурентоспроможності	Вага параметра, частка од.	Оцінка аналізованого підприємства	Оцінка підприємства-конкурента
Параметри якості			
Ширина типорозмірного та параметричного ряду	0,15	5	5
Конструктивні показники	0,05	5	5
Функціональна та технічна ефективність	0,1	4	5
Універсальність	0,15	5	5
Довговічність	0,2	3	5
Зовнішній вигляд	0,15	4	5
Раціональність форми	0,1	4	5
Унікальність продукції	0,15	5	3
Параметри вартості			
Ціна продукції		3	5

Особливості оцінювання конкурентоспроможності підприємства методом, заснованим на теорії ефективної конкуренції

Таблиця 3

Визначення конкурентоспроможності підприємства методом, заснованим на теорії ефективної конкуренції

Критерії та показники конкурентоспроможності	Значення		Переведення у відносні величини
	2012	2013	
Показник ефективності виробничої діяльності підприємства $EP=0,31 \cdot 10+0,19 \cdot 5+0,4 \cdot 10+0,1 \cdot 5=8,55$ ($EP_{\text{Макс}}=15$)			
Відносний показник витрат на одиницю продукції (В)	98,0	97,9	10
Відносний показник фондівдачі (Ф)	10,21	7,26	5
Відносний показник рентабельності товару (РТ)	2,05	2,16	10
Відносний показник продуктивності праці (ПП)	1709,7	1438,5	5
Фінансове положення підприємства $FP=0,29 \cdot 5+0,2 \cdot 10+0,36 \cdot 15+0,15 \cdot 10=10,35$ ($FP_{\text{Макс}}=15$)			
Коефіцієнт автономії (КА)	0,12	0,09	5
Коефіцієнт платоспроможності (КП)	0,82	0,83	10
Коефіцієнт абсолютної ліквідності (КЛ)	0,32	0,55	15
Коефіцієнт оборотності оборотних коштів (КО)	5,71	5,44	10
Ефективність організації збуту та просування товару $EZ=0,37 \cdot 10+0,29 \cdot 5+0,21 \cdot 5+0,14 \cdot 5=6,9$ ($EZ_{\text{Макс}}=15$)			
Рентабельність продаж (РП)	2,0	2,11	10
Коефіцієнт затоварювання готовою продукцією (КЗ)	0,05	0,55	5
Коефіцієнт завантаження виробничих потужностей (КМ)	75,75	68,66	5
Коефіцієнт ефективності реклами та засобів стимулювання збуту (КР)	5,27	3,39	5
Конкурентоспроможність товару $KT=5$ ($KT_{\text{Макс}}=15$)			
Інтегральний показник конкурентоспроможності	0,6		5



Рис. 2. Процес прийняття управлінських рішень з підвищення конкурентоспроможності організації (авторська розробка)

Висновки

1. Основними недоліками методу, заснованого на теорії ефективної конкуренції, є складність у формуванні інформаційної бази оцінювання та відсутність оцінювання рівня конкурентоспроможності, що не дозволяє визначити величину стратегічної прогаліни у системі управління конкурентоспроможністю.

2. Інформаційна база оцінювання конкурентоспроможності підприємства методом, заснованим на теорії ефективної конкуренції повинна інтегрувати результати аналізу господар-

ської і фінансової діяльності підприємства, розрахунку додаткових показників оцінювання конкурентоспроможності підприємства, оцінювання конкурентоспроможності продукції.

3. Комплекс показників оцінювання конкурентоспроможності продукції є специфічним для кожної галузі, що вказує на доцільність формування галузевих методик оцінювання конкурентоспроможності підприємства за вказаним методом.

4. Оцінювання конкурентоспроможності підприємства повинне визначати прогаліну між фактичним показником конкурентоспроможності та максимально можливим за наявної шкали оцінювання, що дозволить формувати управлінські рішення різних рівнів для її підвищення.

5. Напрямами подальших досліджень є визначення шкали значень показника рівня конкурентоспроможності організації, що є складовою визначення конкурентної позиції організації та формування відповідно до неї стратегії конкурентоспроможного розвитку.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

- Захарчин Г.М., Лісовська Л.С., Теребух А.А. Забезпечення конкурентоспроможності та розвиток організаційної культури підприємства : сучасна парадигма і прикладний аспект: монографія. – Львів: Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2009. – 440 с.
- Коно Т. Стратегия и структура японских предприятий: пер. с англ. – М.: Прогресс, 1987. – 384 с.
- Кривенко О.В., Сідун П.В. Чинники формування

конкурентоспроможності підприємств та кластерів // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія: Менеджмент та підприємництво в Україні : етапи становлення і проблеми розвитку. – 2011. – № 720. – С.180-188.

4. Лисовенко С.А. Метод комплексного оцінювання конкуренто-спроможності підприємства у виробництві високотехнологічної продукції // Актуальні проблеми економіки. – 2011. – № 10 (124). – С.157-163.

5. Немцов В.Д., Довгань А.Є. Стратегічний менеджмент: навчальний посібник. – К.: Експрес-Поліграф, 2001. – 560 с.

6. Управління конкурентоспроможністю підприємства: навч. посіб. / С.М. Клименко, Дуброва О.С., Барабась Д.О., Омеляненко Т.В., Вакулєнко А.В. – К. : КНЕУ, 2006. – 527 с.

7. Шамоїда О.А. Методичні особливості визначення конкурентоспроможності промислового підприємства // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 1 (91). – С.110-118.

Надійшла до редакції 23.03.2014

Рецензент: д.е.н., проф. А.М. Ткаченко

ОСОБЕННОСТИ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ МЕТОДОМ, ОСНОВАННЫМ НА ТЕОРИИ ЭФФЕКТИВНОЙ КОНКУРЕНЦИИ

Чернышева Е.М., Ивлєв А.А., Безкоровайная Е.П.

В статье рассмотрены факторы, влияющие на конкурентоспособность организации, и их иерархия. Изучены методы оценки конкурентоспособности предприятия и их влияние на состав показателей оценки. Раскрываются особенности метода оценки конкурентоспособности предприятия, основанного на теории эффективной конкуренции. Доказана необходимость учета отраслевой специфики при использовании данного метода. Выявлены основные методические и практические недостатки метода: сложность получения всей необходимой информации и отсутствие относительной оценки с потенциально возможным значением коэффициента. Предложено использовать имеющуюся на предприятии информационно-аналитическую базу при оценке конкурентоспособности данным методом. Предложен показатель уровня конкурентоспособности организации для оценки эффективности управленческих решений по конкурентоспособности. Указано на возможность определения стратегического разрыва и конкурентной позиции с помощью уровня конкурентоспособности организации. Разработан процесс оценки конкурентоспособности организации на основе предложенного показателя уровня конкурентоспособности организации.

Ключевые слова: конкурентоспособность предприятия, метод, основанный на теории эффективной конкуренции, уровень конкурентоспособности, стратегический разрыв.

PECULIARITIES OF COMPETITIVENESS EVALUATION BY METHOD, BASED ON EFFECTIVE COMPETITIVENESS THEORY

Chernysheva E.M., Ivlev A.A., Bezkorovaynaya E.P.

The main influence factors on organization competitiveness and heir hierarchy were examined in the article. The methods of enterprise competitiveness evaluation and their influence on evaluation indexes composition were studied. Peculiarities of competitiveness evaluation by method, based on effective competitiveness theory, were shown. Necessity of branch specific pointing to account at this method using was proved. The main methodic and practice lacks of this method were revealed. They are: difficult receiving of all indispensable information and absence of relative estimation to potential possible level of index. Informational and analytic base of enterprises was offered for competitiveness evaluation by this method. Level of competitiveness index was offered for evaluation of management decisions by competitiveness. The possibility of level of competitiveness index using for determining the strategic distance and the strategic position of firm was signed. Organization competitiveness evaluation process, based on level of competitiveness index, was elaborated.

Keywords: enterprise competitiveness, method, based on effective competitiveness theory, level of competitiveness, strategic distance.