

УДК 338.242.2

Головань Л.О.,
аспірант кафедри економічної кібернетики,
Донецький національний технічний університет, м. Донецьк

МЕТОД РОЗРАХУНКУ ІНТЕГРАЛЬНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

У статті пропонується методика визначення інтегральної конкурентоспроможності підприємства, що дозволяє виключити експертні оцінки в результаті проведення розрахунків, заснованих на доступній інформації про діяльність підприємства, а також запропонована інтерпретація інтегрального показника конкурентоспроможності підприємства.

Ключові слова: конкурентоспроможність, експертні оцінки, інтегральний показник, методика.

МЕТОД РАСЧЕТА ИНТЕГРАЛЬНОЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

В статье предлагается методика определения интегральной конкурентоспособности предприятия, позволяющая исключить экспертные оценки в результате проведения расчетов, основанных на доступной информации о деятельности предприятия, а также предложена интерпретация интегрального показателя конкурентоспособности предприятия.

Ключевые слова: конкурентоспособность, экспертные оценки, интегральный показатель, методика.

METHOD OF CALCULATION OF THE INTEGRAL COMPETITIVENESS ENTERPRISE

The article suggests a method of determining the integral competitiveness of the enterprise, allowing to exclude expert assessments from the calculations based on the available information about the activities of the enterprise. In addition a corresponding interpretation of the integral index of competitiveness of the enterprise.

Keywords: competitiveness, expert assessments, integrated indicator, methodology.

Постановка проблеми. Однією з найважливіших передумов економічного зростання України є стабілізація та зростання виробництва у всіх галузях промисловості та на кожному окремо взятому підприємстві. Однак, при ринковій економіці, на відміну від планової, потрібне зростання не будь-якого виробництва, а лише конкурентоспроможного. Зацікавленість підприємств у результатах своєї діяльності посилює необхідність підвищення конкурентоспроможності продукції, що потребує вдосконалення роботи всіх служб і підрозділів господарюючого суб'єкта. Конкурентоспроможність виступає найважливішим фактором забезпечення безпеки підприємства, тобто його виживання та подальшого ефективного розвитку. Інструментарієм для вирішення стратегічних завдань підвищення конкурентоспроможності може служити комплексний підхід щодо розробки і побудови моделі конкурентоспроможності підприємства. Метою розробки і побудови моделі конкурентоспроможності підприємства є правильне визначення конкурентної стратегії, за

умов конкретної галузі промисловості та характеристик, якими володіє конкретне підприємство. Інструментарієм для розробки і побудови моделі може служити застосування математичного моделювання, що дозволяє виявити особливості функціонування економічного об'єкта, і на основі цього передбачати майбутню поведінку при зміні будь-яких параметрів.

Аналіз останніх досліджень. Проблеми оцінки конкурентоспроможності підприємства глибоко досліджувалися і знайшли відображення в роботах Г.Л. Азоева [1], Р.А. Фатхутдінова [9], С.І. Савчука [7,8] та інших. Одним з центральних завдань у системі заходів підвищення конкурентоспроможності підприємств є аналіз конкурентної ситуації і, зокрема, інтенсивності конкуренції на ринку.

Метою статті є систематизація існуючих методів оцінки конкурентоспроможності підприємства, їх аналіз та розробка підходу до кількісної оцінки інтегрального показника конкурентоспроможності підприємств.

Основні результати дослідження. Сучасна економічна наука пропонує цілий ряд кількісних інструментів такого аналізу, серед яких найбільш відомі показники концентрації виробництва, Херфіндаля-Хіршмана, і деякі інші показники, які оперують в основному ринковими частками конкурентів, рентабельністю продажів та темпами зростання ринку. Серед найбільш відомих методів оцінки конкурентоспроможності слід зазначити наступні:

1. Матричний метод. В основі даного методу - аналіз конкурентоспроможності з урахуванням життєвого циклу товару/послуги. Сутність оцінки полягає в аналізі матриці, побудованої за принципом системи координат: по горизонталі - темпи зростання/скорочення кількості продажів у лінійному масштабі; по вертикалі - відносна частка товару/послуги на ринку. Найбільш конкурентоспроможними вважаються підприємства, які займають значну частку на швидкозростаючому ринку.

2. Метод, що використовує в якості основного підходу оцінку товару/послуги підприємства. Цей метод передбачає, що конкурентоспроможність виробника тим вище, чим вища конкурентоспроможність його продукції.

3. Метод, заснований на теорії ефективної конкуренції. Згідно цієї теорії найбільш конкурентоспроможними є ті підприємства, де найкращим чином організована робота всіх підрозділів та служб. На ефективність діяльності кожної служби впливає багато факторів - ресурсів фірми. Оцінка ефективності роботи кожного з підрозділів передбачає оцінку ефективності використання ними цих ресурсів. В основі методу лежить оцінка чотирьох групових показників або критеріїв конкурентоспроможності: до першої групи входять показники, що характеризують ефективність управління виробничим процесом; у другій групі об'єднані показники, що відображають ефективність управління обіговими коштами; у третю групу включені показники, що дозволяють отримати уявлення про ефективність управління збутом і просуванням товару на ринку засобами реклами і стимулювання; четверту групу складають показники конкурентоспроможності товару: якість товару, сервіс і його ціна. У зв'язку з тим, що кожен з цих показників має різну ступінь важливості для розрахунку коефіцієнта конкурентоспроможності підприємства, експертним шляхом розраховуються коефіцієнти вагомості критеріїв.

При прийнятті управлінських рішень в рамках фундаментального аналізу підприємств досить зручним є показник інтегральної конкурентоспроможності підприємств [3]. Цей

показник також корисний при прийнятті стратегічних рішень керівництвом підприємства. Проблеми застосування інтегрального показника конкурентоспроможності пов'язані з методологічними труднощами його кількісного розрахунку, що приводять до дуже широкого застосування експертних оцінок, в результаті чого адекватність реальності самих результатів розрахунків викликає певні сумніви.

В загальному вигляді цей показник відображується формулою:

$$K = \sum W_i K_i, \quad (1)$$

де K_i — показники конкурентоспроможності окремих сторін діяльності підприємства загальним числом N ,

W_i — вагомість окремих факторів в загальній сумі.

Наприклад, застосувавши цю формулу для коефіцієнта конкурентоспроможності підприємства отримуємо наступний вираз [6]:

$$K_{kn} = 0,15En + 0,29\Phi n + 0,23Ez + 0,33Km$$

де K_{kn} - коефіцієнт конкурентоспроможності підприємства;

En - значення критерію ефективності виробничої діяльності підприємства;

Φn - значення критерію фінансового стану підприємства;

Ez - значення критерію ефективності організації збуту і просування товару на ринку;

Km - значення критерію конкурентоспроможності товару.

Коефіцієнти 0,15; 0,29; 0,23; 0,33 визначені експертно, способом послідовних порівнянь [6].

Різні автори в залежності від галузі досліджень і, виходячи зі своїх наукових поглядів, обґрунтовують різні групи факторів, які необхідно включати в сукупний (інтегральний, груповий) показник. Крім того, пропонуються різні способи здійснення експертних оцінок, а часто просто вказується, що «вагові коефіцієнти визначаються експертно».

У статті пропонується методика визначення інтегральної конкурентоспроможності підприємства, що дозволяє виключити експертні оцінки в результаті проведення розрахунків, заснованих на доступній інформації про діяльність підприємства. Насамперед, зазначимо, що всякий обчислюваний показник роботи підприємства є показником, що характеризує його потенціал, який може з тих чи інших причин не реалізовуватися. Виявлений результат роботи підприємства, який піддається спостереженню і вимірюванню, є фактичним його результатом. З урахуванням цього зауваження обчислений тим або іншим способом показник конкурентоспроможності підприємства характеризує його потенціал конкурентоспроможності. А фактична конкурентоспроможність підприємства виявляється тільки на ринку.

Всю сукупність факторів, що впливають на підприємства і тим самим на їх конкурентоспроможність, можна розділити на три групи:

- цілі, які ставить перед собою підприємство;
- ресурси, якими володіє підприємство;
- фактори зовнішнього середовища прямого і непрямого впливу на підприємство.

У загальному випадку вплив цих трьох груп чинників на конкурентоспроможність підприємства дуже складний і навряд чи зводиться до їх лінійної комбінації. Тому інтегральну конкурентоспроможність підприємства представимо у вигляді деякої функції трьох груп змінних:

$$K = K(\{K_{ri}, i = 1, \dots, N_r\}, \{W_i, i = 1, \dots, N_r\}, \{F_i, i = 1, \dots, N_f\}) \quad (2)$$

де K - показник інтегральної конкурентоспроможності підприємства;

Kri - це конкурентоспроможність окремих ресурсів підприємства загальним числом Nr ;

Wi - вагові коефіцієнти загальним числом Nr ;

Fi - кількість факторів зовнішнього середовища загальним числом Nf .

Обговоримо детальніше зв'язок цих трьох груп змінних з трьома групами факторів, що впливають на підприємство. Конкурентоспроможність як показник, що характеризує конкретне підприємство і дозволяє зіставляти його з іншими підприємствами, очевидно, перш за все, визначається ресурсами, якими підприємство володіє. При цьому під ресурсами підприємства розуміємо не тільки капітал у фінансовій та матеріальній формі, але і персонал, і якість управління.

Кожен ресурс підприємства, визначений таким чином, може бути оцінений з точки зору конкурентоспроможності у вигляді числа Kri . Якщо предметом порівняння за рівнем інтегральної конкурентоспроможності є підприємства, що знаходяться в різних зовнішніх умовах, то це, безумовно, позначається на результуючій інтегральній конкурентоспроможності. Таким чином, показник інтегральної конкурентоспроможності підприємства повинен враховувати фактори зовнішнього середовища $\{F_i, i = 1, \dots, N_f\}$

Якщо абстрагуватися від умов зовнішнього середовища і враховувати тільки внутрішні ресурси підприємства, то інтегральна конкурентоспроможність буде виражатися у вигляді:

$$K = K(\{K_{ri}, i = 1, \dots, N_r\}, \{W_i, i = 1, \dots, N_r\}) \quad (3)$$

Показник, який є згідно з формулою (2) показником інтегральної конкурентоспроможності підприємства, що враховує дію факторів зовнішнього середовища, будемо називати показником зовнішньої інтегральної конкурентоспроможності підприємства. Навпаки, показник, який визначається за формулою (3) і враховує тільки ресурси самого підприємства, тобто тільки внутрішні фактори, логічно називати показником внутрішньої інтегральної конкурентоспроможності підприємства. Очевидно, що в умовах дії на підприємства однакових факторів зовнішнього середовища показники їх зовнішньої і внутрішньої інтегральної конкурентоспроможності будуть розраховуватися однаково та визначатися виразом (3). Саме цей випадок матимемо на увазі в ході подальшого обговорення проблеми вибору виду функції (Kri, Wi) за формулою (3) і об'єктивної оцінки вагомості окремих факторів Wi в ній.

Для розуміння можливих шляхів вирішення цієї проблеми опишемо можливі ситуації застосування інтегрального показника конкурентоспроможності. Якщо оцінені показники конкурентоспроможності підприємства за окремими ресурсів Ri і відомі їх ваги Wi і вид взаємозв'язку в інтегральному показнику, ми можемо розрахувати інтегральний показник конкурентоспроможності для конкретного підприємства.

З позиції особи, що приймає рішення щодо конкретного підприємства, їй необхідно провести порівняння показника для даного підприємства з показниками для інших підприємств. Таке завдання може стояти і перед вищим керівництвом самого підприємства, з погляду внутрішнього управління; або перед зовнішнім інвестором, котрий обирає між різними підприємствами, як між об'єктами можливих інвестиційних рішень.

Таким чином, при прийнятті рішення щодо вибору з декількох альтернатив необхідно розрахувати показники інтегральної конкурентоспроможності для відповідних підприємств, а для цього для кожного підприємства необхідно визначити показники

конкурентоспроможності окремих ресурсів $K1, K2, KNr$ для Nr ресурсів. Тут виникає питання, якими значеннями ваг Wi необхідно користуватися при даних розрахунках. Очевидно, що значення Wi залежать від цілей і стратегії підприємства. Тим самим якщо всі ці підприємства мають однакові стратегії, то ми можемо застосовувати для них однакову систему ваг $\{W_i, i = 1, \dots, Nr\}$.

Однак, крім того, що система ваг факторів Wi повинна бути однаковою для підприємств, що знаходяться в одних і тих же зовнішніх умов, зроблений нами висновок ще не вирішує завдання об'єктивної оцінки конкретних значень цих ваг у виразі (3).

Частка на ринку, займана підприємством в даний момент, як результат попередньої конкурентної боротьби, корелює з конкурентоспроможністю підприємства, яку воно мало в попередній період. Також показником результативності підприємства, що відображає його сьогоднішню конкурентоспроможність, є, очевидно, відносна динаміка зміни його частки на ринку. В силу того, що результат конкурентоспроможності підприємства виражається двома величинами - часткою ринку і темпами її зміни, то і чисельне значення показника інтегральної конкурентоспроможності не може виражатися одним числом, а має виражатися двома числами.

Звідси впливає інтерпретація інтегральної конкурентоспроможності. Інтегральна конкурентоспроможність підприємства по відношенню до інших підприємств - це його здатність займати певну частку ринку продукції і здатність збільшувати/зменшувати цю частку. Це проявлена реальна інтегральна конкурентоспроможність підприємства - на відміну від потенційної конкурентоспроможності. Очевидно, що при зменшенні частки ринку ми також можемо говорити про інтегральну конкурентоспроможність, тільки характеризувати її в якісному відношенні необхідно як низьку інтегральну конкурентоспроможність. З цього визначення впливає формулювання для чисельної характеристики інтегральної конкурентоспроможності.

Показник інтегральної конкурентоспроможності підприємства - це пара чисел (D, T) , де D - частка продукції підприємства в сукупних продажах всіх порівнюваних підприємств, а T - темп зростання/зменшення частки підприємства в сукупних продажах. У світлі цього визначення інтегральна конкурентоспроможність, що виражається формулою (1), потребує перегляду. Насамперед, зазначимо, що повинно бути два вирази для двох показників інтегральної конкурентоспроможності - D і T . Крім того, на ці результуючі числа впливають різні ресурси. Так, наприклад, сьогоднішня величина виробничих потужностей підприємства впливає, очевидно, на частку ринку, займану ним, і мало пов'язана зі зростанням частки ринку. У той же час сьогоднішній стан рівня управління, очевидно, мало пов'язаний з існуючою часткою ринку, досягнутої за рахунок попереднього рівня управління, але визначає сьогоднішні темпи зростання/спаду частки ринку.

Тож всю сукупність внутрішніх ресурсів $(Ri, i = 1, \dots, Nr)$ необхідно розділити на дві групи:

$(Ri, i = 1, \dots, Nr)$ - ресурси, що впливають на досягнуту частку ринку, яку займає підприємство;

$(Ri, i = Nr + 1, \dots, Nr)$ - ресурси, що впливають на темпи зростання/зменшення частки ринку підприємства.

Виходячи з цього поділу ресурсів і визначення інтегральної конкурентоспроможності підприємства як пари чисел (D, T) вираз (3) розпадається на два вирази:

$$D = K\delta(\{Kri, i = 1, \dots, N'r\}, \{Wi, i = 1, \dots, N'r\}), \quad (4)$$

$$T = Km(\{Kri, i = N'r + 1, \dots, Nr\}, \{Wi, i = N'r + 1, \dots, Nr\}). \quad (5)$$

Якщо підприємство вже присутнє на даному ринку, то про нього відомі показники його інтегральної конкурентоспроможності: Di, Ti . А за відомою інформації про внутрішні ресурси підприємства можна оцінити його конкурентоспроможність [5, 6]. Тут невідомими є тільки вагові коефіцієнти Wi . В цьому випадку ми можемо поставити регресійне завдання підбору значень Wi , так щоб обчислені пари значень (D, T) за формулами (4) і (5) максимально близько відповідали значенням, що спостерігаються (Di, Ti) . Звичайно, при цьому значення інтегральної конкурентоспроможності що спостерігаються має бути на порядок більше значень, які пояснюються. Тим самим пропонується алгоритм визначення вагових коефіцієнтів показника інтегральної конкурентоспроможності підприємств (рис. 1).



Рис. 1. Алгоритм визначення вагових коефіцієнтів показника інтегральної конкурентоспроможності підприємств

Джерело: авторська розробка

Знаючи вагові коефіцієнти W_i , можна розрахувати показник інтегральної конкурентоспроможності для підприємств, які не присутні у даний момент на цільовому ринку, але планується їх проникнення. Такий розрахунок допоможе на етапі планування проникнення на цільовий сегмент ринку оцінити потенційні позиції підприємства. Він корисний для вищого менеджменту підприємства при плануванні проникнення на новий сегмент. Ця інформація корисна для потенційних інвесторів при визначенні перспектив підприємства на початковому етапі його проникнення на новий сегмент, коли конкурентні позиції ще не проявилися. Знання вагових коефіцієнтів означає знання вагомості різних внутрішніх ресурсів у формуванні конкурентної позиції. Ця інформація важлива для вищого менеджменту та власників підприємства при прийнятті ними управлінських рішень.

Висновки. В статті систематизовано методи оцінки конкурентоспроможності підприємства. Запропоновано визначення інтегральної конкурентоспроможності підприємства як двох чисел: частки ринку, займаної підприємством, і темпів росту частки ринку та запропоновано методика визначення інтегральної конкурентоспроможності підприємства, що дозволяє замінити експертну оцінку ваги окремих факторів їх кількісним розрахунком на основі інформації про результати діяльності підприємств однієї галузевої групи, діючих у схожих умовах маркетингового середовища. Об'єктивна оцінка вагових коефіцієнтів і подання інтегральної конкурентоспроможності дозволяє впевнено говорити про відносну вагомість окремих факторів конкурентоспроможності в загальному успіху підприємства і дає можливість докладати зусилля в окремих напрямках діяльності підприємства пропорційно їх вагомості.

1. Азоев Г.Л. *Конкуренция: анализ, стратегия и практика* / Г.Л. Азоев. – М.: Центр экономики и маркетинга, 1996. – 208 с.

2. Бондаренко С.П. *Про механізм формування конкурентоспроможності продукції промислового підприємства* / С. Бондаренко, В. Бокій // *Економіка підприємств*. – 2001. – № 9. – С. 58-59.

3. Зиннуров У.Г., Ильясова Л.Р. *Проблемы оценки конкурентоспособности товаропроизводителей* / У.Г. Зиннуров, Л.Р. Ильясова // *Экономика и управление (Уфа)*. – 1997. – № 4. – С. 47-52.

4. Ламбен Ж.-Ж. *Стратегический маркетинг* / Ж.-Ж. Ламбен. – СПб.: Наука, 1996. – 243 с.

5. Калмийцев С.А. *Маркетинг и конкурентоспособность полиграфической продукции* / С.А. Калмийцев. – *Маркетинг*. – 1997. – № 3. – С. 30-36.

6. Максимов И.С. *Оценка конкурентоспособности промышленного предприятия* / И.С. Максимов // *Маркетинг*. – 1996. – № 3. – С. 33-39.

7. Савчук С.И. *Основы теории конкурентоспособности* / С.И. Савчук. – Мариуполь: ИПРЭИ НАН Украины, Рената, 2007. – 520 с.

8. Савчук С.И. *Дифференциальный и интегральный подходы к построению оценок конкурентоспособности* / С.И. Савчук // «Наука і освіта» 2004 : VII міжнародна науково-практична конференція, 10-25 лютого 2004 : тези доповідей. – Дніпропетровськ, 2004. – Т. 15. *Маркетинг та менеджмент*. – С. 42-44.

9. Фатхутдинов Р. А. *Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент* / Р.А. Фатхутдинов – М.: Маркетинг, 2002. – 892 с.