

ДО ПИТАННЯ ПРО ІНСТРУМЕНТАРІЙ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Савченко Т.В. До питання про інструментарій системи управління конкурентоспроможністю підприємства. У статті проаналізовано методики оцінювання конкурентоспроможності підприємства та сформульовано основні положення методики комплексного оцінювання конкурентоспроможності підприємства.

Савченко Т.В. К вопросу об инструментарии системы управления конкурентоспособностью предприятия. В статье проанализированы методики оценки конкурентоспособности предприятия и сформулированы основные положения методики комплексной оценки конкурентоспособности предприятия.

Savchenko T.V. On the question of tools of the enterprises competitiveness management. In the article the methods of evaluation of enterprise competitiveness are analyzed and the main provisions of methods of complex evaluation of enterprise competitiveness are formulated.

Актуальність проблеми. В умовах ринкової економіки перед підприємствами постає проблема чіткого усвідомлення рівня власної конкурентоспроможності. Це завдання виявляється достатньо складним у зв'язку з постійними змінами конкурентного середовища. Ускладнює поставлене завдання також наявність безлічі методик визначення конкурентоспроможності підприємства та не адаптованості їх під вимоги підприємства конкретної галузі. Чисельні методики, що існують, потребують ретельного аналізу та надання певних рекомендацій щодо їх застосування підприємством за конкретних обставин.

Аналіз останніх наукових досліджень. Проблема конкурентоспроможності підприємства є ключовою, у забезпеченні його функціональності та розвитку в сучасних умовах ускладненого конкурентного простору. Цією проблемою займаються як іноземні вчені: М. Портер, І. Ансофф, Е. Чемберлін, О. Ейснер, Й. Шумпетер, Дж. Траут, Г. Азоєв, П. Зав'ялов, Р. Фатхутдінов, А. Юданов; та вітчизняні науковці: Л. Балабанова, Л. Соколова, І. Сіваченко, Ю. Козак, В. Холод, Р. Мажинський, Л. Варава, А. Темченко, С. Максимов. Але окремі аспекти цієї проблеми досліджено недостатньо. У науковій літературі немає єдиного усталеного визначення терміна «конкурентоспроможність». Наведемо деякі визначення конкурентоспроможності:

Портер М. стверджує, що в економічній науці немає універсального визначення поняття конкурентоспроможності для всіх суб'єктів і об'єктів [7]

За Ожеговим С.І., конкурентоспроможність – це здатність витримати конкуренцію, протистояння конкурентам [1]

Гельвановський А.М. стверджує, що конкурентоспроможність – це володіння властивостями, що створюють переваги для суб'єкта економічного змагання [1]

Петров В. зауважує, що конкурентоспроможність є багатогранною економічною категорією, що має кілька рівнів товару, товаровиробника, галузі, країни [1].

Наведені визначення свідчать про потребу додаткового дослідження і формування визначення терміна «конкурентоспроможність» для різної специфіки конкурентних галузей.

Що ж стосується саме методик визначення конкурентоспроможності підприємства, то вони мають також різноплановий характер: методики, що базуються на оцінюванні кількісних або якісних критеріїв оцінювання діяльності підприємств; методики засновані на визначенні конкурентних переваг підприємства; методи, в основі яких лежить оцінка ефективності діяльності всіх підрозділів підприємства; методи, за якими конкурентоспроможність підприємства визначається на підставі ринкової частки підприємства та інші.

Відтак, проблема конкурентоспроможності постає як комплексна й будь-яке обмеження при її оцінці та аналізі не може бути визнаним методологічно обґрунтованим. За таких умов стає очевидним необхідність більш глибокого дослідження, беручи до уваги не лише названі ознаки, але й розглядаючи конкурентоспроможність як процес, який відбувається під впливом цілої сукупності факторів, врахування яких здатне повніше виявити зміст завдань із розв'язання існуючих тут проблем. Складові системи конкурентоспроможності і методика її оцінювання повинні бути адаптовані під вимоги підприємства конкретної галузі, враховуючи значимість окремих складових ринкових умовах господарювання.

Метою статті є проаналізувати та з'ясувати переваги та недоліки існуючих методик оцінювання конкурентоспроможності підприємств, сформулювати основні положення та вимоги, які необхідно враховувати при оцінці конкурентоспроможності підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Розглянемо існуючі методики оцінки конкурентоспроможності підприємства.

У країнах з розвинутою ринковою економікою для оцінки конкурентоспроможності організації використовують два найбільш відомих методи: матричний та індикаторний.

При матричному підході оцінка конкурентоспроможності здійснюється за допомогою різноманітних матриць, які мають два будь-яких параметри.

Матричні методи оцінювання конкурентоспроможності фірм ґрунтуються на розгляді процесів конкуренції в динаміці. Теоретичною базою цих методів є концепція життєвого циклу товару та технології. Згідно з цією концепцією

будь-який товар чи технологія з моменту появи на ринку й до зникнення проходить певні стадії життєвого циклу, який охоплює етапи впровадження, зростання, насичення і спаду. На кожному етапі виробник може реалізувати товар чи продукт цієї технології в тих чи інших масштабах, що об'єктивно позначається на частці ринку та динаміці продажу. До матричних методів належить і SWOT-аналіз (за першими буквами: сила, сильні сторони; слабкість, слабкі сторони; можливість). Ціль - виявлення приваблюючих напрямків маркетингових зусиль, за допомогою яких можна досягти конкурентних переваг та уникнути загроз, які загрожують фірмі [6].

Актуальність цього методу для визначення конкурентних переваг підкреслює у своїх роботах і Куденко Н. В. [4].

Основним недоліком матричних методів є обмеження при виборі кількості параметрів, що оцінюються.

При порівнянні конкурентних позицій фірм галузі Міщенко А.П. пропонує використовувати концепцію стратегічних груп [5]. Класифікація фірм за стратегічними групами виробляється на основі складання карти стратегічних груп. Цей аналітичний підхід пов'язує аналіз галузі в цілому й оцінку стану кожної фірми окремо. Він особливо ефективний у тому випадку, коли в галузі діє так багато конкурентів, що вивчити кожного з них немає змоги.

Дещо інші критерії оцінки конкурентної позиції компанії розкриває у своїй роботі Герасимчук В.Г.[2]. Основу оцінювання складають дві групи критеріїв: конкурентна позиція та довгострокова привабливість галузі. Запропоновані автором критерії оцінки конкурентної позиції компанії є досить повними, але не враховують стратегічного характеру управління конкурентоспроможністю підприємства.

Індикаторний метод є більш популярним для оцінки конкурентоспроможності підприємства. В його основі лежить система індикаторів, за допомогою яких здійснюється оцінка. Під індикаторами розуміється сукупність характеристик, які дозволяють у формалізованому вигляді відобразити стан параметрів будь якого об'єкта. Кожний індикатор у свою чергу розподіляється на декілька показників, які відображають стан окремих елементів об'єкта дослідження. Недоліком індикаторного методу є те, що він базується на експертній системі оцінювання, а отже є досить суб'єктивним.

Фатхутдінов Р.А. підкреслює, що при здійсненні оцінки конкурентоспроможності підприємства слід відрізнити підходи для стратегічного й тактичного маркетингу [8]. На стадії стратегічного маркетингу розробляються нормативи конкурентоспроможності на довгостроковий період, а на стадії тактичного маркетингу виконуються роботи з реалізації на практиці стратегічних нормативів конкурентоспроможності фірми.

Для здійснення кількісної оцінки конкурентоспроможності підприємства Фатхутдіновим Р. А. пропонується така формула [8]:

$$K = \sum_{i=1}^n a_i b_i \cdot K_{ij} \Rightarrow 1 \quad (1)$$

де a_i - питома вага i -го товару підприємства в обсязі продажу за аналізований період, долі одиниці, $i = 1, 2, \dots, n$;

b_i - показник значимості ринку, на якому реалізується товар підприємства (для розвинутих країн - США, Японія, країни ЄС значимість ринку дорівнюється 1, для країн СНД - 0,5, для інших країн - 0,7);

K_{ij} - конкурентоспроможність i -го товару на j -му ринку. За допомогою цієї методики можна визначати конкурентоспроможність підприємства у статистиці з урахуванням вагомості товарів і ринків, на яких вони реалізуються.

Запропонований ним метод кількісного оцінювання не враховує факторів, що формують систему конкурентоспроможності підприємства.

Соколова Л. В. вважає, що для оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства слід використовувати аналітичний і графічний методи [10].

Автором виділяються п'ять основних факторів конкурентоспроможності підприємства: товар; становище підприємства на ринку; збут; просування товару; виробництво.

За допомогою експертних оцінок і коефіцієнта кожного фактора розраховується (перемножуються експертна оцінка й коефіцієнт) інтегрований факторний показник. Далі будується багатокутник конкурентоспроможності. Підприємству, яке має найбільший рівень конкурентоспроможності, буде відповідати багатокутник з максимальною площею. Якщо провести осі, на яких відображаються рівні значень кожного із факторів під рівними між собою кутами, то досить легко розрахувати площу кожного багатокутника за формулою:

$$S_i = 0.5 \sin \frac{360^\circ}{n} (a_{ij} \cdot a_{nj} + \sum a_{ij} \cdot a_{i+1j}), \quad (2)$$

де a_{ij} - значення i -го інтегрованого факторного показника по i -му підприємству; n - кількість факторів конкурентоспроможності, які аналізуються.

Подібний підхід пропонує використовувати Зав'ялов П.С. і Кривенко Г.В. [9]. Зав'ялов П.С. в якості критеріїв конкурентоспроможності використовує: якість, ціни, фінанси, збут, сервіс, зовнішню економічну політику, концепції. У Кривенко Г.В. основними критеріями оцінки конкурентоспроможності торговельних підприємств є маркетинговий аспект, інформаційний аспект, управлінський аспект, економічний аспект, фінансовий і технологічний аспекти.

Основна перевага цього методу - наочність графічної інтерпретації. Використання комп'ютерних технологій усуває незручності та труднощі розрахунків, але знову ж таки має місце суб'єктивність експертних оцінок.

Іншим методом оцінювання конкурентоспроможності підприємства є метод інтегральної оцінки. Інтегральний показник рівня конкурентоспроможності підприємства містить два елементи: критерій, що показує ступінь задоволення потреб споживача, і критерій ефективності виробництва. Основним недоліком цього методу можна вважати те, що він базується на системі бального оцінювання факторів конкурентоспроможності

фірми, який не розрахований на порівняння конкретних кількісних показників і не містить системи адаптування чи переведення кількісних показників у якісні (рейтингові).

Використання методики бенчмаркінгового аналізу конкурентного рейтингу підприємств на основі концептуальної моделі стратегічного аналізу «5А», яка охоплює такі елементи: арена, перевага, доступ, активність, адаптування, Балабанова Л.В. рекомендує визначення конкурентної оцінки стратегічної активності підприємств і їх конкурентного рейтингу на основі узагальнення результатів аналізу престижного, ділового та споживчого рейтингу [1].

Метод порівняння, за якого фактичні показники порівнюються з тими, що прогножуються, а також із середніми даними, планом, найкращими здобутками. У такий спосіб визначається зазвичай ринкова ситуація та конкурентоздатність товару. Метод найбільш розповсюджений, оскільки дає можливість порівняти явища, визначити в них спільне й індивідуальне, всебічно оцінити структуру кожного, а також зміни, що відбуваються в них. Саме через метод порівняння лежить шлях до своєчасного визначення ступеня ризику для подальшого планування та розробки маркетингової стратегії підприємства. Найголовніший недолік методу - обмеженість отримання достовірної та повної інформації, типовий ризик будь-якого порівняння.

Доцільним вважається також застосування економіко-статистичних методів аналізу та моделей прогнозування (індексний, графічний, метод групувань), якими визначаються структурні показники через обробку та вивчення динамічних рядів.

Широке використання математичних методів відчутно підвищує ефективність маркетингового аналізу. Це досягається за рахунок скорочення термінів проведення аналізу, повнішого охоплення впливу факторів на результати комерційної діяльності, заміни неточних або спрощених розрахунків точними, постановки й вирішення нових багатомірних вимог аналізу, які практично неможливо виконати традиційними методами.

Застосування економетричної моделі для оцінки конкурентоспроможності підприємства у своїх роботах пропонує Гальчинський В.[9].

За основу застосовується лінійна багатофакторна модель, яка має такий вигляд:

$$K_m = a_0 + a_1 \cdot \hat{I}\hat{A} + a_2 \cdot I_{oe} + a_3 \cdot \hat{I}\hat{A} \quad (3)$$

де: K_m – конкурентоспроможність машинобудування;

PB – коефіцієнт промислового виробництва;

I_{ok} – коефіцієнт інвестування в основний капітал;

ND – коефіцієнт науково-технічної діяльності;

a_0, a_1, a_2, a_3 – коригуючі коефіцієнти економетричної моделі.

Підводячи підсумок аналізу методів оцінки конкурентоспроможності підприємства, необхідно зазначити, що пріоритетне значення мають методики оцінки зведеного рівня конкурентоспроможності, основою якого є

систематизований набір показників, що характеризуються за допомогою експертних оцінок.

Але для отримання узагальнюючого результату за рівнем конкурентоспроможності підприємства необхідне застосування кількісної методики її обчислення.

Для оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства запропонуємо методику комплексного оцінювання конкурентоспроможності підприємств на основі систем стратегічного вимірювання.

Особливістю застосування систем стратегічного вимірювання для оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства є використання у розрахунках суми нормалізованих зважених оцінок (використовується десятибальна шкала), що являє собою оцінку результатів, досягнутих компанією за відповідним фактором. А саме нормалізація показників дозволяє порівнювати показники за кожним із факторів, що мають різні одиниці вимірюванням.

Таким чином, використання запропонованої методики оцінювання дозволить підвищити об'єктивність розрахунків рівня конкурентоспроможності підприємства.

Висновки.

1. Існуючі методики оцінювання конкурентоспроможності підприємства досить багатогранні, але найчастіше спираються або лише на якісні (рейтингові), чи кількісні (окремі показники різних сфер діяльності підприємства) показники.

2. Використання методики комплексного оцінювання конкурентоспроможності підприємств на основі систем стратегічного вимірювання сприятиме підвищенню об'єктивності процесу визначення рівня конкурентоспроможності підприємства.

3. Для отримання реальних результатів при визначення рівня конкурентоспроможності підприємства необхідна розробка такої системи конкурентоспроможності підприємства та методики її оцінювання, яка б враховувала специфіку діяльності підприємства, умови гри на ринку та дозволяла б розглядати отримані результати в динаміці.

Таким чином, напрямком подальших досліджень постає розробка комплексної методики оцінювання конкурентоспроможності підприємств, яка б поєднувала в своїй системі оцінювання як якісні так і кількісні показники, а також дозволяла визначати не лише рівень конкурентоспроможності у момент дослідження, а з'ясовувати довгострокові перспективи підприємства.

Список літератури

1. Балабанова Л.В., Холод В.В. Стратегічне маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємства. Навчальний посібник. - К.: ВД «Професіонал», 2006.

2. Герасимчук В. Г. Стратегічне управління підприємством. Графічне моделювання: Навч. посібник. – К.: КНЕУ, 2000.

3. Завьялов П. С. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицях: Учебное пособие. – М.: Инфра – М, 2000.

4. Куденко Н. В. Стратегічний маркетинг: Навч. посібник. – К.: КНЕУ.
5. Міщенко А. П. Стратегічне управління: Навч. посіб. – Київ: «Центр навчальної літератури», 2004.
6. Пилипчук В. П., Оснач О. Ф., Коваленко Л. П. Промисловий маркетинг. Навч. посібник. – Київ: Центр навчальної літератури, 2005.
7. Портер М. Стратегія конкуренції. - К.: Основи, 1997.
8. Фатхутдинов Р. А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление. – М.:ИНФРА – М. – 2000.
9. Гальчинський В. Методичні підходи щодо визначення конкурентоспроможності машинобудівної галузі України. // Маркетинг в Україні. – 2006. - №4. – с. 51 – 57.
10. Соколова Л. В. Конкурентоспособность предприятия и критерии ее оценки, <http://e2000.kyiv.org/biblioteka/index.shtml>.

Ключові слова: конкурентоспроможність, критерії конкурентоспроможності, методики оцінювання конкурентоспроможності.

Ключевые слова: конкурентоспособность, критерии конкурентоспособности, методики оценивания конкурентоспособности.

Keywords: competitiveness, competitiveness of the criteria, methodology for assessing competitiveness.

Надійшла до редакції 31.12.2011р.