

*Наталія Мозгова, к.е.н., доцент
Людмила Чернишова, к.е.н., доцент
Державний економічний університет
м. Одеса, Україна*

ОЦІНКА КОНКУРЕНТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ЯК СКЛАДОВОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

На сучасному етапі суспільного розвитку загальноприйнятих організаційно – економічних механізмів управління конкурентоспроможністю підприємства немає. Однією з причин є ототожнення управління конкурентоспроможності підприємства з управлінням конкурентоспроможністю продукції, що з методологічної точки зору не зовсім вірно.

Питання оцінки та аналізу конкурентоспроможності продукції розглядають Кіндрацька Т.І., Білик М.С., Загородній А.Г. [1, с. 267-269], аналіз поведінки підприємств конкурентів розглянутий Мошенським С.З., Олійником О.В. у [2, с. 602 -608] , питання стратегічного аналізу конкурентних позицій підприємства на ринку викладені Гордієнко П.Л. в [3, с.158-185], Мних Є.В. пропонує конкурентні переваги різних видів продукції визначати пораметральними зведеними показниками їх технічних , маркетингових та економічних характеристик [4. с.138]. Савицька Г.В. у [5, с 92-95] розглядає методику аналізу конкурентоспроможності продукції, що базується на розрахунках одиничних і групових параметрів та інтегрального показника.

Більш об'єктивним є дослідження конкурентоспроможності підприємства як узагальнюючого показника конкурентоспроможності продукції і конкурентного потенціалу.

Конкурентний потенціал підприємства характеризує його діяльність з точки зору наявності внутрішніх і зовнішніх конкурентних переваг, що дозволяють підприємству забезпечувати створення конкурентоздатних товарів. Конкурентний потенціал підприємства пов'язує чотири сфери діяльності : маркетинг, фінанси, внутрішні процеси, розвиток.

Система оцінки конкурентного потенціалу підприємства складається з чотирьох груп показників, які всесторонньо охоплюють діяльність підприємства: маркетингові показники характеризують ринкову позицію підприємства; фінансові – відображають ефективність діяльності з точки зору віддачі на вкладений капітал. До таких відносяться показники рівня продажів, рентабельності, фінансової стійкості, платоспроможності, ділової активності (обсяг продажу; зростання обсягу продажу; чистий прибуток; рентабельність; капіталізація; витрати на гривню продажу; коефіцієнт загальної ліквідності; коефіцієнт автономії; коефіцієнт забезпечення власними оборотними засобами).

Показники внутрішніх процесів характеризують ефективність організації бізнес процесів підприємства: технологія, виробництво, системи якості. До них відносять: продуктивність праці; фондовіддача; матеріаломісткість продукції; коефіцієнт зносу основних засобів; загрузка виробничих потужностей; рівень реклаमाцій.

Інноваційно- інвестиційні процеси, систему управління персоналом, соціальний розвиток організації (відношення інвестиційних вкладень до виручки від продажу; освоєння нової продукції; рівень заробітної плати; коефіцієнт випередження продуктивності праці над зростанням середньої заробітної плати; питома вага робітників з вищою освітою; підвищення кваліфікації; коефіцієнт плинності кадрів; середній вік персоналу) характеризують показники розвитку.

Побудова інтегрального показника конкурентного потенціалу повинна базуватися на моделюванні. Методи моделювання, хоча і й визнаються перспективними щодо дослідження потенціалу, проте не є досить поширеними як на теоретичному, так і на практичному рівнях. Як правило, вони застосовуються для оцінки структурних змін у потенціалі підприємства, його достатності для реалізації цілей, моделювання системи чинників, що зумовлюють той чи інший стан потенціалу. Крім екстраполяційного характеру більшості моделей, слід зазначити, що вони не забезпечують відображення умови гнучкості потенціалу і врахування його якісних складових (перш за все організаційних здібностей та компетенції). Закладені в математичні моделі чинники можуть змінюватися протягом часу, тим самим отримані на їх основі оцінки потенціалу будуть менш об'єктивними. Отже, вимоги часової та об'єктної відповідності певною мірою обмежують сферу використання існуючих моделей. Між тим, як метод дослідження параметрів змін у потенціалі та його структурі на рівні підприємства або їх однорідної вибіркової сукупності математичне моделювання може бути корисним.

У загальному вигляді модель повинна надавати уявлення про об'єкт або систему в певній формі, що відрізняється від форми їх реального існування за рахунок нівелювання впливу найменш суттєвих чинників. Основними вимогами моделювання є цілеспрямованість, адекватність, повнота врахування всіх суттєвих чинників, гнучкість і універсальність.

Ми пропонуємо методику оцінки конкурентного потенціалу, яка включає наступні етапи: багатомірне упорядкування сукупності підприємств за системою показників потенціалу; відокремлення однорідних груп підприємств; моделювання внутрішніх зв'язків між показниками потенціалу методом головних компонентів; дослідження типів конкурентного потенціалу.

Оцінки однорідності багатомірних даних є складною задачею для вирішення якої в теперішній час немає достатньо чіткого теоретичного об-

грунтування. Пропонуємо використовувати метод кластер – аналізу, який дозволяє відокремити підсукупність підприємств, які відрізняються порівняно високою ступінню однорідності показників, які описують їх конкурентний потенціал.

Центральним моментом побудови моделі потенціалу є оцінка його складових. На цьому етапі сукупність різнорідних показників зводиться до однієї величини. На базі методу головних компонентів будується інтегральний показник конкурентного потенціалу.

Побудова інтегрального показника конкурентного потенціалу дозволить співставити рівні його розвитку та пов'язати з життєвим циклом підприємства. Оскільки конкурентоспроможність підприємства в значній мірі залежить, від того, на якому етапі життєвого циклу знаходиться підприємство та його продукція у момент оцінки. По мірі розвитку підприємства значення конкурентоспроможності його продукції підвищуються, а конкурентного потенціалу зменшується. Економічно активне підприємство має значний конкурентний потенціал і оцінювати його потрібно виходячи з конкурентоспроможності продукції. Підприємство, яке створене недавно оцінюється з точки зору перспектив його конкурентного потенціалу. На стадій банкрутства та ліквідації підприємства проводити оцінку конкурентоспроможності недоречно.

Отже, розглянуті підходи щодо оцінки рівня конкурентного потенціалу дозволяють оперативно дослідити динаміку конкурентної позиції, виявити проблемні ділянки. Подальші розробки пов'язані з необхідністю агрегування конкурентоспроможності продукції з конкурентним потенціалом у загальну модель управління конкурентоспроможності підприємства.

Література:

1. Кіндрацька Г.І., Білик М.С., Загородній А.Г. Економічний аналіз і Підручник / за рез. Проф.. А.Г. Загороднього – 3-тє вид., перероб. і доп. – К : знання 2008- 487 с.
2. Мошенський С.З., Олійник О.В. Економічний аналіз: Підручник / за ред.. проф.. Ф.Ф. Бутинця 2- е вид. доп. і перероб.- Житомир: ПП «Рута» 2007-704с.
3. Гордієнко П.Л. Стратегічний аналіз: і навчальний посібник – 2е вид., перероб. і доп.- Ки: Алерта, 2008 – 478с.
4. Мних Є.В. економічний аналіз діяльності підприємства і підручник – К: Київ нац.. торг.- екон. Ун-т, 2008-514с.
5. Савицька Г.В. Економічний аналіз діяльності підприємства: Навч. Посіб. 3-тє вид., випр.. і доп. – К.: Знання ,2007-668с.