

УДК 658.018

Нижник О.В.

аспірант

Хмельницького національного університету

ОЦІНКА КОНКУРЕНТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ У ФОРМУВАННІ СТРАТЕГІЇ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

EVALUATION OF COMPETITIVE POTENTIAL IN THE FORMATION OF INDUSTRIAL ENTERPRISES STRATEGY

АНОТАЦІЯ

У статті визначено підходи до оцінки конкурентного потенціалу підприємства. Запропоновано модель оцінки рівня конкурентного потенціалу в системі стратегічного розвитку промислового підприємства. Охарактеризовано процедуру реалізації даної моделі, що полягає у виконанні певної послідовності стадій. Наведено сукупність показників оцінки рівня конкурентного потенціалу та порядок їх розрахунку.

Ключові слова: конкурентний потенціал, оцінка, інтегральні показники, стратегія розвитку промислового підприємства.

АННОТАЦИЯ

В статье определены подходы к оценке конкурентного потенциала предприятия. Предложена модель оценки уровня конкурентного потенциала в системе стратегического развития промышленного предприятия. Охарактеризована процедура реализации данной модели, состоящая в исполнении определенной последовательности стадий. Приведены совокупность показателей оценки уровня конкурентного потенциала и порядок их расчета.

Ключевые слова: конкурентный потенциал, оценка, интегральные показатели, стратегия развития промышленного предприятия.

ANNOTATION

Determined approaches to the enterprises' assessing. Suggested a competitive potential assessment model in the strategic development of industrial enterprises. Characterized this model realization procedure, that is performed by a sequence of stages. Showed a set of indicators to measure the level of competitive potential and the order of their evaluation.

Keywords: competitive potential, evaluation, integrated performance, development strategy of industrial enterprise.

Виклад основного матеріалу дослідження. Проблемам оцінки потенціалу промислових підприємств присвячено багато наукових праць, в яких зустрічаються найрізноманітніші системи оцінки (бальна, коефіцієнтна), включаючи комплексний, системний підходи [1–4]. Формування стратегії розвитку будь-якого підприємства також вимагає зваженого, комплексного підходу, який має ґрунтуватися на об'єктивній оцінці конкурентного потенціалу і порівнянні його відносно інших підприємств-конкурентів.

Визначення рівня конкурентного потенціалу вимагає його кількісної оцінки і використання результатів при формуванні стратегії підприємства в умовах ринкової конкуренції. Нами пропонується модель оцінки рівня конкурентного потенціалу в системі стратегічного розвитку підприємства, яка ґрунтується на трьох групах показників, що характеризують підприємство за:

- ступенем задоволення вимог ринку конкурентоздатною продукцією;
- потенційними конкурентними можливостями;
- конкурентними результатами фінансово-господарської діяльності.

Запропонована схема оцінки може використовуватися при проведенні аналізу конкурентного потенціалу підприємств машинобудування з метою визначення диспропорцій між їх потенційними можливостями і результатами діяльності, а також розробки організаційно-економічних заходів, які усувають дані диспропорції.

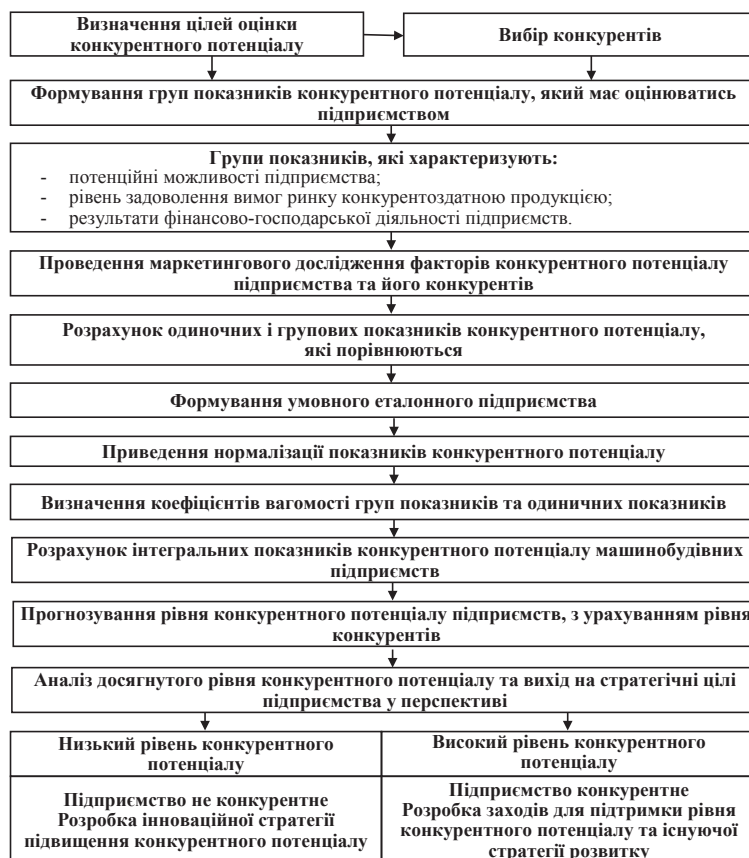


Рис. 1. Оцінка рівня конкурентного потенціалу машинобудівного підприємства в системі стратегічного розвитку

Головним завданням оцінки конкурентного потенціалу підприємств є: розрахунок значення інтегральних показників конкурентного потенціалу порівнюваних підприємств із метою їх упорядкування щодо еталонного підприємства. Оцінка має проводитися не заради оцінки, а для використання її при обранні тієї чи іншої стратегії розвитку підприємства.

Умовно перелік стадій для оцінки рівня конкурентного потенціалу будь-якого машинобудівного підприємства може бути представлений моделлю оцінки, запропонованою на рис. 1.

Процедура реалізації такої моделі складається з послідовності виконання нижченаведених стадій.

Стадія 1. Установлення переліку груп одиничних показників, що характеризують конкурентний потенціал підприємства, серед певної кількості порівнюваних підприємств може задаватися показником:

$$K_n = \{k_{ij}\}, \quad (1)$$

де i – номер показника конкурентного потенціалу ($i = 1, 2, \dots, n$) j -го підприємства ($j = 1, 2, \dots, m$).

Стадія 2. Проведення маркетингового дослідження показників і чинників конкурентного потенціалу підприємства та його конкурентів.

Стадія 3. Виявлення або формування умовного «еталонного» підприємства. Для кожного з показників визначається його максимальне

значення, якщо зростання показника підвищує конкурентний потенціал:

$$k_{im+1} = \max \{k_{ij}\} \quad (2)$$

А також визначається його мінімальне значення, якщо зменшення показника підвищує конкурентний потенціал і вноситься у стовпчик «еталонного» підприємства, якому присвоюється номер – $m+1$:

$$k_{im+1} = \min \{k_{ij}\} \quad (3)$$

Стадія 4. Проведення нормалізації показників конкурентного потенціалу щодо показників «еталонного» підприємства з метою перетворення їх у відносні безрозмірні величини. Показники конкурентного потенціалу вихідної матриці K_n нормуються за кожним показником «еталонного» підприємства за формулою:

$$x_{ij} = k_{ij} / k_{im+1}, \quad (4)$$

де, x_{ij} – i -й нормалізований показник конкурентного потенціалу j -го підприємства;

k_{ij} – i -й показник конкурентоспроможності j -го підприємства;

k_{im+1} – i -й показник конкурентного потенціалу «еталонного» підприємства.

Стадія 5. Визначення значущості (коефіцієнтів вагомості) групових та одиничних показників із метою забезпечення репрезентативної оцінки рівня конкурентного потенціалу підприємства (табл. 1).

Таблиця 1
Перетворення якісних оцінок важливості однієї групи (одного показника) над іншою групою (іншим показником) у кількісні

Якісна оцінка двох порівнюваних груп показників (показників)	Кількісна оцінка (k_{ij})	
	Першої групи (першого показника)	Другої групи (другого показника)
Порівнювані групи (показники) рівнозначні	$k_{ij} = 1/1$	$k_{ij} = 1/1$
Перша група (перший показник) значно важливіше іншої (іншого)	$k_{ij} = 2/1$	$k_{ij} = 1/2$
Перша група (перший показник) важливіше іншої (іншого)	$k_{ij} = 3/1$	$k_{ij} = 1/3$
Перша група (перший показник) значно важливіше іншої (іншого)	$k_{ij} = 4/1$	$k_{ij} = 1/4$

Таблиця 2
Обчислення коефіцієнтів вагомості груп показника (показників), що характеризують рівень конкурентного потенціалу підприємства

Групи показників (показники)	П1	П2	·	
Перша група (перший показник) П1	1	k_{21}	·	a_{1l}
Друга група (другий показник) П2	k_{12}	1	$l...$	a_{i2}
...
...
...	1	...
l -та група (l -й показник)	k_{l1}	k_{2l}	1
Сума коефіцієнтів по кожній групі (кожному показнику) S_i	$S_1 = \sum_{i=1}^l l1i$	$S_1 = \sum_{i=1}^k a2i$	$S_l = \sum_{i=1}^l ali$
Розрахунок коефіцієнтів вагомості груп показників (показників) конкурентного потенціалу	$l1 = \frac{S_1}{S}$	$l2 = \frac{S_2}{S}$	$ln = \frac{S_l}{S}$
S – підсумок сумування коефіцієнтів за всіма групами (всіма показниками) $S = \sum_{i=1}^l S_i$						

Коефіцієнти вагомості груп і показників, відповідно:

$$\beta_j \text{ і } l_i, (j = 1, 2, \dots);$$

i – число груп ($i = 1, 2, \dots, n$), що задовольняють таким умовам:

$$0 = l_i \leq 1, 0 \leq \beta_j \leq 1, \sum_{i=1}^n l_i = 1 \text{ і } \sum_{i=1}^m \beta_j = 1 \quad (5)$$

пропонується визначати за допомогою експертного методу за парними порівняннями з використанням шкали перетворення якісних оцінок важливості однієї групи (одного показника) над іншою групою (іншим показником) у кількісні оцінки.

У табл. 1 індекси i, j – номери порівнюваних груп показника (показників) $i, j = 1, 2, \dots, k$ $k = 1$ або $k = n$). Алгоритм обчислення коефіцієнтів вагомості представлений табл. 2.

Для обчислення коефіцієнтів вагомості груп показників (показника) конкурентного потенціалу підприємства, відповідно, β_j і l_i можна також використовувати метод балів, представлений формулою:

$$l_i = \sum_{j=1}^d (B_j : B_{cj}) / d, \quad (6)$$

де l_i – коефіцієнт вагомості i -ї групи (i -го показника) конкурентного потенціалу підприємства;

i – номер групи (показника);

j – номер експерта;

d – кількість експертів;

B_{ij} – бал, присвоєний i -й групі (i -му показнику) j -м експертом;

B_{cj} – сума балів, присвоєних j -м експертом усім групам (усім показникам).

Число показників і груп показників залежить від завдань, які ставляться при визначенні конкурентного потенціалу підприємства, а також від особливостей його діяльності, займаного ним ринкового становища порівняно з конкурентами та ін.

Стадія 6. Визначення групових показників конкурентного потенціалу порівнюваних підприємств. Перш ніж провадити обчислення інтегрального показника конкурентного потенціалу підприємства, необхідно розрахувати групові показники конкурентного потенціалу згідно з формулою:

$$\Pi_i = \sum_{j=1}^f l_{ij} x_{ij}, \quad (7)$$

де, l_{ij} – ваговий коефіцієнт j -го показника в i -й групі показників конкурентного потенціалу підприємства,

$$\sum_{j=1}^f l_{ij} = 1;$$

x_{ij} – j -й нормалізований показник конкурентного потенціалу i -ї групи;

f – число показників у групі.

В якості групового показника конкурентного потенціалу підприємства можна запропонувати середню геометричну величину одиничних показників. На користь використання середнього геометричного можна навести такі аргументи.

Перемножування одиничних показників проводиться у зв'язку з тим, що всі вони тісно

взаємопов'язані, і неприйняття до уваги хоча б одного з них означає рівність нулю групового показника конкурентного потенціалу, який не можна визначати частково. Визначення конкурентного потенціалу має сенс тільки в тому випадку, якщо адекватно оцінюється весь спектр чинників.

Як впливає із загальної теорії статистики, середнє геометричне дає найбільш правильний за змістом результат, якщо завдання полягає в знаходженні такого значення, яке якісно було б рівновіддалене від максимального і мінімального значень.

Отже, груповий показник конкурентного потенціалу підприємства можна запропонувати в наступному вигляді:

$$\Pi_i = \sqrt[f]{\prod_{j=1}^f l_{ij} x_{ij}} \quad (8)$$

Стадія 7. Визначення інтегрального показника конкурентного потенціалу кожного з порівнюваних підприємств відповідно за формулою:

$$R_j = \sqrt{\sum_{i=1}^l \beta_i (1 - \Pi_{ij})}, \quad (9)$$

де R_j – інтегральний показник конкурентного потенціалу j -го підприємства;

β_i – ваговий коефіцієнт i -ї групи показників конкурентного потенціалу;

Π_{ij} – i -й груповий показник конкурентного потенціалу j -го підприємства.

Стадія 8. Прогнозування основних факторів конкурентного потенціалу та визначення прогнозного рівня конкурентного потенціалу порівнюваних підприємств.

Стадія 9. Ранжування підприємств спаданням інтегрального показника:

$$R_1 \geq R_2 \geq \dots \geq R_m \geq R_{m+1}, \quad (10)$$

де індекси 1, 2, ... m – нові номери переваг підприємства в порядку убавання їх інтегрального показника конкурентного потенціалу.

Стадія 10. Проведення аналізу одиничних, групових та інтегральних показників конкурентного потенціалу підприємства.

Висновки. Отже, у моделі одним зі складних і принципових завдань є завдання визначення основних показників, що характеризують конкурентний потенціал підприємства. На нашу думку, в оцінці конкурентного потенціалу підприємства мають ураховуватися такі фактори, як спроможність підприємства, його конкурентні переваги і результати фінансово-господарської діяльності. Адаптивність підприємства та його конкурентні переваги являють собою в сукупності потенційну сторону конкурентного потенціалу підприємства, яка за певних обставин може бути і не реалізована. У той же час саме результати фінансово-господарської діяльності підприємства дають безпосереднє відображення реальних досягнень в області конкурентного потенціалу, тому вони повинні бути використані в якості однієї з його характеристик.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Близнюк С.В. Конкурентний потенціал підприємництва як категорія сучасних економічних досліджень / С.В. Близнюк, А.В. Остапенко // Інвестиції: практика та досвід. – 2011. – № 7. – С. 40–42.
2. Кокорева О.В. Методика оцінки конкурентного потенціалу підприємства на засадах системного управління / О.В. Кокорева // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2013. – № 3. – Т. 3. – С. 19–22.
3. Миколайчук М.М. Фінансово-економічні аспекти регіонального управління формуванням конкурентного потенціалу підприємств / М.М. Миколайчук, Н.С. Миколайчук // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2013. – № 4. – Т. 2. – С. 142–147.
4. Смагач О.І. Методологічні основи формування конкурентного потенціалу підприємств в умовах зростання відкритості української економіки / О.І. Смагач // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2009. – № 5. – Т. 1. – С. 184–191.