

АНАЛІТИЧНА МОДЕЛЬ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В КОНТЕКСТІ ЙОГО КОНКУРЕНТНОГО ТЕХНОЛОГІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ

Наукові праці МАУП, 2016, вип. 49(2), с. 120–124

Оцінювання конкурентоспроможності дає змогу визначити положення підприємства на ринку, тобто “систему його координат” відносно інших підприємств-конкурентів, а також формулювати реалістичні цілі підприємства та оптимальні шляхи їх досягнення.

Конкурентоспроможність підприємства — це вміння задовольняти очікування, потреби й запити споживачів, ефективно використовуючи наявні можливості (ресурси і фактори виробництва), утворюючи умови для стійкого підвищення продуктивності виробництва. Це дає змогу підприємству протягом достатньо довгого часу підтримувати свою присутність на ринку, отримуючи доходи у розмірі достатньому як для задоволення інтересів власників, так і для реалізації програм розвитку підприємства.

Оцінювання конкурентоспроможності дає можливість визначити положення підприємства на ринку, тобто “систему його координат” відносно інших підприємств-конкурентів, а також формулювати реалістичні цілі підприємства та оптимальні шляхи їх досягнення. У цьому аспекті оцінювання конкурентоспроможності виступає первинним інструментом системи стратегічного управління. Воно є визначальним при його позиціюванні і виступає основою для розробки стратегічних рішень на кожному етапі процесу стратегічного управління.

Разом з тим більшість розроблених моделей мають певні недоліки, що пов'язані, поперше, з недостатнім урахуванням особливостей підприємств певної галузі, у нашому

випадку — машинобудування, по-друге, зосереджуються лише на одній грані конкурентоспроможності, приділяючи недостатньо ваги всім іншим. Наприклад, підхід, що засновано на оцінюванні активів, або підхід, що засновано на процесах, тощо. Усе це робить актуальним подальші розробки щодо оцінювання конкурентоспроможності підприємств.

Проблемам оцінювання конкурентоспроможності підприємств присвячено роботи багатьох вітчизняних та зарубіжних авторів, серед яких можна відмітити Г. М. Скударя, Н. П. Гончарову, О. Б. Чернегу, А. Е. Воронкову, Н. Н. Лепу, Ю. Б. Іванова, І. В. Нижник, М. Портера, Д.-С. Чо та Х.-Ч. Муна та ін. [1–9].

Загалом конкурентоспроможність як властивість певного суб'єкта досліджується в різних аспектах, формах, рівнях, видах. Існує велика кількість як науково-теоретичних, так й суто практичних досліджень з приводу конкуренції та конкурентоспроможності. Однак вважаємо, що здійснення критичного аналізу та обґрунтування доцільності застосування різних моделей і методів оцінювання конкурентоспроможності підприємств є умовою подальшого розвитку підходів щодо вирішення проблем конкурентоспроможності.

Отже, об'єктом дослідження є існуючі підходи оцінювання конкурентоспроможності промислових підприємств, що є інструментом системи стратегічного управління.

Розробимо аналітичну модель конкурентоспроможності у контексті конкурентного технологічного потенціалу.

З розвитком та еволюцією теорії стратегічного управління з кінця 70-х років ХХ ст. виникли концепції, що намагались об'єднати економічну теорію, теорію організації та теорію стратегічного планування. Це були спроби за допомогою аналітичних методів об'єднати різні підходи в одному, який враховував би можливості та ризики зовнішнього господарського середовища, якості й кількості економічних ресурсів підприємства, особливості реалізації його бізнес-процесів. Результатом оцінювання конкурентоспроможності, часто за допомогою системи рейтингових оцінок визначених складових господарської діяльності підприємства, повинна стати його оптимальна довгострокова стратегія розвитку.

Такими базовими моделями стратегічного планування та управління конкурентоспроможністю можна вважати модель Гарвардської школи бізнесу, модель Ансоффа, матрицю Бостонської консалтингової групи, модель Портера. Розглянемо деякі з них, що демонструють різні підходи щодо оцінки стратегічної конкурентоспроможності та формування стратегії підприємства.

Основною базовою моделлю формування стратегії конкурентоспроможності прийнято вважати модель Гарвардської школи бізнесу [10]. Ця модель розроблялась протягом достатньо тривалого періоду часу. Вона є своєрідною моделлю “школи проектування”, оскільки в її основі є впевненість у формуванні стратегії конкурентоспроможності як процесу, базові постулати якого у своїй сукупності забезпечують проектування конкурентоспроможності підприємства.

За цією моделлю процес стратегічного планування — це певна точка перетину виявлених можливостей та загроз зовнішнього господарського середовища, що знаходять свій вираз у формі сильних та слабких сто-

рін ресурсного потенціалу, ключових конкурентних факторів та можливостей розвитку. Можливості зовнішнього середовища можуть бути затребуваними за рахунок реалізації сильних сторін ресурсного потенціалу підприємства. Своєю чергою, необхідно виявити загрози зовнішнього господарського середовища, а слабкі сторони звести до мінімуму.

Головною особливістю цієї моделі є те, що вона фактично заснована на оцінюванні конкурентних можливостей ресурсного потенціалу. При цьому оцінюються усі сфери діяльності господарського суб'єкта, але відсутні конкретні показники, за якими повинно відбуватися оцінювання. Крім того, у процесі аналізу ресурсного потенціалу враховується, в основному, фінансово-господарська діяльність, а не нематеріальні ресурси. Але саме рівень розвитку інтелектуального, інноваційного, науково-технічного, інформаційного та управлінського потенціалів є основним фактором конкурентоспроможності підприємства на ринку. Тому результати аналізу ресурсного потенціалу для формування конкурентоспроможної позиції, у даному випадку, можна вважати достатньо суб'єктивними.

Іншим прикладом синтезу підходів щодо оцінювання конкурентоспроможності є модель класика зарубіжної теорії стратегічного менеджменту І. Ансоффа, який в якості показника, що характеризує конкурентоспроможність підприємства, пропонує використовувати показник конкурентного статусу компанії, розрахований на основі рентабельності капітальних стратегічних вкладень, скоригований на ступінь “оптимальності” стратегії компанії і ступінь відповідності потенціалу компанії цій оптимальній стратегії [11].

Однак, на нашу думку, конкурентоспроможність підприємства не вичерпується лише інвестиційною політикою та стратегією. Крім того, параметри запропонованої моделі в частині стратегії і можливостей є достатньо абстрактними, їх кількісне визначення утруднено.

Відмінність моделі І. Ансоффа полягає, по-перше, у формалізації визначення цілей (конкурентного статусу), по-друге, з його точки

зору, оцінку ресурсного потенціалу можна надати у вигляді надзвичайно формалізованого процесу, доведеного до певної блок-схеми (так, можна навести приклад такої моделі І. Ансоффа, що складається з 57 блоків).

“Інженерний ухил” моделі знаходить прояв у тому, що на кожному етапі оцінювання ресурсного потенціалу співробітникам, які займаються його розробкою, пропонуються докладно розроблені переліки факторів, що необхідно враховувати у процесі оцінювання. У цих переліках фактори розміщено за пріоритетним порядком з певними ваговими коефіцієнтами. Більше того, ці переліки доповнюються різними діаграмами та правилами вибору той або іншої альтернативи.

Ще одна класична теорія оцінювання стратегічних конкурентних переваг була розроблена у 1990-х роках М. Портером. Аналізуючи статистичні дані великої кількості галузей у розвинених країнах, він дійшов висновку, що найуспішніші компанії володіють низкою переваг у порівнянні зі своїми конкурентами. За умов відсутності монополії на ринку формувалась конкуренція, внаслідок якої підприємства змушені постійно розвивати свої конкурентні переваги.

У матриці оцінювання конкурентоспроможності за М. Портером, основою для проведення порівняльного оцінювання виступають якісні оцінки показників між двома об'єктами, що порівнюється. Показниками можуть оцінюватись такі об'єкти аналізу — продукти, процеси, підприємства. У матриці передбачене оцінювання важливості властивостей, що має назву “значущість показника”. Оцінки важливості та значення для окремих властивостей надаються на двох рівнях, що приводить до восьми рівнів порівняльної характеристики аналізу конкурентоспроможності.

У світовій економічній науці активно розробляються моделі і методи аналізу та планування стратегічного розвитку підприємства, що відносяться до аналітичних, імітаційних, концептуальних, оптимізаційних та інших методів дослідження. У центрі уваги розглянутих моделей знаходяться ресурси підприємства і проблеми реалізації ресурсного

потенціалу у мінливому зовнішньому середовищі. Однак, вважаємо, що конкурентоспроможність не можливо повно охарактеризувати без розгляду підприємства в контексті його *конкурентного технологічного потенціалу*.

Конкурентний технологічний потенціал підприємства складається сукупністю його внутрішнього технологічного потенціалу та взаємозв'язками і технологіями взаємодії із зовнішнім середовищем, іншими господарськими суб'єктами. Саме він забезпечує його конкурентоспроможність та стійкий розвиток на національному, регіональному та світовому ринках (див. рисунок).

Пояснення до рисунку.

1. Зовнішні умови господарської діяльності підприємства, за М. Портером [8], формуються наступними умовами: стан пропозиції виробничих ресурсів; умови попиту на продукцію; умови конкуренції; стан суміжних галузей.

2. У свою чергу, пропозиція виробничих ресурсів на ринку (стан, обсяги, якість) формує ресурсний потенціал підприємства.

3. До ресурсів підприємства можна віднести все те, що використовується для виробництва продукції, тобто сировину, засоби виробництва, грошові кошти, працю персоналу.

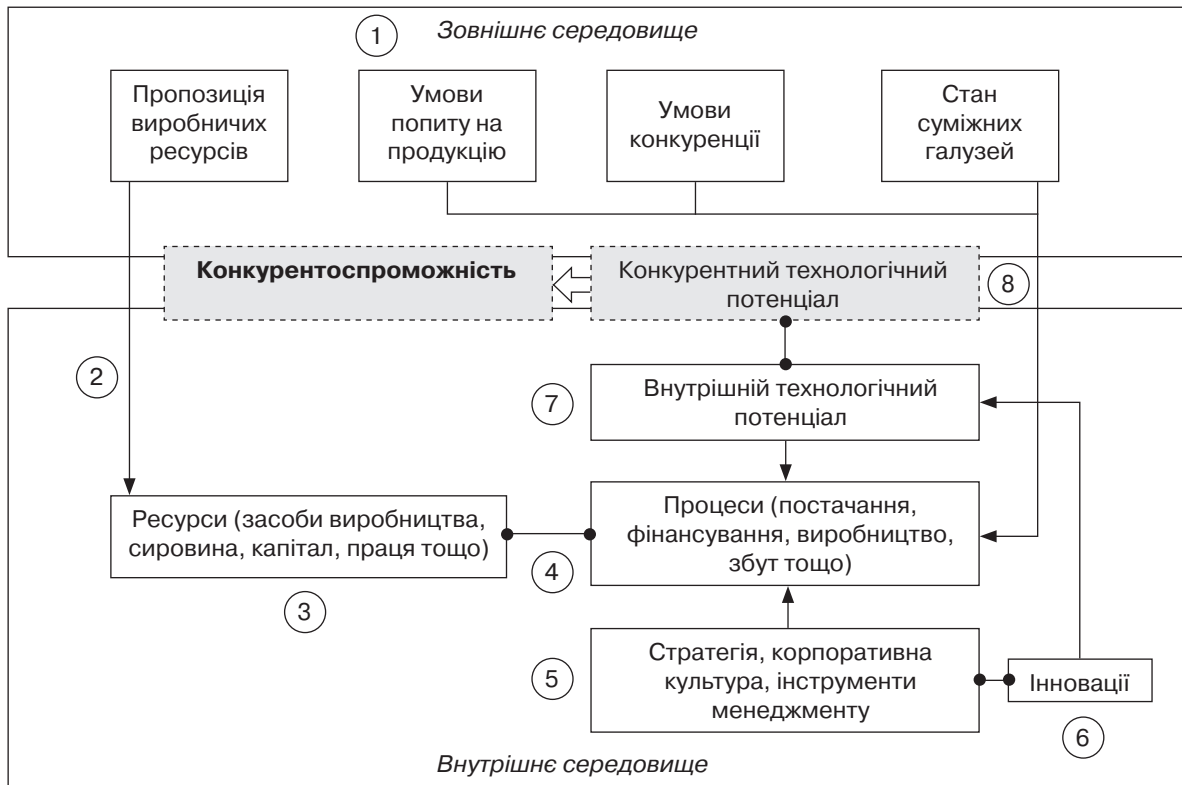
4. За допомогою господарських процесів (постачання, фінансування, виробництва, збуту) та використання у цих процесів ресурсів, створюється кінцевий продукт — товар або послуга.

5. На господарські процеси, їх ефективність та оптимальність впливають інструменти менеджменту, корпоративна культура, стратегія підприємства.

6. Інноваційний потенціал включає технології, що застосовуються, процеси отримання нових знань, НДР, трансфер технологій (патенти, ліцензії, ноу-хау).

7. Система менеджменту разом з інноваційним потенціалом формує внутрішній технологічний потенціал підприємства — здатність створювати і використовувати нові технології, забезпечувати високу гнучкість, конкурентоспроможність і стійкий розвиток.

8. У свою чергу, внутрішній технологічний потенціал підприємства у сукупності з



Модель конкурентоспроможності в контексті конкурентного технологічного потенціалу

взаємозв'язками і технологіями взаємодії із зовнішнім середовищем та іншими господарськими суб'єктами формують конкурентний технологічний потенціал промислового підприємства, який забезпечує його конкурентоспроможність та стійкий розвиток

Для оцінювання конкурентоспроможності підприємства за допомогою запропонованої аналітичної моделі необхідно провести комплексний аналіз, що включає: аналіз і оцінку зовнішнього середовища підприємства (конкурентне макро- та мікросередовище); аналіз внутрішнього середовища підприємства (його конкурентного потенціалу).

Отже, одним з основних завдань вітчизняних виробників у сучасних умовах є визначення напрямів розвитку і вдосконалення методів управління конкурентоспроможністю.

Сукупність усіх видів управління конкурентоспроможністю становить систему управління конкурентоспроможністю підприємства. Враховуючи, що метою будь-якого процесу управління є досягнення об'єктом бажаного стану або зміна його стану

у бажаному напрямі, можна сформулювати таке визначення. Управління конкурентоспроможністю підприємства — це процес цілеспрямованого впливу на фактори конкурентоспроможності для приведення їх у стан, у якому вони здатні підвищити її рівень.

Зростання важливості підвищення технологічного рівня підприємства на тлі жорсткої конкуренції на світових ринках товарів і послуг зумовлює необхідність формування нової структури його активів, які будуть здатні забезпечувати конкурентоспроможність та ефективність виробничо-господарської діяльності підприємства. З цією метою введено поняття “конкурентний технологічний потенціал” промислового підприємства, під яким мається на увазі здатність підприємства створювати і використовувати нові технології, що, в кінцевому результаті, забезпечить його високу конкурентоспроможність та стійкий розвиток у ринкових умовах.

Приведені в статті види економічних потенціалів підприємства показують місце та провідну роль технологічного потенціалу

підприємства у підвищенні його конкурентоспроможності. При цьому ресурсний, науково-виробничий, інформаційний потенціали формують внутрішній технологічний потенціал підприємства, основою якого є технології використання ресурсів, виробничих процесів та розвитку інтелектуального капіталу.

Своєю чергою, внутрішній технологічний потенціал підприємства в сукупності із технологіями взаємодії із зовнішнім середовищем й іншими господарськими суб'єктами формують конкурентний технологічний потенціал підприємства, який забезпечує конкурентоспроможність та стійкий розвиток на національному, регіональному та світовому ринках.



Література

1. Скударь Г. М. Организационно-экономические механизмы управления конкурентоспособностью предприятия / Г. М. Скударь. — Донецк: ИЭП НАН Украины, 2000. — 483 с.

2. Гончарова Н. П. Технології інноваційного розвитку підприємств у контексті інституціоналізму: [монографія] / Н. П. Гончарова, О. О. Швиданенко та ін. — К.: КНЕУ, 2012. — 328 с.

3. Чернега О. Б. Управление конкурентоспособностью в условиях трансформации экономических отно-

шений / О. Б. Чернега. — Донецк: ИЭП НАН Украины, 1999. — 448 с.

4. Воронкова А. Э. Стратегическое управление конкурентоспособным потенциалом промышленных предприятий / А. Э. Воронкова. — Луганск: Восточноукраинский нац. ун-т, 2011. — 482 с.

5. Лепа Н. Н. Управление конкурентными преимуществами предприятия: [монографія] / Н. Н. Лепа. — Донецк: ООО "Юго-Восток, Лтд", 2003. — 296 с.

6. Иванов Ю. Б. Конкурентоспособность предприятия в условиях формирования рыночных отношений: [монографія] / Ю. Б. Иванов. — Х.: ХГЭУ, 1997. — 246 с.

7. Нижник І. В. Механізм підвищення конкурентоспроможності машинобудівних підприємств: дис. ... канд. наук: 08.00.04 / І. В. Нижник. — Хмельницький: ХНУ, 2011.

8. Портер М. Международная конкуренция / М. Портер / пер. с англ.; под ред. и с предисл. В. Д. Щетинина. — М.: Междунар. отношения, 1993. — 896 с.

9. Cho D. S. From Adam Smith to Michael Porter: Evolution of Competitiveness Theory / D. S. Cho, H.-C. Moon. — Hackensack, NJ: World Scientific Pub. Co Inc., 2000. — 244 p.

10. Базовые модели стратегического планирования [Электронный ресурс] / Единый Центр Дистанционного Образования АКЕСО. Сайт "Менеджмент". — Режим доступа: <http://menedzhmenti.ru/page266/page324/index.html>

11. Pace R. W. Paradigms of Competitiveness / R. W. Pace, E. G. Stephan // Competitiveness Review. — № 6 (1). — 1996. — P. 8–13.

Здійснено критичний аналіз та обґрунтовано доцільність застосування різних моделей і методів оцінювання конкурентоспроможності підприємств. Запропоновано аналітичну модель конкурентоспроможності підприємства в контексті його конкурентного технологічного потенціалу, який складається сукупністю його внутрішнього технологічного потенціалу та взаємозв'язками і технологіями взаємодії із зовнішнім середовищем, іншими господарськими суб'єктами.

The critical analysis and feasibility of different models and methods assessing of the competitiveness of enterprises are proved. An analytical model of competitiveness in the context of its competitive technological potential is proposed. This potential consists of the aggregate internal technological capabilities of the enterprise and its relationships and technologies of interaction with as the environment so other economic entities.

Осуществлен критический анализ и обоснована целесообразность применения различных моделей и методов оценивания конкурентоспособности предприятий. Предложена аналитическая модель конкурентоспособности предприятия в контексте его конкурентного технологического потенциала, которой состоит из совокупности его внутреннего технологического потенциала, взаимосвязей и технологиями взаимодействия с внешней средой, другими хозяйственными субъектами.

Надійшла 18 березня 2016 р.