

## ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВА, ЇХ ВИЗНАЧЕННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ

У статті розглядається модель оцінювання конкурентостійкості підприємства. Розглянуто кількісні та лінгвістично інтерпретовані оцінки конкурентостійкості підприємства, а також можливість їх використання при оцінюванні конкурентоспроможності підприємства.

В статті предложена модель оценивания конкурентоустойчивости предприятия. Рассмотрены количественные и лингвистически интерпретированные оценки конкурентоустойчивости предприятия, а также возможности их использования при оценивании конкурентоспособности предприятия.

The model of estimation of the stability of competitiveness of enterprise is offered in the article. The quantitative and linguistically interpreted estimations of stability of competitiveness of enterprise, and also possibilities of their using for the evaluation of competitiveness of enterprise are considered.

**Ключові слова:** конкурентостійкість, конкурентоспроможність, підприємство, метод, модель, оцінювання, оцінка.

Конкурентоспроможність суб'єктів господарювання – одна із основних порівняльних характеристик, що свідчить про наявність певних переваг перед конкурентами. В сучасних умовах конкуренції підприємства намагаються підтримати стабільність цієї характеристики, а саме конкурентостійкості підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій показав, що питанням стосовно конкурентостійкості підприємства присвячено невелика кількість праць порівняно з працями щодо конкурентоспроможності підприємства. Оцінюванням конкурентостійкості підприємства займалися такі науковці як: І.В.Булах, В.Л.Дикань, С.В.Захарова, Ю.А.Сімах, У.Л.Сторожилова, О.М.Тридід, М.В.Чорна. Вони одні із перших приділили увагу важливості отримання оцінок конкурентостійкості підприємства, посилаючись при цьому на різні цілі. У зв'язку з певною новизною поняття конкурентостійкості та дискусіями щодо його статусу, невизначеними залишаються метод оцінювання конкурентостійкості підприємства та можливості використання отриманих оцінок.

Отже, метою статті є розробка моделі оцінювання конкурентостійкості підприємства, інтерпретація її результатів оцінювання (оцінок) та розгляд можливостей їх використання при оцінюванні конкурентоспроможності підприємства.

Оцінювання конкурентостійкості підприємства складний процес, який дослідники до цього часу намагались здійснити на основі суворо логічних або математичних розрахунків. Разом з цим, для спрощення даного процесу необхідно звертатися до ймовірного судження та певних припущень. Основна перевага ймовірного міркування над логічним полягає у розширенні факторів досягнення раціональних рішень навіть за відсутності достатнього обсягу інформації. Сьогодні інформація про конкурентостійкість підприємства

та вплив чинників на неї відносно недоступна та важко отримувана. Існуючі методи оцінювання конкурентостійкості підприємства передбачають врахування певних чинників, але не відрізняють їх від чинників конкурентоспроможності підприємства. Існуюче методичне забезпечення передбачає або оцінювання конкурентоспроможності підприємства за набором чинників, або оцінювання конкурентостійкості підприємства, що свідчить про розбіжність між оцінюванням конкурентостійкості підприємства та його конкурентоспроможності. Переважання факторного підходу до оцінювання конкурентоспроможності підприємства зумовлює доцільність його використання і в оцінюванні конкурентостійкості підприємства як атрибуту його конкурентоспроможності.

У зв'язку з ймовірним характером впливу чинників конкурентостійкості підприємства, неможливістю отримання оцінок впливу чинників з використання прямих алгоритмів і необхідністю врахування впливу декількох чинників запропоновано використовувати мережі Байєса. Вони відносяться до сучасного напрямку розвитку науки, що з'явився на стику теорії ймовірностей і теорії графів, які можуть характеризувати причинно-наслідкові зв'язки. Перевага методу Байєса полягає у тому, що апіорні ймовірності можна уточнювати відповідно до фактичних реалій формування атрибуту, що досліджується. Мережа Байєса дозволяє враховувати та використовувати будь-які вхідні дані у вигляді експертних оцінок і (або) обліково-статистичної інформації. На рис. 1 зображено запропоновану модель оцінювання конкурентостійкості підприємства з виділенням двох рівнів чинників, що дозволяє удосконалити її оцінювання.

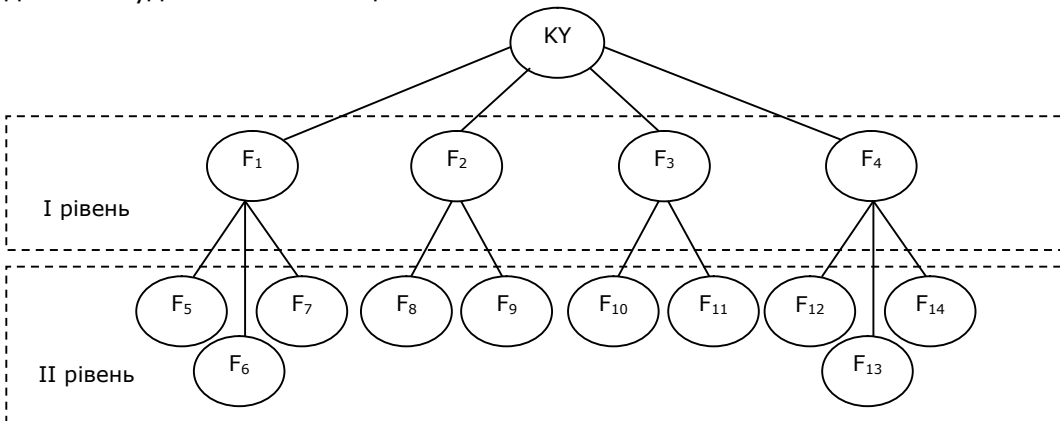


Рис. 1. Ієрархія чинників конкурентостійкості підприємства в моделі її оцінювання за мотивами мереж Байєса

В ієрархії рівнів чинників конкурентостійкості підприємства до першого віднесено: ретроспективну стабільність ( $F_1$ ), швидкість змін в галузі ( $F_2$ ), невідтворюваність конкурентних переваг ( $F_3$ ) та інтенсивність конкуренції ( $F_4$ ). Вищевказані чинники формуються (активізуються або послаблюють дію) за

рахунок чинників нижчого рівня. На другому рівні зосереджені такі чинники: етапи життєвого циклу підприємства ( $F_5$ ), галузі ( $F_6$ ) та ринку ( $F_7$ ), залежність галузі від науково-технічного прогресу ( $F_8$ ) та капіталомісткість змін в галузі ( $F_9$ ), коефіцієнт Тобіна ( $F_{10}$ ) та наявність унікальних компетенцій ( $F_{11}$ ), привабливості галузі ( $F_{12}$ ), співвідношення сумарної потенційної пропозиції з реальним попитом ( $F_{13}$ ) та вхідний бар'єр на ринок ( $F_{14}$ ). Цей перелік чинників не залежить від виду економічної діяльності підприємства. Завдяки ієрархічній побудові математичної моделі оцінювання конкурентостійкості підприємства досягається найповніше врахування впливу чинників на неї в певний момент часу.

Для оцінювання впливу чинників другого рівня варто використовувати експертні методи. Отримані від експертів оцінки впливу чинників на конкурентостійкість підприємства використовуються в мережі Байєса. Експертні оцінки в мережах Байєса не порушують аксіоми ймовірностей. Вплив чинників конкурентостійкості підприємства першого рівня визначаються на основі впливу чинників другого рівня.

Вихідні результати моделі спрощено відображають глибинну сутність конкурентостійкості підприємства внаслідок застосування середньо геометричних величин. Запропонована математична модель оцінювання конкурентостійкості підприємства має такий вигляд:

$$KY = \sqrt[n]{\prod_{i=1}^n F_i}, \quad (1)$$

де  $KY$  – кількісна оцінка конкурентостійкості підприємства;  $F$  – чинник конкурентостійкості підприємства,  $n$  – кількість чинників конкурентостійкості підприємства.

Кількісна оцінка конкурентостійкості підприємства може бути лінгвістично інтерпретована для зручності оперування нею та можливості врахуванні при уточненні лінгвістично інтерпретованих оцінок конкурентоспроможності підприємства. Так, лінгвістична інтерпретація результатів оцінювання конкурентостійкості підприємства наведена в табл. 1.

Таблиця 1

*Лінгвістична інтерпретація оцінок конкурентостійкості підприємства*

Рівень конкурентостійкості підприємства	Лінгвістична інтерпретація результату оцінки конкурентостійкості підприємства
>0,66-0,99	висока конкурентостійкість
>0,33-0,66	нормальна (середня) конкурентостійкість
0,01-0,33	критична конкурентостійкість

Отримані оцінки конкурентостійкості підприємства можуть бути використані в управлінні як самостійний показник для моніторингу стійкості конкурентоспроможності та як показник, що уточнює оцінки конкурентоспроможності підприємства.

Таким чином, запропонована модель оцінювання конкурентостійкості

підприємства має певні переваги, до яких відносяться: можливість отримання кількісних оцінок конкурентостійкості з урахуванням впливу на неї чинників; простота та зрозумілість у використанні; відносна швидкість отримання результату; можливість автоматизації процесу оцінювання. Кількісні оцінки не виключають можливості їх лінгвістичної інтерпретації. Відповідно виділено кількісні та лінгвістично інтерпретовані оцінки конкурентостійкості підприємства, які доцільно використовувати при дослідженні конкурентоспроможності підприємства.

#### **Список використаних джерел:**

1. Єфременко О.В. Методи оцінювання конкурентостійкості підприємств / О.В. Єфременко // Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. — 2010. — №11(153). — С. 33–39.
2. Єфременко О.В. Фактори конкурентостійкості підприємств / О.В. Єфременко // Економіка підприємства: теорія і практика : матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф. — К. : КНЕУ, 2010. — С.114–116.
3. Субботін С.О. Подання і обробка знань у системах штучного інтелекту та підтримки прийняття рішень [навчальний посібник] / С.О. Субботін. — Запоріжжя : ЗНТУ, 2008. — 341 с.
4. Rossi P.E., Allenby G.M. Bayesian statistics and marketing // Marketing Science, 2003. — Vol. 22, № 3. — P. 304–328.
5. Sebastiani P. Bayesian inference with missing data using bound and collapse / P. Sebastiani, M. Ramoni // Journal of Computational and Graphical Statistics. — 2000. — Vol. 9. — № 4. — P. 779–800.

УДК 339.3

**А.С.Попова, к.э.н., Л.В.Юшкова,**  
Красноярский государственный торгово-экономический институт,  
г. Красноярск, Российская Федерация

### **АНАЛИЗ ТОВАРНОГО ПОРТФЕЛЯ ЕНИСЕЙСКОГО ЦЕЛЛЮЛОЗНО-БУМАЖНОГО КОМБИНАТА Г.КРАСНОЯРСКА**

Товарная стратегия занимает одно из главных мест в деятельности предприятия. Она позволяет адаптировать ассортимент товаров к требованиям рынка. Наиболее часто применяемой методикой оценки товарного портфеля служит матрица БКГ, однако, она полна недостатков.

Метод модифицированной матрицы БКГ основан исключительно на внутренней информации предприятия, что облегчает ее использование и дает более достоверные данные для определения товарной стратегии предприятия.

Товарна стратегія займає одне з головних місць в діяльності підприємства. Вона дозволяє адаптувати асортимент товарів до вимог ринку. Найвживанішою методикою оцінки товарного портфеля є матриця БКГ, але в неї багато недоліків.

Метод модифікованої матриці БКГ заснований виключно на внутрішній інформації підприємства, що полегшує її використання і дає достовірніші дані для визначення товарної стратегії підприємства.

Commodity strategy occupies one of the main places in enterprise activity. She allows to adapt range of goods for market requirements. As a most often applied technique of an estimation of a commodity portfolio matrix BGG serves, however, it is complete of lacks.

The method of modified matrix BGG is based exclusively on enterprise internal information that facilitates its use and gives more authentic data for determination of commodity strategy of the enterprise.

*Ключевые слова:* анализ товарного ассортимента предприятия, товарная стратегия.

Товар служить ефективним средством воздействия на рынок, главной заботой предприятия и источником получения прибыли, кроме того, он представляет собой центральный элемент комплекса маркетинга. Цена, сбыт,