

УДК:330.1:65:339.1

*Марина Галькевич
(аспірант, Державний економіко-технологічного університету транспорту)*

**ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ ВАРТОСТІ ПОТЕНЦІАЛУ
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТРАНСПОРТНОГО
ПІДПРИЄМСТВА**

У статті проаналізовані існуючі теоретичні підходи до оцінки вартості потенціалу конкурентоспроможності транспортного підприємства. Проведений аналіз методик оцінювання конкурентоспроможності потенціалу продукції та підприємств показав, що базою для оцінювання є набір показників впливу факторів середовища. Зазначено, що проблематикою оцінювання потенціалу конкурентоспроможності на транспорті є відсутність системності, вузька спеціалізація в дослідженнях за видами транспорту та видами перевезень. Доведено, що взаємоузгодженість і вибір показників формується шляхом встановлення цілей оцінювання, базових характеристик об'єкта оцінки, послідовності та інструментарію оцінювання, а також факторами середовища. У статті узагальнені фактори, що впливають на розвиток потенціалу транспортної галузі, методики оцінювання конкурентоспроможності й вартості потенціалу, інструментарій аналізу ефективності управління конкурентними перевагами на ринку транспортних послуг. Як показали проведені дослідження існуючих методик оцінювання конкурентоспроможності, на транспортних підприємствах використовуються переважно інтегральні коефіцієнти, які в поєднанні з графічними або рейтинговими методами відображають місце послуги або підприємства на ринку. Визначена проблема, що в розглянутих методичних підходах не проводиться оцінка ефективності управління потенціалом конкурентоспроможності, а також не аналізується вплив середовища на формування і реалізацію потенціалу.

Ключові слова: потенціал конкурентоспроможності, методики оцінки потенціалу конкурентоспроможності, графічний метод, рейтинговий метод.

© Галькевич М., 2016

Марина Галькевич

(аспірант, Государственный экономико-технологический университет транспорта)

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ СТОИМОСТИ ПОТЕНЦИАЛА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТРАНСПОРТНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

В статье проанализированы существующие теоретические подходы к оценке стоимости потенциала конкурентоспособности транспортного предприятия. Проведенный анализ методик оценки конкурентоспособности потенциала продукции и предприятий показал, что базой для оценки является набор показателей влияния факторов среды. Отмечено, что проблематикой оценки потенциала конкурентоспособности на транспорте является отсутствие системности, узкая специализация в исследованиях по видам транспорта и видам перевозок. Доказано, что взаимосогласованность и выбор показателей формируется путем установления целей оценки, базовых характеристик объекта оценки, последовательности и инструментария оценки, а также факторами среды. В статье обобщены факторы, влияющие на развитие потенциала транспортной отрасли, методики оценки конкурентоспособности и стоимости потенциала, инструментальный анализ эффективности управления конкурентными преимуществами на рынке транспортных услуг. Как показали проведенные исследования существующих методик оценки конкурентоспособности, на транспортных предприятиях используются преимущественно интегральные коэффициенты, которые в сочетании с графическими или рейтинговыми методами отражают место услуги или предприятия на рынке. Определена проблема, что в рассмотренных методических подходах не проводится оценка эффективности управления потенциалом конкурентоспособности, а также не анализируется влияние среды на формирование и реализацию потенциала.

Ключевые слова: потенциал конкурентоспособности, методики оценки потенциала конкурентоспособности, графический метод, рейтинговый метод.

Marina Galkevich

(graduate student of State Economic and Technological University of Transport)

THEORETICAL APPROACH TO THE ASSESSMENT VALUE POTENTIAL COMPETITIVENESS OF TRANSPORT COMPANIES

The article analyzes the existing theoretical approaches to the assessment of the cost of building the competitiveness of the transport undertaking. The analysis methods of assessing potential competitiveness of products and enterprises showed that the basis for the assessment is a set of indicators of the impact of environmental factors. It was noted that the problems of assessment of the competitive potential of transport is the lack of

systematic, specialization in studies by type of transport and modes of transport. It is proved that the coherence between, and the choice of indicators is formed by setting evaluation purposes, the basic characteristics of the object of evaluation, consistency and assessment tools, as well as environmental factors. The paper summarizes the factors affecting the development of the transport industry building methodology for assessing the competitiveness and cost potential analysis tools management efficiency a competitive advantage in the market of transport services. Studies had shown the existing competitiveness of the evaluation procedures, transport companies are used primarily integrated factors, which in combination with graphic or rating methods reflect the position or service enterprise in the market. It identifies problems that examined methodological approaches are not an assessment of management effectiveness of competitiveness potential, and also analyzes the impact of the environment on the formation and implementation capacities.

Keywords: potential competitiveness, methodology for assessing the competitiveness of building a graphical method, rating method.

Постановка проблеми. Наукові здобутки в формалізації теорії управління розвитком потенціалу підприємства, конкурентоспроможністю на ринку, формуванням конкурентних переваг та їх реалізації свідчать про достатню теоретичну базу для формування інструментарію оцінювання потенціалу та конкурентоспроможності транспортних підприємств.

Проблематикою оцінювання потенціалу конкурентоспроможності на транспорті залишається відсутність системності, вузька спеціалізація в дослідженнях за видами транспорту та видами перевезень.

Аналіз наукових досліджень та публікацій. Оцінювання конкурентоспроможності потенціалу, конкурентних переваг, потенціалу підприємства розглядається в працях зарубіжних і вітчизняних учених: Л. Балабанової, А.С. Воронкової, В. Гейця, В. Герасимчука, В. Диканя, Є. Лапіна, О. Вовк, В. Шинкаренка, О. Михайленка, І. Кирчати та інших.

Виділення невирішеної проблеми та мети дослідження. Наявні наукові дослідження в теорії управління конкурентоспроможністю не достатньо розкривають взаємовплив процесів розвитку потенціалу підприємства на його конкурентоспроможності у зовнішньому середовищі. Таким чином виникає потреба в аналізі існуючих теоретичних підходів до оцінювання вартості потенціалу конкурентоспроможності транспортного підприємства.

Викладення основного матеріалу. Проведемо дослідження існуючих теоретичних підходів до оцінювання потенціалу підприємства. На думку Вовк О.М., оцінювання потенціалу підприємства полягає в інтегральному відображенні поточних і майбутніх можливостей економічної системи трансформувати вхідні ресурси за допомогою притаманних їй підприємницьких здібностей в економічні блага і таким чином задовольняти корпоративні і суспільні інтереси та досягати поставлених цілей. В методології оцінки потенціалу підприємства існує 2 концепції: концепція вартісної оцінки; концепція оцінки конкурентоспроможності потенціалу підприємства [1].

Концепція вартісної оцінки ґрунтується на визначенні вартості ресурсної бази потенціалу та впливу ринкових чинників на неї і поєднує три загально визначених підходи: доходний, витратний та порівняльний. Визначення грошового розміру потенціалу транспортних підприємств полягає у оцінці вартості використовуваної землі, машин, обладнання, нематеріальних активів та інших ресурсів. Основними інструме-

нтами доходного підходу є капіталізація та дисконтування очікуваних надходжень від користування; витратного – оцінка витрат на створення чи відновлення фондів; порівняльного – індексації та поправочні коефіцієнти. При вартісній оцінці потенціалу транспортних підприємств не враховуються приховані та потенційні економічні можливості, такі як економічна та інвестиційна привабливість, синергічність взаємодії, мобільність і техніко-технологічні параметри ресурсів, особливості надання транспортних послуг; концепція оцінки конкурентоспроможності потенціалу підприємства [1].

Аналіз конкурентоспроможності потенціалу ґрунтується на методах визначення ринкової позиції підприємства та впливу зовнішнього середовища на нього. Стратегічний аналіз дозволяє виявити можливості управлінської системи щодо забезпечення майбутнього розвитку. Проте оцінка конкурентоспроможності не дає відповіді на питання щодо стратегічного нарощування вартості потенціалу та ефективності його використання. Крім того оцінка конкурентоспроможності відображає стан підприємства на ринку в момент оцінки і не може спрогнозувати майбутні тенденції у розвитку потенціалу конкурентоспроможності. На думку Волосової В.О. та Петухова О.М., у процесі обґрунтування оцінки конкурентоспроможності продукції конкретного підприємства слід враховувати відносний характер цього поняття: конкурентоспроможність продукції можна визначити тільки за допомогою порівняння з продукцією-аналогом; кожний покупець має свій критерій оцінки певної продукції, який узгоджений із конкретним ринком і певним часом продажу. Проте автор вважає, що оцінювання ефективності потенціалу конкурентоспроможності необхідно, на основі аналізу внутрішнього економічного потенціалу та зовнішніх конкурентних переваг, спрямовувати на визначення ринкової вартості та перспектив її нарощування. Такий підхід до оцінки потенціалу підприємства дає відповідь на питання виявлення прихованих резервів формування нових конкурентних переваг, можливостей та розвиток компетенцій підприємства транспортної галузі [2].

Останнім часом набули поширення комплексні інтегральні методики, засновані як правило, на експертних дослідженнях впливу тих чи інших факторів. Вузькоспеціалізовані методичні підходи дозволяють вирішувати завдання аналізу стану потенціалу підприємств або встановлювати єдиний критерій для визначення конкурентного статусу і місця підприємства на ринку. При формалізації інтегрального критерію конкурентоспроможності продукції або підприємств використовують один з трьох підходів:

1. Системний – полягає в оцінці факторів зовнішнього середовища та внутрішньої структури.

2. Комплексний – враховуються аспекти кожної сфери управління на підприємстві, або його локального потенціалу (виробничого, логістичного, інноваційного тощо) в плані забезпечення конкурентоспроможності.

3. Нормативний – здійснюється моніторинг факторів забезпечення конкурентної переваги.

На думку Михайленко О.В., при визначенні інтегральної оцінки конкурентних переваг враховуються результати всіх підходів у своїй сукупності, однак велика увага надається комплексному підходу [3]. При цьому виділяються визначні аспекти, які притаманні різним потенціалам, а саме:

– для виробничого потенціалу – це технічний рівень виробництва, рівень і якість постачання сировини, ефективність збутової діяльності;

– для організаційного потенціалу – організація виробництва, праці, менеджменту, логістика, організація зовнішньої інфраструктури, ефективність стилю керівництва та удосконалення системи управління;

– економічного потенціалу – рівень рентабельності та кредитоспроможності, фінансової стійкості, використання фінансових інструментів, забезпеченість ресурсами, рівень активізації інвестиційної діяльності;

– наукового потенціалу – глибина аналізу економічних законів, застосування наукових підходів і методів, вивчення і використання наукових напрацювань вітчизняних і зарубіжних науковців, застосування досвіду роботи та науково-технічних досліджень аналогічних підприємств;

– ринкового потенціалу – сила конкуренції, відкритість, маркетинг, формування та підтримка іміджу, рівень прив'язаності до реальності.

Графічні методи аналізу конкурентоспроможності потенціалу підприємств дозволяють визначити місце продукції або підприємства в ринковому середовищі, а при обґрунтованому виборі параметрів для оцінювання – і резерви нарощування конкурентного статусу. До основних методик графічного аналізу відносять модель споживчої задоволеності, багатокутник конкурентоспроможності, метод «радарів» та профіль об'єктів ринку.

Модель споживчої задоволеності, відома також як теорія привабливої якості, що припускає створення списку можливих атрибутів, до яких автор Н.Кано відніс:

1. Необхідні, стандартні (must-be).
2. Критичні, одномірні (one-dimensional).
3. Додаткові, привабливі (attractive).
4. Байдужні (indifferent) [4].

Як показав проведений аналіз методик оцінювання конкурентоспроможності продукції, потенціалу чи підприємств, базою для оцінювання є набір показників впливу факторів середовища. Взаємоузгодженість і вибір показників формується шляхом встановлення цілей оцінювання, базових характеристик об'єкта оцінки, послідовності та інструментарію оцінювання, а також факторами середовища. Тому спочатку узагальнимо фактори, що впливають на розвиток потенціалу транспортної галузі, методологію оцінювання конкурентоспроможності і вартості потенціалу, інструментарій аналізу ефективності управління конкурентними перевагами на ринку транспортних послуг.

На транспортних підприємствах оцінювання потенціалу конкурентоспроможності зазвичай проводиться за інтегральними або графічними методиками, при цьому об'єктом оцінювання виступають або транспортні послуги або підприємства, об'єднані одним ринком послуг. Оцінювання ґрунтуються на встановленні експертним шляхом множини показників та оцінці за параметричним підходом вагових коефіцієнтів у інтегральному критерії порівняння. Розглянемо існуючі методики.

Дубовик Н.В. при оцінюванні сервісних послуг на транспортних підприємствах до основних показників конкурентоспроможності послуг відносить[5]:

- кількісні: розмір, ріст і прибутковість підприємства; сильні і слабкі сторони підприємства; поточна і минула стратегія діяльності підприємства; організаційна і корпоративна культура та ін.

- якісні: популярність підприємства, кваліфікація його персоналу, якість послуг, прихильність споживачів конкретному підприємству, система управління, стратегія діяльності на ринку та інші параметри, які не формалізуються та оцінити які досить складно.

При цьому автор розглядає три методичних підходи: диференціальний, комплексний та змішаний. Згідно з диференціальним підходом порівнюються одиничні параметри аналізованих транспортних послуг:

$$g_i = \frac{P_i}{P_{in}} 100, \% \quad (1)$$

де g_i – одиничний параметричний показник по i -му параметру,
 P_i – величина i -го параметра для аналізованої послуги,
 P_{in} – величина i -го параметра, при якому потреба задовольняється повністю,
 n – кількість аналізованих параметрів.

Описаний метод дозволяє виявити одиничний вплив факторів на конкурентоспроможність транспортних послуг, проте не відображає системності розвитку та ефективність управління потенціалом конкурентоспроможності.

Комплексний метод автором досліджуваної праці ґрунтується на оцінюванні технічних та економічних інтегральних показників:

$$I_{mn} = \sum_{i=1}^n g_i L_i \quad (2)$$

де I_{mn} – груповий показник конкурентоспроможності за технічними параметрами,

g_i – одиничний параметричний показник по i -му технічному параметру,

L_i – вагомість i -го параметра в загальному наборі технічних параметрів, що характеризують потребу,

n – кількість аналізованих параметрів, що беруть участь в оцінці.

Змішаний метод дозволяє виразити здатність послуги конкурувати в певних умовах ринку через комплексний кількісний показник – коефіцієнт конкурентоспроможності:

$$K_j = \sum_{i=1}^n L_i \left(\frac{P_{ij}}{P_{in}} \right)^{\beta_i} \quad (3)$$

де $i = 1, \dots, n$ – число параметрів послуги, що беруть участь в оцінці;

$j = 1, \dots, n$ – види послуги;

L_i – коефіцієнт важливості (значимості) в порівнянні з рештою істотними параметрами послуги;

P_{ij} – конкурентоспроможне значення i -го параметра для j -ої послуги;

P_{in} – бажане значення i -го параметра, яке дозволяє повністю задовольнити потребу споживача;

$\beta_i = +1$, якщо збільшення значення параметра P_{ij} сприяє росту конкурентоспроможності послуги (наприклад, надійності послуги та ін.);

$\beta_i = -1$, якщо збільшення значення параметра P_{ij} приводить до зниження конкурентоспроможності послуги (наприклад, строки, ціна та ін.)

Цей метод найбільш повно показує, на скільки порівнювані послуги є конкурентоспроможними.

На залізничному транспорті Зоріна О.І. та Сиволовська О.В. оцінюють конкурентоспроможність підприємств за формулою[6]:

$$E_U = \frac{P_o * \varphi * \sum a_i * u_i}{C_n + Z_c} \quad (4)$$

де P_o – потенційний обсяг перевезень або сукупний технологічний потенціал,
 φ – коефіцієнт інтенсивності використання потенціалу;
 u_i – показники якості профільних послуг, що надаються клієнтурі: доступність, регулярність, збереження, екологічність, безпека і т.д.;

C_n – ціна (вартість) перевезення, для порівнюваного обсягу, яка визначається попитом і пропозицією, а також величиною транспортних витрат за повний життєвий цикл системи (об'єкту, технічного засобу, технології або окремої поставки);

Z_c – витрати споживача, які залежать від якості транспортного обслуговування, аі – питома вага (ранг) кожного з показників якості.

Для визначення конкурентоспроможності автотранспортного підприємства Г. С. Бондаренко застосовує таку формулу [7]:

$$КСПАТП_j = R_j * КТТП_i * D_j, \quad (5)$$

де КСПАТП – конкурентоспроможність j-го автотранспортного підприємства;
 R_j – рейтингова оцінка фінансового стану транспортних послуг j-го автотранспортного підприємства;

КТТП_i – конкурентоспроможність транспортних послуг i-го підприємства;

D_j – частка ринку j-го підприємства.

До формули Г.С. Бондаренко включає як оцінку фінансового стану, так і оцінку конкурентоспроможності послуг [7]. Однак третя складова формули характеризує не конкурентоспроможність підприємства, а його місце на ринку – конкурентну позицію серед конкурентів. У той же час рейтингова система оцінки фінансового стану підприємства не є абсолютно об'єктивним критерієм, оскільки в цьому випадку не враховано ще багато інших характеристик діяльності.

Кирчата І.М. пропонує наступна загальна модель оцінки конкурентного потенціалу підприємства (КПП) на автотранспортних підприємствах [8]:

$$КПП = f(ПВИР, ПФ-Е, ПУПР, ПН, ПТр, ПМ, ПНФ), \quad (6)$$

де ПВИР – система показників виробничого потенціалу;

ПФ-Е – система показників фінансово-економічного потенціалу;

ПУПР – система показників управлінського потенціалу;

ПН – система показників інноваційного потенціалу;

ПТр – система показників трудового потенціалу;

ПМ – система показників маркетингового потенціалу;

ПНФ – система показників інформаційного потенціалу.

Модель кількісної оцінки конкурентного потенціалу k-го підприємства на визначений момент часу $t=t_i$ матиме такий вигляд:

$$КПП_k(t) = \{ПВИР_k(t); ПФ-Е_k(t); ПУПР_k(t); ПН_k(t); ПТР_k(t); ПМ_k(t); ПНФ_k(t)\}, t=t_i, \quad (7)$$

де $ПВИР_k(t)$, $ПФ-Е_k(t)$, $ПУПР_k(t)$, $ПН_k(t)$, $ПТР_k(t)$, $ПМ_k(t)$, $ПНФ_k(t)$ – відповідно кількісна оцінка виробничого, фінансово-економічного, управлінського, іннова-

ційного, трудового, маркетингового та інформаційного потенціалів в складі конкурентного потенціалу k -го підприємства на визначений момент часу $t=ti$ [8].

Висновки та перспективи подальших досліджень. Як показали проведені дослідження існуючих методик оцінювання конкурентоспроможності, на транспортних підприємствах використовуються переважно інтегральні коефіцієнти, які в поєднанні з графічними або рейтинговими методами відображають місце послуги або підприємства на ринку. Проте в розглянутих методичних підходах не проводиться оцінка ефективності управління потенціалом конкурентоспроможності, а також не аналізується вплив середовища на формування і реалізацію потенціалу.

ЛІТЕРАТУРА

1. *Вовк О.М.* Методичний інструментарій оцінювання вартості потенціалу підприємства за дохідним підходом // Збірник наукових праць Державного економіко-технологічного університету транспорту. Серія «Економіка і управління». – К.: ДЕДУТ, 2013. – Вип. 26. – С. 207–211.
2. *Волосова В.О., Петухова О.М.* Вплив конкурентоспроможності на формування потенціалу підприємства // Наукові праці НУХТ 2014.– Том 20, № 6. – С. 86–92.
3. *Михайленко О.В.* Теоретичні засади визначення конкурентоспроможності потенціалу підприємства // Вісник ОНУ ім. І.І. Мечникова, 2013. – Вип. 2/1. – С. 48–52.
4. *Kano Noriaki, Nobuhiko Seraku, Fumio Takahashi.* Shinichi Tsuji Attractive quality and must-be quality // Journal of the Japanese Society for Quality Control. – 1984.– № 14(2). – April. – P. 39 – 48, с. 44.
5. *Дубовик Н.В.* Оцінка конкурентоспроможності підприємств сервісної діяльності на морському транспорті // Розвиток методів управління та господарювання на транспорті. – № 4 (41), 2012. – С. 166–186.
6. *Зоріна О.І., Сиволовська О.В.* Оцінка конкурентоспроможності транспортної послуги // Вісник економіки транспорту і промисловості. – № 42, 2013. – С. 288–292.
7. *Бондаренко Г.С.* Управление конкурентоспособностью автотранспортного предприятия: Автореф. дис. канд. екон. наук / Харьковский государственный экономический университет. – Х., 2001. – 20 с.
8. *Кирчата І.М.* Оцінка конкурентного потенціалу в системі управління конкурентоспроможністю підприємства: Автореф. дис. канд. екон. наук / Приазовський державний технічний університет. – М., 2007. – 23 с.

REFERENCES

1. *Vovk O.M.* Metodichnij instrumentarij ocinyuvannya vartosti potencialu pidpriemstva za doxidnim pidxodom// Zbirnik naukovix prac' Derzhavnogo ekonomiko-texnologichnogo universitetu transportu. Seriya «Ekonomika i upravlinnya». – K.: DETUT, 2013. – Vip. 26. –S. 207–211.
2. *Volosova V.O., Petuxova O.M.* Vpliv konkurentospromozhnosti na formuvannya potencialu pidpriemstva// Naukovi praci NUXT 2014.– Tom 20, № 6. –S. 86–92.
3. *Mixajlenko O.V.* Teoretichni zasady viznachennya konkurentospromozhnosti potencialu pidpriemstva // Visnik ONU im. I.I. Mechnikova, 2013. – Vip. 2/1. – S.48-52
4. *Kano Noriaki, Nobuhiku Seraku, Fumio Takahashi.* Shinichi Tsuji Attractive quality and must-be quality // Journal of the Japanese Society for Quality Control.– 1984.– № 14(2).– April.– P. 39 – 48, s. 44
5. *Dubovik N.V.* Ocinka konkurentospromozhnosti pidpriemstv servisnoї diyal'nosti na mors'komu transporti // Rozvitok metodiv upravlinnya ta gospodaryuvannya na transporti -№ 4 (41), 2012 – S.166-186
6. *Zorina O.I., Sivolovs'ka O.V.* Ocinka konkurentospromozhnosti transportnoї posluzhi// Visnik ekonomiki transportu i promislovosti. – № 42, 2013 – S. 288-292
7. *Bondarenko G.S.* Upravlenie konkurentosposobnost'yu avtotransportnogo predpriyatiya: Avtoref. dis. kand. ekon. nauk / Har'kovskij gosudarstvenny'j e'konomicheskij universitet. – X., 2001. – 20s.,
8. *Kirchata I.M.* Ocinka konkurentnogo potencialu v sistemі upravlinnya konkurentospromozhnistyu pidpriemstva: Avtoref. dis. kand. ekon. nauk / Priazovs'kij derzhavnij texnichnij universitet. – M., 2007. – 23 s.