

О. О. Масляєва,
асистент, Дніпропетровський державний аграрно-економічний університет

ОСОБЛИВОСТІ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ МОЛОКОПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ

O. Maslyayeva,
lecturer assistant, Dnipropetrovs'k State Agrarian-Economic University

FEATURES OF AN ASSESSMENT OF COMPETITIVE ADVANTAGE OF THE MILK-PROCESSING ENTERPRISES

У статті досліджуються основні принципи та підходи до оцінки конкурентних переваг молокопереробних підприємств.

In article the basic principles and approaches to an assessment of competitive advantage of the milk-processing enterprises.

Ключові слова: конкурентоспроможність, оцінка, конкурентні переваги, зовнішнє середовище, внутрішнє середовище.

Key words: competitiveness, evaluation, competitive advantage, external environment, internal environment.

АКТУАЛЬНІСТЬ ПРОБЛЕМИ

Особливості оцінки рівня конкурентоспроможності вітчизняної продукції в умовах подальшого розвитку економіки пов'язана, насамперед, з розробкою системи управління конкурентоспроможністю. Завоювання й утримання конкурентних переваг — ключові фактори успіху підприємства в конкурентній боротьбі. Особливої гостроти ця проблема досягає в умовах посилення інтенсивності конкуренції на ринках продукції молокопереробних підприємств, де виробникам продукції потрібно постійно відслідковувати зміни попиту вартості сировинних ресурсів, оскільки питання рентабельності активів прямо залежить від ступеня використання новітніх підходів у сфері стратегічного маркетингу. Формування конкурентних відносин сприяє створенню розвинутого, цивілізованого ринку, який включає сферу виробництва й товарообміну. Для сформованих концептуальних підходів щодо оцінки конкурентних переваг характерна безліч відмінностей, що стосуються постановки цілей, теоретико-методологічної й практичної бази процесу дослідження й аналізу ринку.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Незважаючи на значні досягнення в теорії й практиці оцінки та управління конкурентоспроможністю підприємства, є ряд проблем, які залишаються предме-

том дискусій та обговорення вчених-економістів. Так, у більшості наукових праць вітчизняних і закордонних учених використовується універсальний підхід при дослідженні ролі та оцінки конкурентних переваг підприємства з урахуванням посилення інтенсивності галузевої конкуренції. Вітчизняними вченими пропонуються обмежена кількість методів оцінки конкурентоспроможності саме підприємств молокопереробної спеціалізації.

ФОРМУЛЮВАННЯ МЕТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Метою статті є узагальнення методів оцінки конкурентних переваг молокопереробних підприємств.

ВИКЛАДЕННЯ ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

Управління конкурентними перевагами суб'єкта передбачає комплексне вивчення системи формуючих внутрішніх та зовнішніх факторів, а також використання сучасних, науково обґрунтованих оціночних методик. Специфічні умови діяльності молокопереробних підприємств передбачають необхідність розробки адаптованих методик, які відповідають особливостям галузевого механізму конкуренції. В загальному вигляді схема запропонованої методики наведена на рисунку 1.

На першому етапі оцінки визначається потенційний рівень переваг підприємства як похідна від рівня привабливості зовнішнього середовища та внутрішнього конкурентного потенціалу суб'єкта. Функціонування пе-

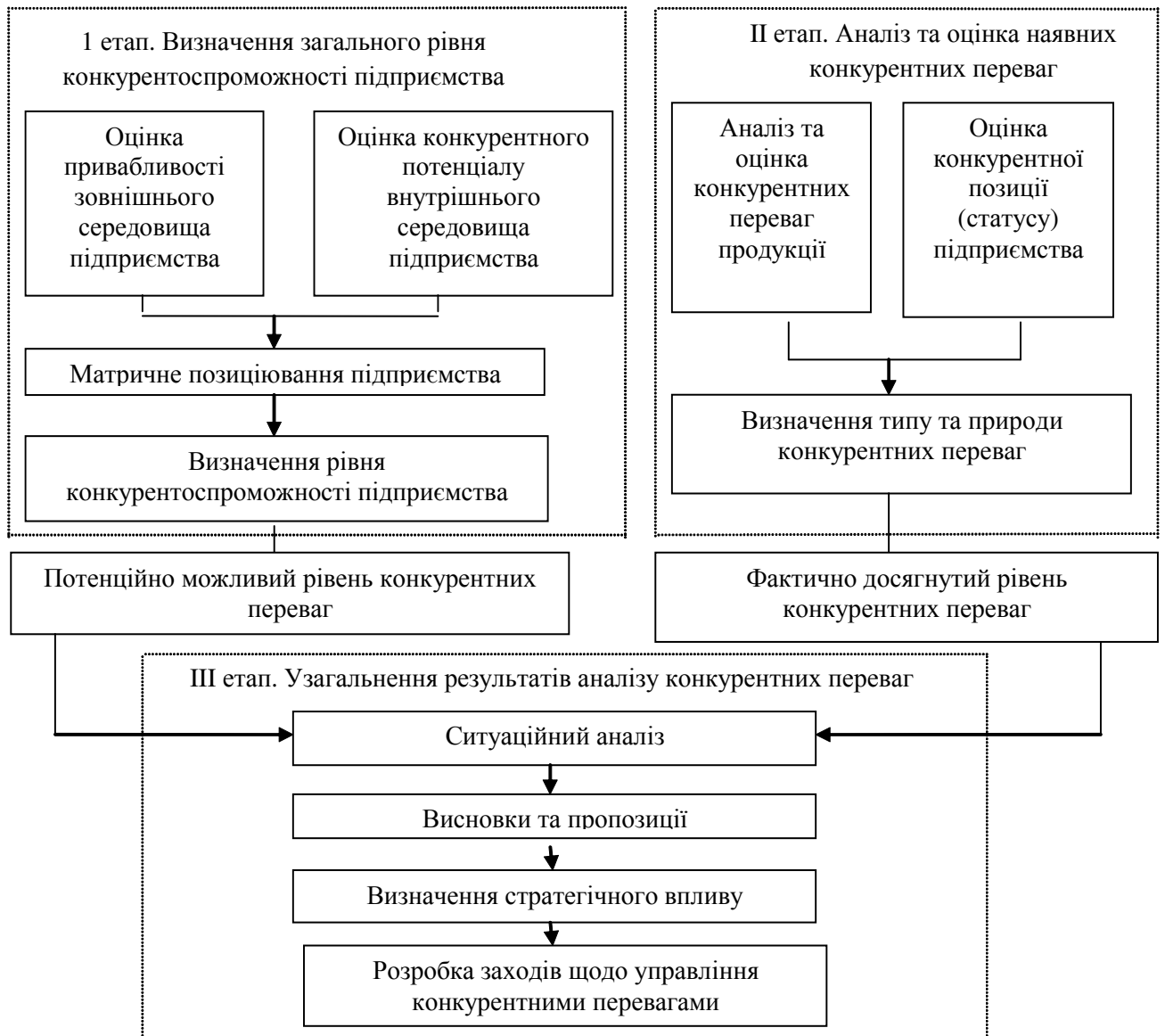


Рис. 1. Алгоритм оцінки конкурентних переваг молокопереробних підприємств

реробних підприємств як відкритої системи, яка знаходиться під впливом зовнішніх факторів, передбачає вивчення їх привабливості як діяльності суб'єктів конкуренції. При вивченні зовнішнього середовища важливе значення повинно приділятися визначенню галузевих та географічних кордонів, котрі формують межі прямого впливу факторів на діяльність виробника. У першому випадку область прямого впливу може бути обмежена як рамками всієї галузі, так і окремих внутрішньогалузевих сегментів. Інший тип кордонів галузі — існування локального простору, відокремленого від інших територіальними бар'єрами. У реальності прояв даних типів кордонів носить взаємопов'язаний характер, що сприяє формуванню ринкових структур з різноманітним якісним і кількісним складом факторів [1].

В основі базового складу зовнішніх факторів передбачається використання "концепції розширеного суперництва" М. Портера з наступним складом факторів зовнішнього середовища: постачальники; кінцеві споживачі; торгові посередники; а також прямі і потенційні конкуренти [3].

Вплив факторів передбачається розглядати через призму взаємодії суб'єкта й підсистем зовнішнього середовища. Початковим кроком є виділення із загальної маси системоутворюючих елементів зовнішнього і внутрішнього середовища провідних груп факторів. Підбір складу факторів здійснюється за допомогою групи експертів та залежить від специфіки механізму конкуренції в даній галузі. Потім проводиться оцінка кожного фактору. За допомогою методичного інструментарію описують критерії та розраховують сумарні показники стану зовнішнього і внутрішнього середовища. Отримані критерії являють собою не що інше як показники-індикатори, що розкривають характер і потенціал впливу окремого фактору. Відображенням фактичного рівня взаємодії виробника із зовнішнім середовищем є відношення реального і потенційно можливого обсягів виробництва чи споживання ресурсів(товарів) і розміру вартості ресурсів (товарів), що склалася між учасниками обміну.

Деяко інший підхід пропонується стосовно дослідження конкуренції між виробниками. У даному випадку

Таблиця 1. Критерії оцінки впливу основних груп факторів на рівень привабливості зовнішнього середовища

Факторні критерії	Економічна інтерпретація	Методика розрахунку показника
1. Постачальники молока (сировини)		
валове виробництво молока на душу населення, кг	забезпеченість ринку сировиною для виробництва молочних продуктів	валове виробництво молока, тонн / чисельність населення в межах даного ринкового сегмента, тис.чол.
рентабельність виробництва молока	економічна незалежність постачальників від виробників	чистий прибуток, тис. грн./ сума затрат на виробництво молока, тис. грн.* 100%
коефіцієнт товарності виробництва молока	зацікавленість постачальників в реалізації молока переробним підприємствам	обсяг молока, реалізованого переробним підприємствам, тис. тонн / валове виробництво молока, тис. тонн * 100%
2. Кінцеві споживачі молочної продукції		
ступінь задоволення споживчого попиту	рівень споживання молочної продукції відповідно фізіологічних потреб	спожита молочна продукція в розрахунку на 1 споживача, кг / спожита молочна продукція в розрахунку на 1 споживача відповідно нормам, кг * 100%
коефіцієнт відношення витрат на молочну продукцію і грошових доходів, %	залежність вартості споживання молочної продукції від рівня доходів споживачів	затрати на споживання молочних продуктів в розрахунку на 1 споживача, грн. / загальні доходи споживачів, грн.* 100%
середня ціна 1 кг спожитої молочної продукції, грн.	залежність якості споживання молочної продукції від рівня доходів споживачів	вартість спожитих молочних продуктів, грн./обсяг споживання молочної продукції, кг
3. Торгові посередники		
частка торговельних організацій в загальному обороті торгівлі молочною продукцією, %	показує рівень наявності в роздрібно-збутовій мережі торгових організацій	середньорічний оборот роздрібно торгівлі торговельних організацій, тис. грн./ середньорічний оборот торгівлі всіх роздрібних посередників, тис. грн.* 100%
частка молочної продукції в середньорічному обороті торгівлі продовольчими товарами, %	характеризує зацікавленість посередників в розширенні реалізації молочної продукції	середньорічний оборот торгівлі молочною продукцією, тис. грн./ середньорічний оборот торгівлі продовольчими товарами, тис. грн.* 100%
4. Конкуренти		
коефіцієнт концентрації виробництва, од.	характеризує ступінь концентрації виробників молочної продукції на ринку	сума ринкових часток трьох найбільших виробників молочної продукції (у відсотковому відношенні)
коефіцієнт ентропії, од.	показник протилежний концентрації, показує ступінь рівномірності розподілу часток ринку	середнє значення логарифма величини, оберненої ринковій частці, виважене по ринковим часткам виробників
показник дисперсії ринкової долі товаровиробників, од.	характеризує ступінь нерівності розмірів конкурентів, виходячи із ступеню розподілу їх часток	сума відношення квадратів рівностей ринкових часток підприємства від величини середнього розміру частки / загальна кількість підприємств
коефіцієнт відкритості ринку для міжрегіональної та міжнаціональної конкуренції, од.	характеризує рівень бар'єрів входу на ринок для конкурентів з інших ринків	об'єм ввозу молочної продукції на регіональний ринок, тис. тонн/ загальна ємність регіонального ринку молокопродуктів, тис. тонн * 100%
коефіцієнт відкритості ринку для нових товаровиробників, од.	показує рівень бар'єрів входу на ринок для потенційних конкурентів	об'єм виробництва молочної продукції підприємства, яке з'явилося на ринку в досліджуваному періоді, тис. тонн / об'єм виробництва молочної продукції всіма товаровиробниками, тис. тонн *100%

виробник і конкурент є елементами однієї підсистеми і пов'язані між собою відносинами іншого характеру. Оціночні критерії в цьому випадку базуються на характеристиці внутрішнього розвитку даної підсистеми.

Дослідження зовнішнього середовища молокопереробних організацій дозволило визначити склад факторів, які представлені наступними групами: постачальники сировини (молока), кінцеві покупці молочної продукції, торгові посередники (проміжні споживачі) і стан конкуренції на ринку (діяльність конкурентів). Оціночні критерії, що відображають ступінь і напрям впливу зазначених факторів зовнішнього середовища з урахуванням існуючих особливостей галузі наведено в таблиці 1.

Виявлення здатності виробника ефективно конкурувати з іншими суб'єктами за обмежені ресурси зовнішнього середовища з урахуванням якості своїх внутрішніх складових, є наступним етапом дослідження. Важливість впливу факторів внутрішнього середовища

на формування конкурентних переваг суб'єкта залежить від кількісного і якісного наповнення даної факторної характеристики, а також від ефективності її впливу [1]. Структура факторів внутрішнього середовища молокопереробного підприємства, сформована на основі розмежування функціональних зон діяльності та включає такі характеристики: виробництво; менеджмент; маркетинг; управління персоналом; фінансовий стан.

При визначенні критеріїв оцінки внутрішніх факторів застосовується принцип відображення підсумкової оцінки різних характеристик об'єкта. Але на практиці фактори та показники, що описують діяльність підприємства, мають високу взаємозалежність. Це пояснюється наявністю зв'язків функціональних зон підприємства між собою. Для аналізу та оцінки факторів внутрішнього середовища, сформованих на основі вивчення існуючих методик аналізу внутрішнього середовища підприємства і думок галузевих фахівців, пропонується використовувати наступний ряд критеріїв (табл. 2).

Таблиця 2. Критерії оцінки основних груп факторів внутрішнього середовища переробних підприємств

Факторні критерії	Економічна інтерпретація	Методика розрахунку показника
1. Виробництво		
рентабельність виробничої діяльності, %	показує ефективність грошових коштів вкладених у виробництво продукції	чистий прибуток, тис. грн./ сума затрат на виробництво молочної продукції, тис. грн.*100%
коефіцієнт відповідності молочної продукції вимогам ДСТУ, %	характеризує рівень технологічної та виробничої бази підприємства	об'єм випуску молочної продукції, відповідно потреб ДСТУ, тис. тонн/ загальний об'єм випуску молочної продукції, тис. тонн* 100%
коефіцієнт використання виробничих потужностей, %	відображає ступінь використання обладнання	фактичний об'єм випуску молочної продукції, тис. тонн / об'єм виробничих потужностей підприємства тис.тон.* 100%
2. Менеджмент		
коефіцієнт окупності витрат на утримання управлінського персоналу, од.	свідчить про результативність роботи управлінського персоналу	чистий прибуток, тис. грн. / річний фонд заробітної плати управлінського персоналу, тис. грн.
питома вага видатків на організацію управління, %	показує розмір витрат на організацію управлінської діяльності в організації	середньорічні витрати на організацію управління, тис.грн. / середньорічна вартість продукції, тис. грн. * 100%
коефіцієнт кваліфікації управлінських кадрів, %	характеризує якісний склад управлінського персоналу	чисельність управлінських працівників з рівнем освіти не нижче вищого професійного, чол. / загальна чисельність працівників управління, чол. * 100%
3. Персонал		
коефіцієнт окупності витрат на утримання співробітників підприємства, од.	відображає ефективність грошових коштів, що витрачаються на утримання персоналу	чистий прибуток підприємства, тис. грн. / річний фонд заробітної плати, тис. грн.
коефіцієнт кваліфікації персоналу, %	характеризує якісний склад персоналу	чисельність працівників з рівнем освіти не нижче середньої спеціальної, чол. / загальна чисельність працівників, чол. * 100%
коефіцієнт забезпеченості трудовими ресурсами, од.	свідчить про ступінь комплектації підприємства робочою силою	фактична чисельність працівників, чол. / чисельність працівників згідно зі штатним розписом, чол.
4. Маркетинг		
рентабельність продажів, %	показує ефективність маркетингової діяльності	прибуток від реалізації продукції, тис. грн. / виручка, тис.грн. * 100%
коефіцієнт оснащеності маркетингової служби персоналом, %	характеризує якісний склад персоналу	чисельність співробітників, що займаються маркетинговою діяльністю, чол. / загальна чисельність персоналу маркетингової сфери підприємства, чол. * 100%
питома вага витрат на маркетинг у вартості реалізованої продукції, %	свідчить про масштаб впровадження елементів маркетингу на підприємстві	сума витрат на маркетинг, тис. грн. / вартість реалізованої продукції, тис. грн. * 100%
6. Фінансовий стан		
коефіцієнт фінансової автономії (незалежності), од.	характеризує стійкість фінансового стану підприємства	величина власних коштів, тис. грн. / величина джерел фінансування, тис. грн.
коефіцієнт поточної ліквідності, од.	визначає межу безпеки при зміні надходження грошових коштів	оборотні активи, тис. грн. / короткострокові зобов'язання, тис. грн.
рентабельність капіталу, %	характеризує ефективність використання капіталу для отримання прибутку	чистий прибуток, тис. грн. / сума сукупних активів, тис. грн. * 100%

ВИСНОВОК

Сучасні методичні підходи оцінки конкурентних переваг молокопереробних підприємств не знайшли достатнього дослідження у роботах вітчизняних та зарубіжних вчених. У сучасних умовах господарювання при оцінці рівня конкурентоспроможності необхідно враховувати не лише переваги підприємств, але й внутрішні та зовнішні загрози, які визначаються на основі достовірної інформації та експертних оцінок з урахуванням специфіки молокопереробних підприємств. Нами запропоновано алгоритм оцінки конкурентних переваг, який здійснюється в три етапи та критерії оцінки впливу факторів зовнішнього та внутрішнього середовищ молокопереробних підприємств.

Література:

1. Должанський І.З. Конкурентоспроможність підприємства: навч. посіб. / І.З. Должанський, Т.О. За-

горна. — К.: Центр навчальної літератури, 2006. — 384 с.

2. Клюкач В.А. Маркетинг сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия. — М., 1998. — 157 с.

3. Портер М. Конкуренция. — Изд-во: Вильямс, 2005. — 110 с.

References:

1. Dolzhans'kyj, I.Z. (2006), Konkurentospromozhnist' pidpryemstva [Competitiveness of enterprises], Tsentr navchal'noi literatury, Kyiv, Ukraine.

2. Kliukach, V.A. (1998), Marketynh sel'skokhoziajstvennoj produktsyy, syr'ia y prodovol'stvyia [Marketing of agricultural products, raw materials and food], Moscow, Russia.

3. Porter, M. (2005), Konkurentsya [Competition], Vyl'iams.

Стаття надійшла до редакції 25.03.2014 р.