

УДК 658:338.24

Лантєва В.В.,

кандидат економічних наук,

ст. викладач кафедри економіки та фінансів підприємства

Київського національного торгово-економічного університету

РОЗРОБКА КЛАСИФІКАЦІЇ ФАКТОРІВ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Розробка стратегії конкуренції значною мірою означає вироблення широкого формування того, яким буде бізнес, якими повинні бути його цілі, яка політика є необхідною для їх досягнення, які фактори впливають на цю політику. Чинники, які впливають на конкуренцію в певній галузі, та причини, що народжують їх, піддаються діагнозу, підприємство отримує можливість оцінити всі слабкі та сильні сторони співвідносно з галуззю в цілому.

Автором були використані праці слідуючих вчених: Захарченко В. [1; 2], Кобиляцького Л. [3], Портера [4], Чайнікова Л. [6], Юдіна М. [7] та ін. Але на сьогодні ще не достатньо пророблені кількісні визначення конкурентоспроможності промислового підприємства.

Метою даної статті є запропонувати методичний підхід оцінки факторів конкурентоспроможності промислового підприємства.

Для оцінки рівня конкурентоспроможності промислового підприємства важливим завданням є встановлення конкретного набору чинників, які визначають її величину і впливають на її зміну. Економічна ефективність підприємства в умовах ринку залежить від трьох груп факторів [6]:

I група – фактори, що відображають ступінь задоволення запитів споживачів;

II група – фактори, що відображають економічність, ефективність виробничої діяльності підприємства;

III група – фактори, що відображають ступінь переваги (конкурентоспроможність) оціночних показників підприємства по перших двох групах факторів від аналогічних показників інших підприємств.

Показники третин групи в умовах ринкової економіки набувають провідну роль для розробки економічної стратегії підприємства в силу наступних причин:

- оцінка конкурентоспроможності підприємства дозволяє визначити потенційних споживачів і потенційні об'єми виробництва;

- розрахунок конкурентоспроможності дозволяє визначити діапазон зміни цін на реалізований товар, забезпечуючи найбільшу економічну ефективність;

- показник конкурентоспроможності дозволяє виявити недоліки у виробничо-господарській діяльності та визначити пріоритетні, з точки зору економіки, методи її вдосконалення.

Так, в ході проведення дослідження фахівцями в галузі маркетингу з Великобританії були виявлені основні фактори, що впливають на процес вибору замовником відповідного підприємства-виконавця [4]. При цьому враховувалася думка

представників замовника (табл. 1), а також представників самих підприємств-виготовлювачів (табл. 2) з даного питання.

Зарубіжні дослідники роблять висновок, що в основу прийняття рішення про вибір підрядної фірми в ході тендерних торгів закладається критерій вибору, який є функцією від трьох основних параметрів: вартості, якості та терміну виконання контракту. При цьому процес вибору є компроміс між цими трьома параметрами; організація-замовник приймає рішення про вибір, враховуючи значення зі згаданих параметрів [6].

Результати опитування показують (табл. 1 і 2), що переважна більшість підприємств-виробників та організацій-замовників розглядають фактор вартості як важливіший для укладення контакту. Як видно 84% представників підприємств-виробників і 86,8% представників організацій-замовників, які взяли участь в опитуванні, засновують свої рішення саме на цьому факторі. Фірми-замовники, крім того, в числі найбільш важливих чинників відзначають фінансовий стан промислового підприємства, його репутацію, можливість завершення контракту в більш ранні терміни, а також попередні ділові відносини.

З метою виявлення факторів, що впливають на конкурентоспроможність промислового підприємства в період переходу до ринкових відносин в Україні, був використаний метод формалізації збору та обробки апріорної інформації, основою якого є експертне опитування фахівців промислового виробництва. Використання експертів як джерела отримання інформації – їх судження, якісні та кількісні оцінки в цьому дослідженні базуються на гіпотезі, що у них є відомості і уявлення про конкуренцію і конкурентну боротьбу. Для проведення опитування була запропонована анкета. Експеримент базувався на ймовірнісно-статистичному методі формалізації збору, обліку та обробки апріорної інформації.

Таблиця 1

Аналіз факторів, що впливають на вибір замовником підприємства-виконувача (з точки зору замовників)

| Фактори | Найбільший вплив | Вплив | Достатній вплив | Менший вплив | Найменший вплив |
|---|------------------|-------|-----------------|--------------|-----------------|
| Низька вартість | 86,8 | 2,4 | 6,0 | 2,4 | 2,4 |
| Фінансовий стан | 68,7 | 16,9 | 4,8 | 5,3 | 9,6 |
| Попередні ділові відносини | 31,6 | 12,0 | 15,7 | 6,0 | 30,2 |
| Мінімальний строк виконання контракту | 45,8 | 8,4 | 12,0 | 2,4 | 31,4 |
| Репутація промислової фірми | 51,8 | 19,3 | 13,3 | 2,3 | 15,6 |
| Рекомендації інженерно-консультаційних фірм | 20,8 | 3,7 | 17,0 | 4,9 | 53,6 |
| Неформальні відносини з промисловою фірмою | 4,8 | 1,2 | 10,9 | 7,2 | 75,9 |
| Територіальна близькість промислової фірми | 4,8 | 13,3 | 15,7 | 12,0 | 54,2 |
| Національна приналежність промислової фірми | 4,8 | 4,8 | 9,6 | 3,6 | 77,2 |
| Наявність угоди з профспілками | 7,2 | 3,6 | 9,6 | 6,0 | 30,2 |

Примітка. Цифрами вказаний відсоток від загального числа тих, хто відповів на питання.

Застосування ймовірно-статистичних методів значно розширює можливості використання фахівців промислового виробництва в якості експертів. Прості статистичні методи в поєднанні з добре розвинутою інтуїцією, великим накопиченим досвідом роботи і здоровим глуздом опиняються, як правило, найбільш успішними при оцінці перспектив і виборі варіантів вирішення поставлених задач [3; 6].

Таблиця 2

Аналіз факторів, що впливають на вибір замовником підприємства-виконавця (з точки зору підприємства-виконавця)

| Фактори | Найбільший вплив | Вплив | Достатній вплив | Менший вплив | Найменший вплив |
|--|------------------|-------|-----------------|--------------|-----------------|
| Низька вартість | 84,0 | 9,6 | 3,2 | 3,2 | - |
| Репутація промислової фірми | 62,4 | 19,4 | 11,8 | 4,2 | 2,2 |
| Попередні ділові відносини | 39,8 | 17,2 | 15,0 | 11,8 | 16,2 |
| Мінімальний строк виконання контракту | 37,6 | 20,4 | 10,8 | 4,3 | 26,9 |
| Фінансовий стан фірми | 31,5 | 21,7 | 21,8 | 13,0 | 12,0 |
| Досвід промислової фірми в веденні переговорів | 20,9 | 15,4 | 15,3 | 9,9 | 38,5 |
| Неформальні відносини з промисловою фірмою | 13,3 | 13,3 | 20,0 | 16,6 | 36,7 |
| Територіальна близькість промислової фірми | 7,7 | 8,9 | 13,3 | 12,3 | 57,8 |
| Наявність угоди з профспілками | 7,8 | 3,4 | 10,2 | 15,7 | 62,9 |
| Національна приналежність промислової фірми | 1,1 | 6,6 | 6,6 | 6,6 | 79,1 |
| Стан реклами в промисловій фірмі | 1,1 | 1,1 | 4,4 | 3,3 | 90,1 |

Примітка. Цифрами вказаний відсоток від загального числа тих, хто відповів на питання.

За результатами експертного опитування та досліджень, проведених на прикладі 13 промислових фірм Одеської області, найбільш значущі чинники із загальної сукупності представлені в таблицях 3 і 4.

Таблиця 3

Група факторів (по результатам експертного опитування)

| № | Найменування фактора | Умовне значення фактора | Середня сума рангів |
|---|------------------------------|-------------------------|---------------------|
| 1 | Якість продукції | x_1 | 25 |
| 2 | Репутація фірми | x_2 | 42,5 |
| 3 | Низька ціна зведення об'єкта | x_3 | 43 |
| 4 | Фінансовий стан фірми | x_4 | 49 |
| 5 | Виконання строків | x_5 | 51,5 |

Таблиця 4

Група факторів (по результатам експертного опитування)

| № | Найменування фактора | Умовне значення фактора | Середня сума рангів |
|---|---------------------------|-------------------------|---------------------|
| 1 | Рівень рентабельності | x_1 | 25,5 |
| 2 | Собівартість | x_2 | 25,5 |
| 3 | Кваліфікація робочих | x_3 | 55 |
| 4 | Рівень фондівдачі | x_4 | 71 |
| 5 | Фондоозброєність робочого | x_5 | 74,5 |
| 6 | Розмір заробітної плати | x_6 | 88 |

В результаті дослідження і постановці пасивного експерименту визначилися чинники, які мають першорядне значення для підтримки конкурентоспроможності промислового підприємства і які, за винятком репутації організації та якості продукції, з достатнім ступенем точності і достовірності можуть бути кількісно вимірні. Що стосується фінансового стану, то на сучасному етапі подібного роду інформація є комерційною таємницею і її обробка з цієї причини утруднена. У разі отримання цієї інформації для її обробки можна скористатися рекомендаціями, приведених в роботах, присвячених даній проблемі [2; 3; 6].

За результатами апіорного ранжирування встановлено перелік, що складається з одинадцяти факторів, найбільш істотно впливають на конкурентоспроможність промислового підприємства. Даний висновок підтверджується узгодженістю думок експертів.

Виходячи з проведеного дослідження, а також аналізу робіт з даної проблеми [1; 5; 7], в якості факторів, що відбивають запити споживачів і визначають конкурентоздатність промислової продукції (фактори I групи), пропонують наступне: ціна, дотримання термінів виготовлення, якість, умови платежів, репутація, фінансовий стан підприємства.

Як фактори, що відбивають ефективність виробництва (фактори другої групи, що мають кількісне вираження), на основі проведеного дослідження було обрано такі: рівень рентабельності, собівартість, кваліфікація робітників, рівень фондівдачі, рівень оплати праці, фондоозброєність робітника.

Таким чином, представлений набір факторів відображає різні сторони функціонування промислового підприємства в області організації, технічного оснащення та економічних показників діяльності та управління виробництвом і служить основою для кількісної оцінки конкурентоздатності промислових підприємств і може бути рекомендований для інших підприємств.

Література

1. Буркинський Б.В. Формирование конкурентоспособности в контексте регионального развития / Б.В. Буркинський, В.И. Захарченко и др. – Одесса: ИПРЭАН НАНУ, 2009.- 334 с.

2. Захарченко В.И. Конкурентоспособность предприятий: сравнительная оценка / В.И. Захарченко, А. Албул // Сб. научных статей «Инновационные процессы: экономика и управление». – Екатеринбург: УПН, 2000. – 151-155 с.
3. Кобиляцький Л.С. Управління конкурентоспроможністю : навчальний посібник /Л.С.Кобиляцький. – К.: Зовнішня торгівля, 2003. – 304 с.
4. Портер М.Е. Стратегія конкуренції : [Переклад з англійської] /М.Е. Портер. – К.: Основи, 1998. – 390 с.
5. Розвиток стратегічних підходів до управління підприємством у нестабільних умовах : кол. монографія / Під редакцією В.І. Захарченко. –Донецьк: Ноулідж, 2014. – 188 с.
6. Чайникова Л.Н. Конкурентоспособность предприятия : учебное пособие /Л.Н. Чайникова. – Тамбов: Издательство Тамбовский государственный университет, 2007. – 192 с.
7. Юдін М.А. Регуляторна політика держави у забезпеченні конкурентоспроможності енергозберігаючої машинобудівної продукції : монографія /М.А. Юдін. – Одеса: ШЕЕД НАНУ, 2011. – 264 с.

Анотація

Лаптева В.В. Розробка класифікації факторів конкурентоспроможності промислових підприємств. – Стаття.

У статті запропоновано методичний підхід щодо встановлення набору чинників для оцінки конкурентоздатності промислового підприємства. Використовуються методи: анкетного опитування, формалізації збору та обробки інформації, статистичний, ранжування. Проведено угруповання чинників конкурентоздатності підприємства.

Ключові слова: конкурентоздатність, підприємство, фактор, продукція, споживач, оцінка, показник.

Аннотация

Лаптева В.В. Разработка классификации факторов конкурентоспособности промышленных предприятий. – Статья.

В статье предложен методический подход по установлению набора факторов для оценки конкурентоспособности промышленного предприятия. Используются методы: анкетного опроса, формализации сбора и обработки информации, статистический, ранжирование. Проведено группирование факторов конкурентоспособностей предприятия.

Ключевые слова: конкурентоспособность, предприятие, фактор, продукция, потребитель, оценка, показатель.

Annotation

Lapteva V.V. Development of classification of factors of competitiveness of industrial enterprises. – Article.

This article suggests methodological approaches to identify the factors of production enterprise competitiveness estimation. The research shows the wide range of methods, such as questionnaire filling, methods of information gaining and processing formalization, statistics method and ranking making method. The factors of production enterprise competitiveness are suggested to be represented in groups.

Key words: competition, enterprise, factor, production, estimate, index.