

МЕТОДОЛОГІЧНИЙ ПІДХІД ДО ОЦІНКИ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Л.В. Буценко, асистент

Національний університет біоресурсів і природокористування України

У статті розглянуто методологію дослідження та оцінки конкурентних переваг сільськогосподарських підприємств, запропоновано інтегральний показник їх оцінки як систем.

Ключові слова: конкурентні переваги, оцінка конкурентних переваг, конкурентоспроможність, стратегічний розвиток.

Постановка проблеми. Успішне функціонування вітчизняних сільськогосподарських підприємств у конкурентному ринковому середовищі вимагає від них неабияких зусиль у формуванні та розвитку конкурентних переваг, що забезпечують їх конкурентоспроможність. У зв'язку з цим, виникає об'єктивна необхідність визначення методологічного підходу до оцінки конкурентних переваг підприємств, що дозволить виробити адекватні стратегічні рішення у забезпеченні їх стратегічного розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Значний науковий внесок в дослідження теоретичних проблем конкуренції, конкурентних переваг конкурентоспроможності, зокрема, в галузі промисловості внесли такі вітчизняні та закордонні вчені-економісти: Г.А. Азоєв, Д.О. Барабась, А.Є. Воронкова, О.П. Градов, В.А. Дикань, Ю.Б. Іванов, І.П. Отенко, Є.О. Полтавська, М. Портер, Р.А. Фатхутдінов, О.В. Царенко, А.Ю. Юданов та ін. Безпосередньо конкурентоспроможність та конкурентні переваги підприємств аграрного сектора досліджувалися в роботах: О.Д. Гудзинського, В.П. Горьового, Л.А. Євчук, М.Й. Маліка, Н.В. Радченко, С.М. Судомир, А.О. Шепіцена, О.О. Школьного та ін. Разом з тим питання оцінки конкурентних переваг сільськогосподарських підприємств як системи є недостатньо вирішені і обумовлюють необхідність та актуальність теми дослідження.

Метою статті є обґрунтування методології оцінки конкурентних переваг сільськогосподарських підприємств як системи.

Результати досліджень. Конкурентні переваги – це складна категорія, яка має ряд властивостей і яку слід розглядати з позиції системно-комплексного підходу. Тому система оцінки конкурентних переваг має включати внутрішній та зовнішній потенціал господарюючих структур, оскільки конкурентні переваги є результатом системної, комплексної взаємодії всіх складових системи управління організацією під дією динамічних сил конкуренції, що при взаємодії дозволяють досягти синергічного ефекту. Для ефективності управління конкурентними перевагами необхідне виявлення основних показників, критеріїв та методів оцінки конкурентних переваг, що дозволить визначити резерви підвищення і можливості формування нових стійких конкурентних переваг для подальшого сталого розвитку та конкурентоспроможності підприємства на ринку. Також умовою формування конкурентних переваг підприємств є оцінка позиції організаційних структур на ринку та оцінка конкурентного середовища, що дозволить виділити тенденції зміни і перспективні напрямки формування конкурентних переваг.

Оцінка конкурентних переваг здійснюється за допомогою матричних, економіко-статистичних методів, методу рангів, методу попарних порівнянь, бальної оцінки, індексного методу, методу експертних оцінок, інтегрального критерію та інших методів. Оцінка конкурентного середовища дає змогу визначити ступінь інтенсивності конкуренції, з'ясувати напрямки конкурентного суперництва у досягненні конкурентних переваг. Показниками оцінки конкурентного середовища та ступеня інтенсивності конкуренції на відповідному ринку є такі: ринкові частки підприємств, коефіцієнт варіації ринкових часток, показники інтенсивності конкуренції, коефіцієнт ринкової концентрації, Індекс Херфіндаля-Хіршмана, Індекс Розенблюта, Індекс Лінда, Коефіцієнт Джині, Коефіцієнт Лоренца та ін.

В умовах ринкової економіки для розвитку конкурентних переваг все більшу увагу слід приділяти факторам внутрішнього середовища їх формування, адже адаптація конкурентних переваг до зовнішнього середовища залежить від наявності системи сформованого конкурентоздатного потенціалу та організаційних компетенцій. У такому випадку, методи кількісної та якісної оцінки факторів зовнішнього та внутрішнього середовища дадуть змогу сформувати інформаційну базу для прийняття якісних управлінських рішень щодо розвитку конкурентних переваг та формування відповідних стратегій подальшого функціонування.

Складність аналізу конкурентних переваг полягає у визначенні показників їх оцінки. Сьогодні вченими економістами робляться спроби сформувати систему показників оцінки конкурентних переваг підприємств, проте вони стосуються певної галузі дослідження, сегменту ринку, мети та умов функціонування підприємств і т. д. Ряд авторів в оцінці конкурентних переваг схиляються до таких показників:

- диференціація ринків для кожного виду продукту; диференціація продукції; потреб у капіталовкладеннях як у цілому, так і по окремих видах продукції; потреба у засобах формування попиту на ринку та стимулювання збуту; забезпечення переваги на ринку шляхом сприятливої думки споживачів [1; 2];

- переваги у зовнішньому середовищі (мікросередовище, інфраструктура ринку, макросередовище); переваги внутрішнього середовища (технології, організація процесів, ресурси); переваги у ресурсозбереженні та якості товарів; переваги на ринку (обсяг ринку, кількість конкурентів тощо) [3, с. 267];

- показники конкурентних переваг: виробничої сфери; інноваційної, сервісної, маркетингової, фінансово-інвестиційної діяльності [4, с. 139 – 140];

- показники ефективності діяльності; фінансового стану; конкурентного потенціалу; ефективності збуту та просування продукції; соціальної ефективності; екологічність виробництва; конкурентоспроможність продукції та іміджу підприємства [5, с. 70 – 71].

У роботі [6, с. 79], посилаючись на автора [7], представлено інтегральний показник оцінки конкурентних переваг за формулою (1):

$$K = \frac{I_{\Pi}}{I_{\Pi K}} = \frac{\sqrt[9]{I_K I_P I_{II} I_{\Phi C} I_{CK} I_{OC} I_P I_{DC} I_{IC}}}{\sqrt[9]{I_{Kk} I_{Pk} I_{Ik} I_{\Phi Ck} I_{CKk} I_{OCk} I_{Pk} I_{Dck} I_{ICk}}}, \quad (1)$$

де K – комплексний показник конкурентних переваг підприємства; I_{Π} – узагальнюючий показник конкурентних переваг відповідно до оцінюваного підприємства і підприємства-конкурента; $I_K I_{Kk}$ – індекс якості продукції відповідно до оцінюваного підприємства і конкурента; $I_{II} I_{IIk}$ – індекс частки ринку відповідно до оцінюваного підприємства і підприємства-конкурента; $I_{\Phi C} I_{\Phi Ck}$ – індекси іміджу; $I_{\Phi C} I_{\Phi Ck}$ – індекси фінансового стану; $I_{CK} I_{CKk}$ – індекси системи якості; $I_{OC} I_{OCk}$ – індекси служби сервісу; $I_P I_{Pk}$ – індекси реклами; $I_{DC} I_{Dck}$ – індекси ділової співпраці; $I_{IC} I_{ICk}$ – індекси інфляційної системи.

У даний показник автор вкладає значну кількість критеріїв оцінки зовнішнього та внутрішнього середовища, що нами підтримується. Проте, проаналізувавши ряд економічної літератури з питань даного дослідження, поряд із показниками, що характеризують результативність діяльності, не у повній мірі враховуються переваги управління, управлінського профілю, економічного, екологічного та соціального розвитку, ефективності реалізованих рішень та показників раціонального використання ресурсної бази.

В основу методології формування системи оцінки конкурентних переваг підприємства, із використанням ідеї авторів [8], нами покладено наступні групи критеріїв та показників:

- конкурентний потенціал: рівень сформованості внутрішнього потенціалу, рівень сформованості зовнішнього потенціалу;
- конкурентоспроможність: рівень забезпечення результативних показників діяльності; показники оцінки стану, тенденцій розвитку та позиції підприємства на ринку;

- інноваційність: рівень сформованого інноваційного потенціалу; рівень забезпечення інноваційних конкурентних переваг; рівень здатності системи організації та управління до застосування та реалізації нововведень;

- сталість розвитку: рівень ціннісних орієнтацій; рівень економічного розвитку; рівень соціального розвитку; рівень екологічного розвитку. А також групи критеріїв оцінки рівня розвитку підприємства та можливостей формування системи конкурентних переваг: конкурентоздатність, конкурентостійкість, конкурентна позиція, синергічність.

Виходячи із цільової спрямованості діяльності сільськогосподарських підприємств, критеріїв оцінки, нами пропонується оцінка конкурентних переваг останніх як системи через інтегральний показник за формулою (2):

$$KП = \sqrt[n]{K_{n.n.} K_{n.p.n.} K_{n.y} K_{n.p} K_{k.z} K_{i.n} K_{n.i.p} K_{n.e.p} K_{n.c.p}}, \text{ де } k > 0 \quad (2)$$

де $KП$ – інтегральний показник конкурентних переваг підприємства; $K_{п.п.}$ – коефіцієнт конкурентних переваг продукції; $K_{п.р.п.}$ – коефіцієнт конкурентних переваг ресурсного потенціалу; $K_{n.y}$ – коефіцієнт конкурентних переваг управління; $K_{n.p.}$ – коефіцієнт позиції підприємства на ринку; $K_{к.з.}$ – коефіцієнт конкурентних переваг комунікаційно-господарських зв'язків; $K_{i.n.}$ – коефіцієнт інвестиційної привабливості підприємства; $K_{n.i.p.}$ – коефіцієнт конкурентних переваг інноваційного розвитку; $K_{n.e.p.}$ – коефіцієнт конкурентних переваг екологічного розвитку; $K_{n.c.p.}$ – коефіцієнт конкурентних переваг соціального розвитку; n – кількість показників.

В основу розрахунків окремих оціночних показників нами покладено методику, запропоновану О. Д. Гудзинським, Т. М. Пахомовою [9, с. 83 – 84; 86 – 87], О. Д. Гудзинським, С. М. Судомир, Т. О. Гуренко [8, с. 52, 71 - 72] та П. І. Коренюком [10, с. 102 – 104] із доповненнями автора.

Проведені дослідження згідно із запропонованим нами інтегрованим показником конкурентних переваг на базі сільськогосподарських підприємств Миронівського району Київської області вказують, що у 14,3% досліджуваних госпо-

дарств даний показник знаходиться на рівні від 0,70 до 0,96 коефіцієнта, при максимальному значенні коефіцієнта 1,0. Це свідчить про наявність системи конкурентних переваг у забезпеченні результативності та відповідного конкурентного статусу підприємства на ринку. Проте у 85,7% підприємств значення інтегрованого показника конкурентних переваг знаходиться на рівні від 0,28 до 0,60 коефіцієнта і дає змогу зробити висновок про неготовність та неспроможність сільськогосподарських підприємств протистояти дестабілізуючому впливу зовнішніх факторів, задовольнити запити споживачів та інших суб'єктів за інтересами, а також конкурувати із більш сильнішими господарствами за обраними сегментами ринку. На основі групування підприємств за рівнем інтегрованого коефіцієнта конкурентних переваг нами виявлено залежність між рівнем останнього та результативними показниками господарювання. Із збільшенням рівня інтегрованого коефіцієнта конкурентних переваг у 2,2 рази підвищуються у 2,6 та в 2,3 рази виробництво валової продукції та доход від реалізації продукції, робіт та послуг на 100 га сільськогосподарських угідь. Спостерігається тенденція до підвищення прибутковості у 6,7 рази.

Висновок. Запропонована методологія визначення інтегрального показника оцінки конкурентних переваг дозволяє використовувати рівноправно як якісні, так і кількісні параметри конкуруючих суб'єктів, враховуючи динамічність та нестаціонарність показників ринкових умов, поведінки суб'єктів господарювання. Дає змогу комплексно сформулювати зведено-аналітичну інформацію, яка є основою у визначенні ефективності управління конкурентними перевагами, пошук резервів їх формування і розвитку у динамічному конкурентному середовищі.

Література :

1. Дикань В. Л. Обеспечение конкурентоустойчивости предприятий [Текст] : монография / В. Л. Дикань. — Х. : Основа, 1995. — 160 с.
2. Герчикова И. Н. Менеджмент [Текст] : [учебник] / Герчикова И. Н. — [3-е изд.]. М. : Банки и биржи, ЮНИТИ, 2001. — 372 с.
3. Фатхутдінов Р. А. Управління конкурентоздатністю підприємства [Текст] : підручник / Р. А. Фатхутдінов, Г. В. Осовська (ред.). — К. : Кондор, 2009. — 470 с.

4. Отенко І. П. Управління конкурентними перевагами підприємства [Текст] : наукове видання / І. П. Отенко, Є. О. Полтавська; Харківський нац. економічний ун-т. — Харків : ХНЕУ, 2005. — 212 с.
5. Збарський В. К. Конкурентоспроможність високотоварних сільськогосподарських підприємств [Текст] : [монографія] / В. К. Збарський, М. А. Місевич; за ред. професора В. К. Збарського. — К. : ННЦ ІАЕ, 2009. — 310 с.
6. Царенко О. В. Конкурентні переваги легкої промисловості регіонів України : методологія формування та практика [Текст] : монографія / О. В. Царенко ; Національна академія наук України, Рада по вивченню продуктивних сил України. — Донецьк : / Юго-Восток, Лтд /, 2009. — 504 с.
7. Наливайко А. П. теорія стратегії підприємства. Сучасний стан та напрямки розвитку [Текст] : [монографія] / А. П. Наливайко; Київський нац. економічний ун-т. — К. : КНЕУ, 2001. — 227 с.
8. Гудзинський О. Д. Управління формуванням конкурентоспроможного потенціалу підприємств (теоретико-методологічний аспект) [Текст] : монографія / О. Д. Гудзинський, С. М. Судомир, Т. О. Гуренко ; Інститут підготовки кадрів державної служби зайнятості України. — К. : ІПК ДСЗУ, 2010. — 212 с.
9. Гудзинський О. Д. Обліково аналітичний механізм менеджменту підприємств (теоретико-методологічний аспект) [Текст] : монографія / О. Д. Гудзинський, Г. Г. Кірейцев, Т. М. Пахомова, В. К. Савчук; за ред. О. Д. Гудзинського; Інститут підготовки кадрів державної служби зайнятості України. — К. : ІПК ДСЗУ, 2009. — 226, [1] с.
10. Коренюк П. І. Еколого-економічна ефективність відтворювальної системи продовольчого комплексу : теорія, методологія, практика [Текст] : монографія / П. І. Коренюк ; Дніпропетровська держ. фінансова академія. — Дніпропетровськ : ДДФА, 2005. — 355 с.