

РАЗРАБОТКА НАУЧНО-ОБОСНОВАННОЙ МЕТОДИКИ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ АПК

к.э.н., Деркачева В.В., к.э.н. Денисенко И.А.

Луганский национальный аграрный университет, г. Луганск, Украина

Концепция создания и развития конкурентоспособного потенциала базируется на основе стратегических и тактических действий предприятия в конкурентной среде. В условиях рыночных отношений распознавание, изучение характера, признаков, выявление причин отклонения в состоянии конкурентной среды и конкурентоспособного потенциала предприятия целесообразно осуществлять при помощи диагностики, которая является способом, методом и инструментарием всестороннего исследования конкурентных отношений. Необходимость разработки системы стратегического управления конкурентоспособным потенциалом предприятия и отсутствие методологической основы проведения диагностических исследований в данной области определяют актуальность выделения проблемы диагностики в самостоятельный предмет изучения.

Диагностика конкурентоспособного потенциала хлебопекарных предприятий имеет особенно важное значение, поскольку дает возможность установить систему пропорций и разработать направления поддержки их потенциала в сбалансированном состоянии. Диагностика как процесс определения сильных и слабых сторон конкурентов дает возможность более эффективно планировать и использовать силы и ресурсы производства и избежать конфликтов в процессе взаимодействия конкурентов.

Неоднозначность существующих в современной экономике методологических подходов к исследованию конкурентоспособности предприятия определяет и многочисленность используемых методов ее оценки.

По мнению зарубежных исследователей, конкурентоспособность предприятия определяется с помощью многоуровневой иерархии факторов, где верхний уровень – доля рынка, второй уровень – потенциальная конкурентоспособность, третий и четвертый – качество управления, пятый уровень – достигнутые экономические результаты. Наиболее значимыми являются исследования М. Портера, предложившего теорию конкурентных преимуществ, профессора И. Ансоффа, разработавшего на основе рентабельности капиталовложений подход к определению конкурентного статуса фирмы [3, 8].

Методические рекомендации по анализу рыночной доли конкурентов, всей процедуры диагностики конкурентных преимуществ изложены в

работах зарубежных и отечественных ученых и специалистов. Наиболее четко сформулировано и сконцентрировано они изложены в работах профессора Г.Л. Азоева [2]. Конкурентное преимущество, которым владеют на конкурентных рынках различные конкуренты, являются влияющим фактором климата, или конкурентной ситуации, на рынке товара. Конкурентное преимущество определяется набором характеристик, особенностей товара или марки, что дает предприятию определенные преимущества над своими прямыми конкурентами.

Профессор Ю.Б. Иванов объединяет используемые методы определения и оценки уровня конкурентоспособности предприятия в шесть групп: методы, основанные на анализе сравнительных преимуществ; методы, базирующиеся на теории равновесия предприятия и отрасли; методы, основанные на теории эффективной конкуренции и на теории качества товара; матричные методы оценки конкурентоспособности; интегральный метод [5].

Провести диагностику конкурентоспособного потенциала хлебопекарных предприятий, основным направлением которой является оценка их фактического уровня конкурентоспособности. В результате диагностики установить диагноз, то есть определить и описать текущее и перспективное состояния конкурентной среды. На основании установленного диагноза наша задача разработать стратегию, направленную на создание или усиление конкурентоспособного потенциала хлебопекарных предприятий.

Конкурентоспособность хлебопекарных предприятий можно рассматривать в двух аспектах: внешнем (оценка позиции предприятия на рынке) и внутреннем (оценка экономических показателей деятельности предприятия). Исходя из системного подхода к управлению и для совершенного представления о конкурентном уровне определенного предприятия, в нашем исследовании были приняты во внимание и изучены обе стороны данной проблемы.

В ходе анализа были исследованы 20 хлебопекарных предприятий Луганской области, в результате чего было соблюдено условие относительно определения уровня конкурентоспособности только для определенной группы предприятий и условие единой стратегической зоны хозяйствования. Позицию предприятия на рынке мы оценивали с помощью доли рынка, которая ему принадлежит. Для определения доли предприятия на рынке необходима достоверная и полная информация о деятельности предприятия, а также о рынке, на котором определяется конкурентоспособность этого предприятия. Расчет общей доли предприятия на рынке в натуральном выражении рекомендуется осуществлять путем деления объема произведенной продукции

предприятия на объем производства хлебобулочных изделий в целом по Луганской области (табл. 1).

Таким образом, определение рыночной ниши, освоение которой дает возможность предприятию увеличить сферу своего влияния, осуществлялось путем сравнением потенциала исследуемого рынка с объемами продаж хлебобулочных изделий отдельных предприятий.

Таблица 1

Расчет доли предприятия на рынке хлебобулочных изделий
Луганской области

Наименование конкурентов	Объем произведенной продукции, тыс. т.			Доля рынка, %			Темп роста, % 2009 г./2008 г.
	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	
ОАО «Каравай» Луганский х/к	16,7465	18,4682	21,6954	15,7	18,42	22,98	124,76
ОАО «Каравай» Северодонецкий х/к	12,4623	12,6824	14,2345	11,67	12,64	15,08	119,30
ОАО «Каравай» Ровеньковский х/к	8,6445	9,5834	10,2578	8,09	9,55	10,87	113,82
ЗАО «Агротон»	10,3281	9,3271	9,8437	9,67	9,30	10,43	112,15
ОАО «Каравай» Краснодонский х/к	7,8757	7,8180	7,2483	7,37	7,79	7,68	98,60
ОАО «Каравай» Свердловский х/к	9,0911	9,7793	9,3027	8,51	9,75	9,85	101,03
ОАО «Росток»	5,7704	5,6472	5,2652	5,40	5,63	5,57	98,93
Прочие предприятия	35,8814	27,5769	16,5524	33,59	27,50	17,54	63,78
По области	106,8	100,3	94,4	100	100	100	X

Исследуя рынок хлебобулочных изделий Луганской области, можно сделать следующий вывод, что наибольшую рыночную долю занимает ОАО «Каравай» Луганский х/к: 2007 г. – 15,7%; 2008 г. – 18,42%; 2009 г. – 22,98%, а наименьшую ОАО «Росток»: 2007 г. – 5,40%; 2008 г. – 5,63%; 2009 г. – 5,57%. Следует отметить, что среди исследуемых предприятий наблюдается общая положительная тенденция к увеличению доли рынка в динамике.

При всей важности показателя рыночной доли он представляет собой статистическую оценку для конкретного момента времени. Для характеристики тенденций изменения конкурентной позиции предприятия нами был использован показатель – темп роста доли рынка. В результате чего, мы можем выделить следующие типовые положения:

- ✓ предприятия с быстро улучшающейся конкурентной позицией – ОАО «Каравай» Луганский х/к;
- ✓ предприятия с улучшающейся конкурентной позицией - ОАО «Каравай» Северодонецкий х/к, ОАО «Каравай» Ровеньковский х/к, ЗАО «Агротон»;
- ✓ предприятия с ухудшающимися и быстро ухудшающимися

конкурентными позициями в результате проведения исследования выявлены не были.

Конкурентная позиция предприятия определяется на основе анализа двух показателей: размер и динамика рыночной доли. Наиболее значимым статусом обладают предприятия-лидеры рынка с быстро улучшающейся конкурентной позицией – ОАО «Каравай» Луганский х/к. Положение предприятия в середине каждой группы определяется величиной его рыночной доли. Как дополнительный показатель при ранжировании предприятия используют показатель стабильности их рыночной доли.

Оценивая экономические показатели деятельности предприятия, мы использовали экономический метод, основанный на теории эффективной конкуренции. При этом проводилась оценка групповых показателей и критериев конкурентоспособности исследуемого круга хлебопекарных предприятий.

В первую группу были объединены показатели, которые характеризуют эффективность управления производственным процессом: экономичность производственных затрат, рациональность эксплуатации основных фондов, рентабельность активов. Во вторую группу объединены показатели финансового состояния, которые характеризуют способность предприятия рассчитываться по своим долгам, независимость предприятия от внешних источников финансирования, возможность стабильного развития предприятия в будущем. К третьей группе принадлежат показатели деловой активности предприятия: оборачиваемость активов, оборачиваемость оборотных активов, организация труда, коэффициент деловой активности и индекс роста деловой активности [7].

В связи с тем, что каждый из этих показателей имеет различную степень важности для расчета показателя конкурентоспособности предприятия, были введены коэффициенты весомости каждого критерия и показателя [6]. Показатель конкурентоспособности предприятия определяется методом средневзвешенной арифметической:

$$КП = 0,35 \times ЕПД + 0,3 \times \Phi С + 0,35 \times ДА, \quad (2.1.)$$

где, **КП** – показатель конкурентоспособности предприятия;

ЕПД – значение критерия эффективности производственной деятельности предприятия;

ΦС – значение критерия финансового состояния предприятия;

ДА – значение критерия деловой активности предприятия.

Все указанные критерии соответственно рассчитывались по формулам:

$$\begin{aligned} \text{ЭПД} = & 0,15 \times \text{OЗ}_{\text{реал}} + 0,1 \times \text{AC} + 0,1 \times \text{ЗC} + 0,15 \times \Phi + 0,15 \times \text{P}_{\text{опер}} + \\ & + 0,15 \times \text{P}_{\text{акт}} + 0,15 \times \text{P}_{\text{реал}} \end{aligned} \quad (2.2)$$

где, $\text{OЗ}_{\text{реал}}$ – относительный показатель затрат производства на единицу продукцию;

AC – соотношение административных затрат и себестоимости реализованной продукции;

ЗC – соотношение затрат на сбыт и себестоимости реализованной продукции;

Φ – фондоотдача;

$\text{P}_{\text{опер}}$ – рентабельность операционной деятельности;

$\text{P}_{\text{акт}}$ – рентабельность активов;

$\text{P}_{\text{реал}}$ – рентабельность реализации.

$$\begin{aligned} \Phi C = & 0,12 \times \text{K}_{\text{общ.л}} + 0,13 \times \text{K}_{\text{ср.л}} + 0,2 \times \text{K}_{\text{ф.с}} + 0,1 \times \text{K}_{\text{нз}} + \\ & + 0,2 \times \text{KM}_{\text{с.к}} + 0,12 \times \text{K}_{\text{авт}} + 0,13 \times \text{K}_{\text{ф.л}} \end{aligned} \quad (2.3)$$

где, $\text{K}_{\text{общ.л}}$ – коэффициент общей ликвидности;

$\text{K}_{\text{ср.л}}$ – коэффициент срочной ликвидности;

$\text{K}_{\text{ф.с}}$ – коэффициент финансовой стойкости;

$\text{K}_{\text{нз}}$ – коэффициент финансовой независимости;

$\text{KM}_{\text{с.к}}$ – коэффициент маневренности собственного капитала;

$\text{K}_{\text{авт}}$ – коэффициент автономии;

$\text{K}_{\text{ф.л}}$ – коэффициент финансового ливериджа.

$$\begin{aligned} \text{ДА} = & 0,1 \times \text{ПТ} + 0,15 \times \text{КО}_{\text{к.з}} + 0,1 \times \text{КО}_a + 0,15 \times \text{КО}_{\text{об.а}} + \\ & + 0,1 \times \text{КО}_{\text{с.к}} + 0,2 \times \text{K}_{\text{д.а}} + 0,2 \times \text{ИР}_{\text{д.а}} \end{aligned} \quad (2.4)$$

де, ПТ – производительность труда;

$\text{КО}_{\text{к.з}}$ – коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности;

КО_a – коэффициент оборачиваемости активов;

$\text{КО}_{\text{об.а}}$ – коэффициент оборачиваемости оборотных активов;

$\text{КО}_{\text{с.к}}$ – коэффициент оборачиваемости собственного капитала;

$\text{K}_{\text{д.а}}$ – коэффициент деловой активности;

$\text{ИР}_{\text{д.а}}$ – индекс роста деловой активности.

Таким образом, расчет показателя конкурентоспособности предприятий, основанный на теории эффективной конкуренции позволяет оценить внутренний потенциал предприятий и составить рейтинг конкурентных позиций предприятий на общем рынке. Наиболее высокий рейтинг принадлежит ОАО «Каравай» Луганский х/к, а наименьший рейтинг имеет – ОАО «Росток».

Таким образом, анализ существующих методов определения и оценки уровня конкурентоспособности предприятия, показывает, что ни один из

них не отображает всей глубины исследуемой категории. Необходимо сформулировать основные требования к методам оценки конкурентоспособности предприятия [4]:

- ✓ учет приоритетов руководящей системы предприятия;
- ✓ комплексность оценки – учет параметров предприятия по всем функциональным областям, включая эффективность производственного процесса, стойкость и перспективность предприятия;
- ✓ наличие интегрального показателя конкурентоспособности;
- ✓ доступность, непрерывность и сравнимость информации, используемой при анализе.

Таблица 2

Расчет показателя конкурентоспособности предприятий согласно теории эффективной конкуренции

№ п/п	Название предприятия	Эффективность производственной деятельности			Финансовое состояние			Деловая активность			Показатель конкурентоспособности			Рейтинг предприятия	
		ЭПД			ФС			ДА			КП				КП ср.
		2005 г.	2006 г.	2007 г.	2005 г.	2006 г.	2007 г.	2005 г.	2006 г.	2007 г.	2005 г.	2006 г.	2007 г.		
1.	ОАО «Каравай» Луганский х/к	1,443	1,329	1,467	0,225	0,232	0,235	2,513	2,795	3,164	4,18	4,36	4,87	4,47	1
2.	ОАО «Каравай» Северодонецкий х/к	1,136	1,056	1,041	0,226	0,209	0,206	1,658	1,887	1,919	3,02	3,15	3,17	3,11	5
3.	ОАО «Каравай» Ровеньковский х/к	0,465	0,477	0,638	0,117	0,117	0,122	2,778	2,818	2,660	3,36	3,41	3,42	3,40	4
4.	ЗАО «Агротон»	0,761	0,925	1,077	0,260	0,247	0,342	1,268	1,758	2,187	2,29	2,93	3,61	2,94	6
5.	ОАО «Каравай» Краснодарский х/к	0,804	0,885	1,238	0,287	0,255	0,143	2,331	2,128	3,059	3,42	3,27	4,44	3,71	2
6.	ОАО «Каравай» Свердловский х/к	0,883	1,408	1,082	0,261	0,239	0,206	2,220	2,568	2,118	3,36	4,22	3,41	3,66	3
7.	ОАО «Росток»	0,666	0,471	0,596	0,082	0,104	0,270	1,329	1,746	2,092	2,08	2,32	2,96	2,45	7

Выводы и предложения. Общим и достаточно серьезным недостатком всех перечисленных методов оценки конкурентоспособности предприятия (за исключением матричных) является статическая оценка конкурентных позиций конкретного предприятия по сравнению с другими субъектами хозяйственной деятельности. Полученный результат, может быть, отнесен только к моменту исследования и остается справедливым лишь на протяжении очень короткого периода времени. Экстраполяция оценки конкурентоспособности предприятия на длительные интервалы времени сводит на нет достоверность полученных результатов. Рассмотренные показатели не отображают динамики конкурентоспособности предприятия и не дают возможности сравнить его сильные и слабые конкурентные позиции.

С учетом этих требований рекомендуется разработать методологию комплексной оценки конкурентоспособности потенциала предприятия, которая позволяет провести прямое количественное сопоставление элементов, которые создадут конкурентоспособный потенциал по группе предприятий и, кроме этого, позволяет учитывать синергетическое влияние элементов, характеристик и факторов, определяющих конкурентоспособный потенциал и дают возможность рассчитать интегральный показатель конкурентоспособного потенциала хлебопекарных предприятий.

Целью расчета интегрального показателя оценки конкурентоспособного потенциала хлебопекарных предприятий является получение комплексной характеристики, которая позволяет сделать оценку его конкурентных позиций, и на этой основе разработать стратегию управления конкурентоспособностью предприятия (рис. 2).



Рис. 2 Схема диагностики конкурентоспособного потенциала хлебопекарного предприятия

Таким образом, принципиальная схема проведения диагностики конкурентоспособного потенциала хлебопекарного предприятия должна включать такие этапы:

1. Формирование методологии диагностики элементов, которые создают конкурентоспособный потенциал предприятия.
2. Определение элементов, которые характеризуют состояние внешней среды и конкурентоспособный потенциал исследуемого предприятия.
3. Группировка элементов, их характеристик и факторов, анализ внутригрупповых и межгрупповых связей.
4. Разработка методики формализованной оценки элементов, которые создают конкурентоспособный потенциал хлебопекарных предприятий.

5. Интегральная оценка конкурентоспособного потенциала хлебопекарных предприятий с учетом неравнозначности влияния элементов на конкурентоспособный потенциал предприятий.

6. Выявление конкурентов, которые находятся на целевом или новом рынках.

7. Сбор исходной информации о конкурентоспособном потенциале предприятий-конкурентов.

8. Определение сильных и слабых элементов конкурентоспособного потенциала предприятия по сравнению с соответствующими элементами потенциала конкурентов.

9. Оценка синергизма элементов, которые создают конкурентоспособный потенциал хлебопекарных предприятий.

10. Формирование стратегии обеспечения конкурентоспособности на основании проведенных исследований.

11. Разработка комплекса мероприятий относительно организационного сопровождения реализации стратегии конкурентоспособности предприятия.

Список использованной литературы:

1. Аграрная реформа в Украине: результаты, проблемы, перспективы завершения [Монография] / [Ткаченко В. Г., Богачев В.И. и др.]; под общ. ред. проф. В.Г. Ткаченко и проф. В. И. Богачева. – Луганск: „Книжковий світ”, 2006 – 228 с.
2. Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика / Азоев Г.Л. – М.: Центр экономики и маркетинга, 1996 – 208 с.
3. Ансофф И. Стратегическое управление / Ансофф И.; пер. с англ. Л.И. Евенко. – М.: Экономика, 1989. – 520 с.
4. Зелль А. Формы интернационализации экономической деятельности / Зелль А.; пер. с нем. – Institute for World Economics and international Management. University Bremen, 1998. – 116 с.
5. Иванов Ю.Б. Конкурентоспособность предприятия: оценка, диагностика, стратегия / Иванов Ю.Б.; Научное издание. – Харьков: ХНЭУ, 2004. – 256 с.
6. Малік М.Й. Конкурентоспроможність аграрних підприємств: методологія і механізми: [Монографія]. / Малік М.Й., Нужна О.А. – К.: ННЦ ІАЕ, 2007. – 270 с.
7. Пешко А.В. Збалансована система показників у формуванні стратегії розвитку організації і підприємств: [Монографія] / Пешко А.В. – К.: КВІЦ, 2007. – 272 с.
8. Портер М.Е. Стратегія конкуренції. Методика аналізу галузей і діяльності конкурентів / Портер М.Е. - К.: Вид-во Основа, 1997. – 462 с.
9. Саблук П.Т. Посібник по формуванню ринкового середовища підприємств АПК / П.Т. Саблук – Київ : ІАЕ УААН, 1997. - 600 с.
10. Экономическая безопасность Украины в условиях рыночных трансформационных процессов: [Монография] / [В.Г. Ткаченко, В.И. Богачев, Бабак Ю.Н. и др.]; под общ. ред. проф. В.Г. Ткаченко и проф. В. И. Богачева. – Ровеньки, 2007. – 330 с.