

ПРИНЦИПИ МОДЕЛЮВАННЯ ТА ОЦІНЮВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Николюк О. М., к.е.н., доцент

Постановка проблеми. У сучасних умовах ринкової економіки основним критерієм успішності діяльності підприємства є не традиційно використовувана ефективність, а максимум конкурентоспроможності суб'єкта підприємництва. Забезпечення стійких конкурентних позицій в умовах невизначеності зовнішнього та внутрішнього середовища вимагає застосування сучасної методології дослідження, в основу якої, у тому числі, покладено кількісні методи. До останніх, передусім, належать оцінювання та методи математичного моделювання, використання яких набуло широкого розповсюдження, особливо серед вітчизняних та російських науковців. Це пояснюється тим, що сьогодні експериментальна перевірка доцільності прийняття управлінських рішень в економіці неможлива. Водночас, реалізація заходів з менеджменту, особливо таких, що мають стратегічний характер, потребує значних фінансових витрат, а тому вимагає кількісного обґрунтування. З огляду на непересічну роль вказаних методів в управлінні конкурентоспроможністю суб'єктів господарювання, важливою є інтерпретація цілей їх використання, відмінностей та об'єднуючих чинників.

Аналіз останніх досліджень. У зарубіжній теорії конкурентоспроможності вивчаються, головним чином, якісні структурні моделі. Прикладом останніх є модель М. Портера, матричні моделі, зокрема моделі BCG, GE/McKinsey, Shell/DPM, ADL/LC,

Hofer/Schendel. Більшість же вітчизняних і російських науковців увагу зосереджують на математичному моделюванні конкурентоспроможності та пов'язаних із нею процесів. Однак, недостатній рівень розвитку теорії моделювання економічних об'єктів призвів до виникнення численних інтерпретацій цілей, способів та методик створення моделей об'єктів та процесів, пов'язаних із формуванням конкурентоспроможності підприємств.

Ще однією характерною рисою вітчизняних та російських досліджень у цій області є нерозривний зв'язок між процесами оцінки конкурентоздатності та її моделювання, а інколи навіть їх отождолення. Це не означає, що невирішеними залишаються питання змісту математичних моделей та оцінки конкурентоспроможності, а також чіткого формулювання головної мети їх застосування на практиці. В основі як математичного моделювання, так і оцінювання конкурентних позицій лежать фактори конкурентоздатності. Однак, обґрунтованого розмежування чинників, що використовуються при оцінюванні та створенні моделей, та їх особливостей також не здійснено.

Мета, об'єкт та методика дослідження. Метою дослідження є критичний огляд існуючих моделей конкурентоспроможності та виявлення способів використання методів математичного моделювання у процесі дослідження конкурентних позицій підприємства. Об'єктом дослідження є процеси оцінювання та моделювання конкурентоспроможності підприємств. Методологічною основою дослідження є системний підхід до вивчення економічних об'єктів, процесів та явищ. При цьому господарську діяльність підприємств розглянуто як відкриту систему, яка існує в умовах зовнішнього середовища та взаємодіє із його елементами. Результатом функціонування цієї системи є формування конкурентоспроможності підприємства, як нової властивості, що не характерна для жодної складової процесу господарювання. У ході наукового дослідження використано абстрактно-логічні методи: агрегування та декомпозиції, аналогії та співставлення, індукції та дедукції, аналізу і синтезу.

Результати дослідження. В основі будь-яких математичних моделей та методики оцінювання конкурентоспроможності лежить система факторів впливу на неї. Залежно від характеру дії на конкурентні позиції підприємства фактори конкурентоздатності поділяються на чинники прямого та опосередкованого впливу. До факторів прямої дії належать джерела формування конкурентоспроможності, числовими інтерпретаціями яких є традиційні показники господарської діяльності підприємства (наприклад, ціна, собівартість, показники якості продукції, репутація тощо). Фактори опосередкованого впливу не приймають безпосередньої участі у процесі створення конкурентоздатності, однак визначають її якісні та кількісні характеристики. Згідно цієї логіки, чинники непрямої дії – це внутрішні та зовнішні умови, які лише здійснюють певний вплив на рівень конкурентоздатності, тим самим змінюючи значення показників конкурентоспроможності.

У цілому, конкурентоспроможність підприємства – це характеристика підприємства, яка є формою прояву ступеня реалізації його потенційної спроможності формувати, утримувати і використовувати стійкі конкурентні переваги. Тобто, джерелами конкурентоздатності є конкурентні переваги, які, в свою чергу, виникають у результаті взаємодії ресурсів підприємства. З огляду на це, фактори прямої дії, що приймають участь у процесі створення конкурентних позицій суб'єкта господарювання, доцільно розподілити за рівнями ієрархії. Тоді ці чинники поділятимуться мінімум на дві групи, а саме: фактори нижчого (вхідні ресурси) та вищого (самі конкурентні переваги) рівнів. При цьому дослідження факторів вищого рівня необхідне для того, щоб виявити першоджерела конкурентоздатності суб'єкта підприємництва – фактори нижнього рівня.

Однією із форм прояву конкурентоспроможності є реалізація здатності суб'єкта господарювання створювати конкурентні переваги. Цю здатність можна оцінити шляхом числового описання сформованих підприємством переваг (тобто факторів прямої дії вищого рівня) за допомогою узагальнюючого показника. Діючи ж на фактори

опосередкованого та прямого впливу (нижній рівень ієрархії) можливо підвищити рівень конкурентоздатності суб'єкта господарювання, впливаючи на якісні та кількісні характеристики окремих переваг. Тобто чинники прямої дії вищого рівня доцільно використовувати в якості індикаторів конкурентоспроможності у процесі її оцінювання. Фактори ж прямого впливу нижнього рівня ієрархії та чинники непрямої дії рекомендується враховувати у процесі моделювання конкурентоздатності суб'єктів підприємства (рис. 1).

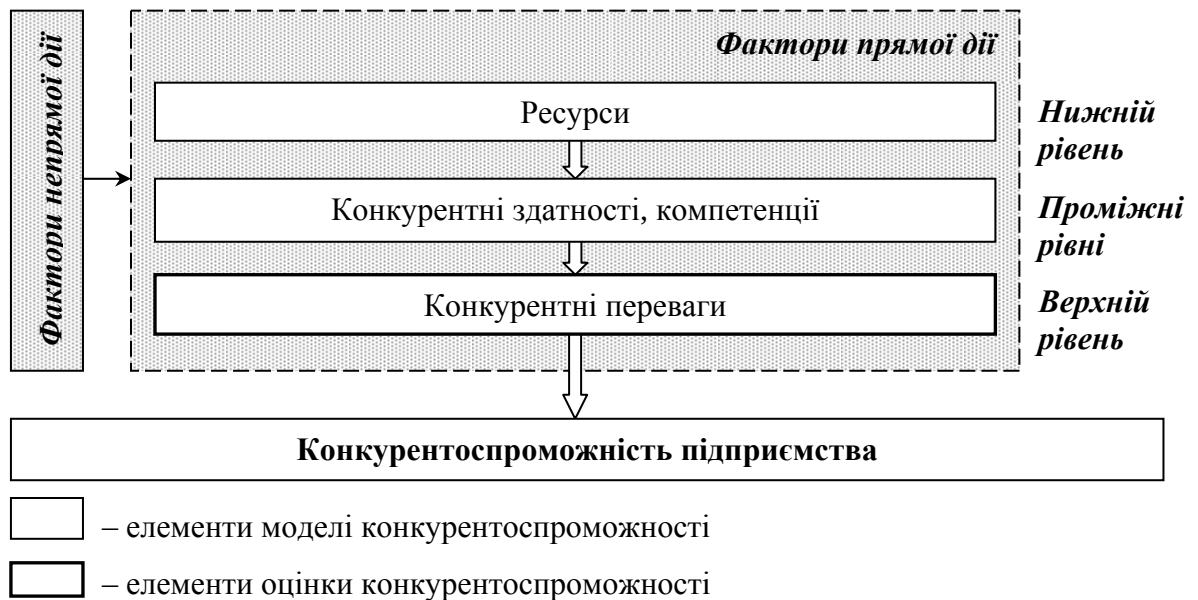


Рис. 1. Процес формування конкурентоспроможності підприємства

Розробка математичних моделей у дослідженні конкурентоспроможності підприємства передбачає формальне описання взаємозв'язків результативного показника конкурентоздатності із факторами, що формують та впливають на нього. Що стосується оцінювання конкурентоспроможності, то мета його проведення полягає у визначенні, наскільки конкурентоспроможним є суб'єкт господарювання. З'ясувати це можливо лише за умови адекватного числового описання категорії «конкурентоспроможність», тобто правильного вибору показників-індикаторів рівня конкурентоспроможності, які б у повній мірі відображали зміст саме конкурентоздатності, а не інших, подібних до неї, економічних понять та категорій.

Управління конкурентоспроможністю, як і будь-яким економічним об'єктом, передбачає чітке формулювання кінцевої мети, яка має бути кількісно описана за допомогою цільового значення показника (системи показників) конкурентоздатності. Зміцнення конкурентних позицій вимагає зміни первинних факторів та умов їх формування. Тоді задачу управління також можна інтерпретувати так: визначити, наскільки (у кількісному виразі) слід змінити початкові значення керованих чинників прямої та опосередкованої дії із врахуванням зовнішніх та внутрішніх обмежень, щоб досягти бажаного рівня конкурентоспроможності. Очевидно, що прослідкувати потенційні зміни конкурентоздатності у разі тих чи інших корегувань, можна лише за допомогою аналізу моделі, в якій відображено відповідні причинно-наслідкові зв'язки. При цьому необхідно дотримуватись відповідності показників оцінювання конкурентоспроможності показникам, які у моделі процесу формування конкурентоспроможності використовуються як результативні (рис. 2).

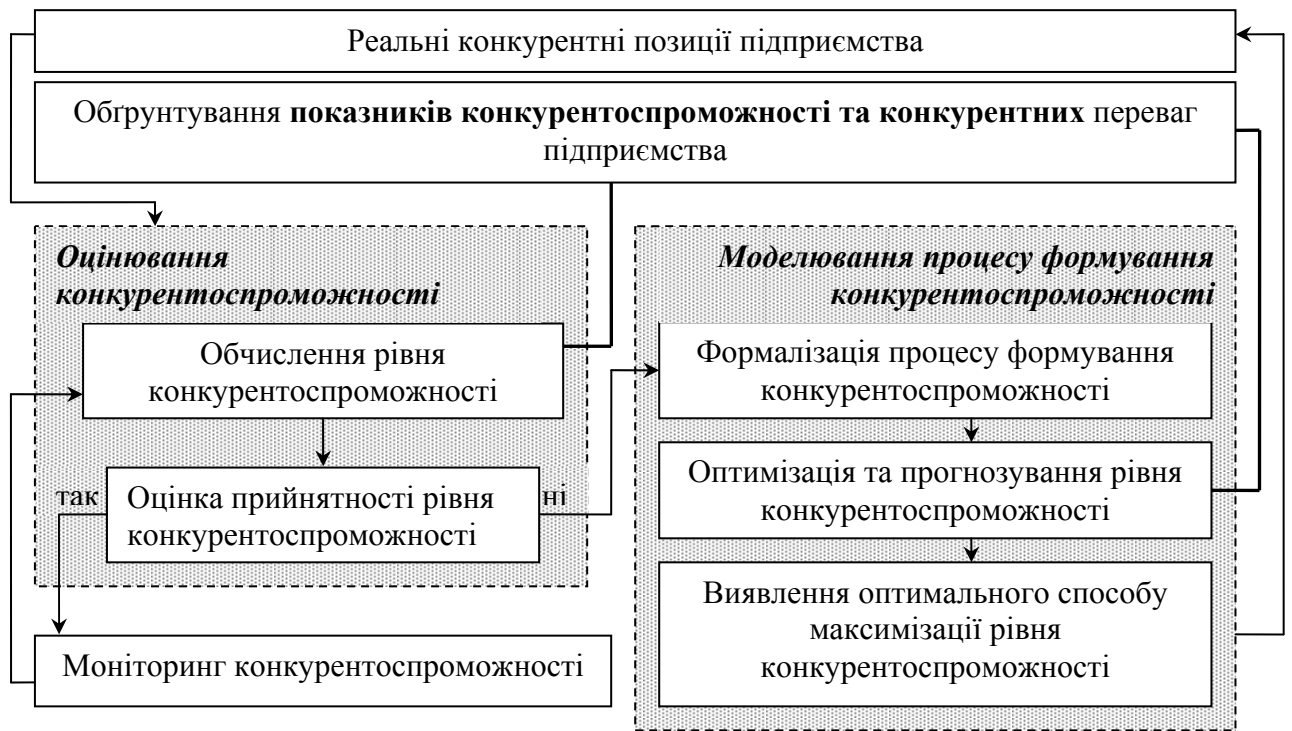


Рис. 2. Схема процесу дослідження конкурентоспроможності підприємства

Оскільки рівень конкурентоспроможності суб'єкта господарювання формується його конкурентними перевагами, в основу відповідних моделей може бути покладено не узагальнюючий інтегральний показник конкурентоспроможності, а показники, які є кількісною формою прояву цих переваг. Тоді математична модель складатиметься із системи функцій, що відображатимуть залежність окремих конкурентних переваг підприємства від умов, що впливають на них, та формуючих їх факторів.