

УДК 658.012.34:658.6

А. В. АРТЁМОВА, И. А. ЧУМАК, М. А. ГРИЩЕНКО

*Национальный аэрокосмический университет им. Н. Е. Жуковского
“ХАИ”*

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДИКИ ОЦЕНИВАНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СЕТЕВОГО ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

В работе предложена методика оценивания конкурентоспособности сетевого торгового предприятия. Для расчета частных показателей конкурентоспособности предлагается использовать рейтинговую оценку финансово-экономического состояния предприятия. Проанализированы различные методы рейтингового оценивания. На базе использования комплексных методов предложена модель оценивания конкурентоспособности предприятия, ключевую роль в которой играет система управления. Предложен алгоритм выбора стратегических направлений повышения конкурентоспособности предприятия сетевой розничной торговли.

Ключевые слова: классификация уровня конкурентоспособности, интегральный показатель, методы рейтинговой оценки, система управления, торговое предприятие.

Введение. Понятие «конкуренция» обозначает соперничество двух или более лиц (предприятий), заинтересованных в достижении одной цели – наибольшей прибыли [1].

В современных условиях рыночной экономики возникает потребность в применении наиболее современных и эффективных концепций развития национальной экономики. Самой значимой проблемой для любого предприятия, является решение проблем выживаемости и предотвращения угрозы банкротства.

Выделение конкурентных преимуществ предприятия предопределяет устойчивую конкурентную позицию на рынке.

Анализ последних исследований и публикаций. Для достижения и

сохранения конкурентоспособности сетевого торгового предприятия необходима четко отлаженная методика управления, которая включает в себя комплекс мероприятий по сохранению конкурентных преимуществ. Одним из элементов такой методики является оценивание конкурентоспособности, направленное на выявление факторов, способствующих положительной динамике деятельности предприятия.

Теоретические и практические вопросы конкурентоспособности торгового предприятия рассматривались в трудах А. Н. Романова, Н. К. Моисеевой, О. И. Лаврушина, В. В. Попкова, Х. А. Фасхиева, М. А. Шушкина, В. Ю. Зудина, М. С. Богданова, Г. М. Гвичия.

В настоящее время отсутствует единая общепринятая методика оценки конкурентоспособности организации. Одна из них, разработанная Р. Ф. Фатхутдиновым, предлагает следующие методические особенности оценки конкурентоспособности организации [2]:

1) уровень конкурентоспособности считать как средневзвешенную величину по показателям конкурентоспособности выбранных товаров на конкретных рынках;

2) отдельно проводить анализ эффективности деятельности организации, исходя из конкурентоспособности и эффективности каждого товара на каждом рынке;

3) отдельно считать показатель устойчивости функционирования организации;

4) прогнозировать перечисленные в первых трех пунктах комплексные показатели минимум на пять лет.

Предложенная методика по оценке конкурентоспособности предприятия свидетельствуют о необходимости организации работы по подбору большого количества исходных данных, обработка которых не гарантирует обоснованных выводов о конкурентоспособности всей системы. Поэтому в качестве основного критерия конкурентоспособности предприятия предлагается использовать рейтинговую оценку финансово-экономического состояния предприятия.

Авторы методик оценивания конкурентоспособности предприятия предлагают разный набор факторов организации. Наиболее обоснованный набор факторов приведен в работах Артура А. Томпсона-мл и

А. Дж. Стрикленда, Девида Кревенса и Е. П. Голубкова.

Артур А. Томпсон-мл и А. Дж. Стрикленд предлагают при разработке стратегии организации выделять следующие факторы [3]: качество и характеристики продукции; репутация (имидж); производственные мощности; использование технологий; дилерская сеть и возможности распространения; инновационные возможности; финансовые ресурсы; издержки по сравнению с конкурентами; обслуживание клиентов.

Е. П. Голубков предлагает для оценки конкурентоспособности организации использовать 16 факторов ее результативности деятельности (имидж, концепция продукта, качество продуктов, уровень диверсификации видов бизнеса, суммарная рыночная доля главных видов бизнеса, мощность научно-исследовательской и конструкторской базы, мощность производственной базы и др.), которые он детализирует и дополняет за счет факторов конкурентоспособности продукции и эффективности маркетинговой деятельности [4].

Всю совокупность факторов, влияющих на конкурентоспособность организации, предлагается разделить на три группы: цели, которые ставит перед собой организация; ресурсы, которыми располагает организация; факторы внешней среды.

Полагаясь на исследования ученых, следует отметить, что именно комплексный подход к решению проблем повышения конкурентоспособности торгового предприятия является залогом успешной реализации стратегии управления в целом.

Целью данной статьи является теоретическое обоснование комплексного подхода к оценке сетевого торгового предприятия в условиях нестабильной внешней среды, и разработка рекомендаций по его совершенствованию.

Изложение основного материала. Внутренние процессы системы управления объединяют и координируют такие факторы предприятий, как финансовые, кадровые, материальные, технико-технологические. Внешние факторы воздействуют на конкурентоспособность предприятия только через систему управления. Следовательно, именно система управления является главным фактором повышения конкурентоспособности предприятий. От того, насколько эффективен менеджмент, зависят прибыльность,

финансовая устойчивость организации, возможности и динамика ее развития, эффективность деятельности в целом.

Взаимосвязь системы управления и конкурентоспособности предприятия представлена на рис. 1. С решением проблемы повышения конкурентоспособности предприятия методологически неразрывно связана оценка его конкурентоспособности, так как только на базе результатов оценки могут быть сделаны выводы о степени конкурентоспособности.

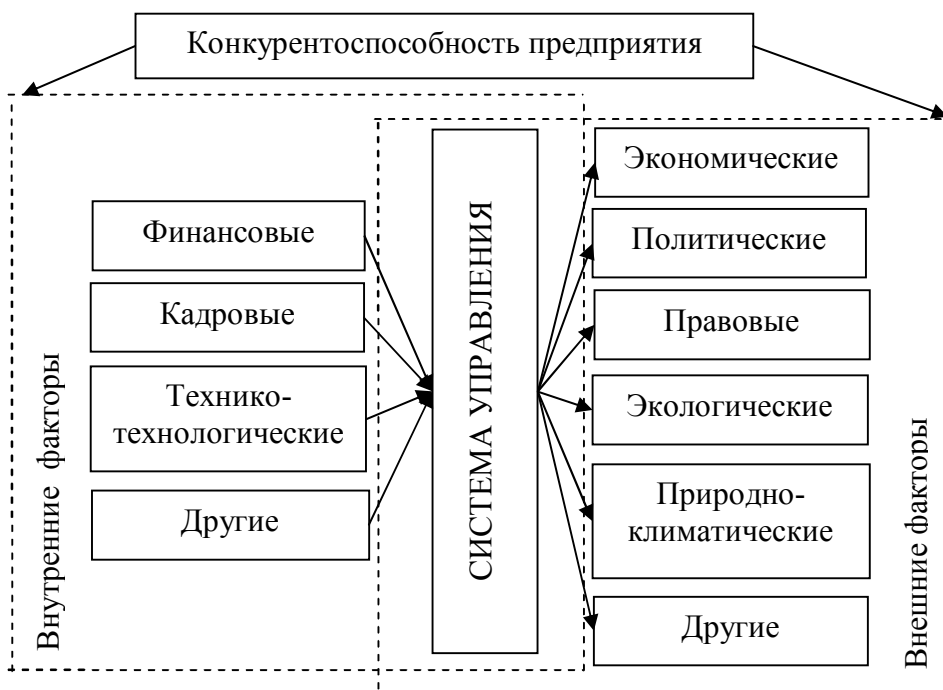


Рис. 1. Взаимосвязь системы управления и конкурентоспособности сетевого торгового предприятия

Проведенный анализ позволяет сделать вывод о многообразии и неоднозначности методов оценки конкурентоспособности. Применение методов рейтинговой оценки позволяет выявить более объективную оценку рейтинга участников рынка [5]. Достоинства и недостатки различных методов рейтинговой оценки представлены в табл. 1.

На базе использования комплексных методов предлагается модель оценивания конкурентоспособности, представленная на рис. 2. На рисунке

Таблица 1

Достоинства и недостатки методов рейтинговой оценки

Описание метода	Достоинства	Недостатки
Метод создания рейтинга с помощью ряда показателей	Простота в применении	Не все показатели, характеризуют финансовое положение предприятия.
Метод кластерного анализа	Наиболее точный метод	Недоступность и сложности в добычи информации о предприятиях-конкурентах
Матричный метод анализа	Является универсальным инструментом для оперативного проведение расчетов	Некоторые взаимосвязи между основными показателями остаются без внимания
Метод балльных оценок	Позволяет выявить сильные и слабые стороны каждого предприятия	Оценки являются субъективным предположением экспертов.
Метод рейтингового финансового анализа	Дает возможность оценить финансовое состояние предполагаемого партнера для сотрудничества	В анализе используются финансовые коэффициенты, которые определены исходя из критериев эффективности хозяйственной деятельности.
Метод сравнительной рейтинговой оценки	Оценка производится на базе данных публичной отчетности предприятия	Трудоемкое проведение расчетов

К1 – интегральная оценка финансовых ресурсов, К2 – интегральная оценка кадровых ресурсов, К3 – интегральная оценка технико-технологических ресурсов, К4 – интегральная оценка системы управления. Каждая из оценок может варьироваться в диапазоне от 0 (минимальное значение) до 1 (максимальное значение). Согласно данной модели, конкурентоспособность предприятия можно оценить следующей величиной

$$K_{\text{п}} = \frac{3}{4} \cdot V_{\text{пир}} = \frac{1}{4} S_{\text{осн}} \cdot h, \quad (1)$$

где $\frac{3}{4}$ – множитель, выбранный из нормировочных соображений;

$K_{\text{п}}$ – конкурентоспособность предприятия;

$V_{\text{пир}}$ – объем пирамиды.

Для оценки конкурентоспособности сетевого торгового предприятия предлагается использовать классификацию системы показателей Е. Н. Ялунина, представленную в табл. 2 [6].

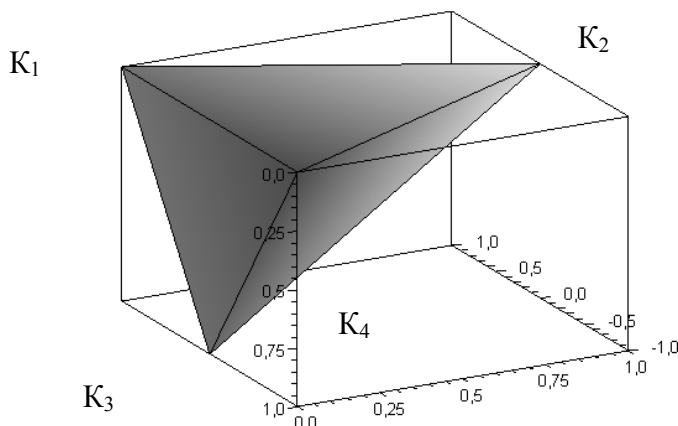


Рис. 2. Модель конкурентоспособности торгового предприятия

Таблица 2

Классификация уровня конкурентоспособности
сетевых торговых предприятий

Уровни конкурентоспособности предприятия торговли	Значение интегрального коэффициента конкурентоспособности предприятия
Абсолютно конкурентоспособное предприятие	1-0,99
Конкурентоспособное предприятие в долгосрочном периоде	0,85-0,98
Конкурентоспособное предприятие в среднесрочном периоде	0,75-0,84
Относительно конкурентоспособное предприятие (краткосрочный период)	0,65-0,74
Неконкурентоспособное предприятие	< 0,65

Как видно из рис. 2 и формулы (1) система управления имеет приоритетное значение в оценке конкурентоспособности предприятия.

Площадь основания пирамиды ($S_{\text{осн}}$) можно рассчитать по формуле:

$$S_{\text{осн}} = \frac{(K_1 + K_4) \cdot (K_2 + K_4)}{2}, \quad (2)$$

тогда итоговая формула определения конкурентоспособности предприятия

$$K_{\Pi} = \frac{3}{4} \cdot \frac{(K_1 + K_4) \cdot (K_2 + K_4) \cdot (K_3 + K_4)}{6}. \quad (3)$$

Идеальной конкурентоспособности предприятие достигает в случае, если значения всех факторов будут максимальны, равные 1.

Выводы. Решение задачи повышения конкурентоспособности предприятий сетевой розничной торговли носит стратегический характер и возможно только при надлежащей организации стратегического планирования. Выработка стратегии повышения конкурентоспособности розничной торговой сети предполагает использование соответствующего информационно-методического инструментария.

Следует отметить, что реализация стратегических направлений в системе управления конкурентоспособностью розничной торговой сети направлена на повышение эффективности принимаемых управленческих решений по наращиванию конкурентоспособности экономического потенциала предприятия и укреплению его конкурентных позиций на рынке.

Литература

1. *Социология: Энциклопедия [Текст] / под ред. А. А. Грицанов, В.Л. Абушенко, Г. М. Евелькин, Г. Н. Соколова, О.В. Терещенко. – Мн. : Книжный Дом, 2003. – 1312 с.*
2. *Управление конкурентоспособностью организации [Текст] : учеб. пособ. / под ред. Р. А. Фатхутдинова. – М. : Эксмо, 2005. – 544 с.*
3. *Томпсон-мл., Артур А. Стратегический менеджмент. Концепции и ситуации для анализа [Текст] : учеб. пособие / Артур А. Томпсон-мл., А. Дж. Стрикленд III. – М. : Вильямс, 2006. – 928 с.*
4. *Голубков, Е. П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика [Текст] : учеб. пособие / Е. П. Голубков. – М. : Финпресс, 2000. – 464 с.*
5. *Постюшков, А. Рейтинг конкурентоспособности [Текст] / А. Постюшков. – М. : РИСК. – 2001. – № 4. – С. 64-71.*
6. *Ялунина, Е. Н. Конкурентоспособность розничного торгового предприятия [Текст] : автореф. дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / Ялунина Екатерина Николаевна ; ГОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет». – Екатеринбург, 2007. – 25 с.*

Поступила в редакцию 20.01.2014, рассмотрена на редколлегии 12.02.2014

Рецензент: д-р екон. наук, доцент кафедри міжнародної економіки **Т. В. Шгаль**, Харківський державний університет харчового та торговельного бізнесу, Харків.

ВДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДИКИ ОЦІНЮВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ МЕРЕЖЕВОГО ТОРГОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

А. В. Артёмова, І. О. Чумак, М. А. Грищенко

В роботі запропоновано методіку оцінювання конкурентоспроможності мережевого торгового підприємства. Для розрахунку приватних показників конкурентоспроможності пропонується використовувати рейтингову оцінку фінансово-економічного стану підприємства. Проаналізовано різні методи рейтингового оцінювання. Запропоновано, на базі використання комплексних методів, модель оцінювання конкурентоспроможності підприємства, ключову роль у якій відіграє система управління.

Ключові слова: класифікація рівня конкурентоспроможності, інтегральний показник, методи рейтингової оцінки, система управління, торговельне підприємство.

IMPROVING COMPETITIVENESS NETWORK EVALUATION METHOD OF TRADING COMPANIES

A. V. Artemova, I. A. Chumak, M. A. Grishenko

This paper describes a method of estimating the competitiveness of commercial enterprise network. To calculate the partial indicators of competitiveness are encouraged to use the rating of the financial standing of the company. Different rating estimation techniques have analyzed. Proposed based on the use of complex methods of estimation model of enterprise competitiveness, a key role is played in which the control system.

Keywords: classification of the level of competitiveness, integrated indicator methods of rating, the control system, and trade company.

Артёмова Алина Вадимовна – канд. техн. наук, доцент кафедри економіки і маркетингу, Національний аерокосмічний університет ім. Н. Е. Жуковського «ХАІ», Харків, e-mail: artemovi@rambler.ru.

Чумак Інна Александровна – магістрант кафедри економіки і маркетингу, Національний аерокосмічний університет ім. Н. Е. Жуковського «ХАІ», Харків. e-mail: kachaninka_chumak@mail.ru.

Грищенко Марина Анатольевна – аспірант кафедри економіки і маркетингу, Національний аерокосмічний університет ім. Н. Е. Жуковського «ХАІ», Харків.