

Магістр 1 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

АНАЛІЗ І ОЦІНКА ВНУТРІШНІХ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Проведено аналіз і оцінку внутрішніх конкурентних переваг АТ "Ефект" за допомогою таксономічного методу.

Аннотация. Проведены анализ и оценка внутренних конкурентных преимуществ АО "Эффект" с помощью таксономического метода.

Annotation. The analysis and evaluation of internal competitive advantages of JSC "Effect" are carried out by means of taxonomic method.

Ключові слова: таксономічний метод, конкурентні переваги, коефіцієнт розвитку, вектор-еталон, сфери діяльності підприємства.

Досягнення конкурентних переваг є метою і результатом стратегічного управління підприємства, концентрованим проявом лідерства серед конкурентів. Це постійний пошук і реалізація нових можливостей, ресурсів, форм і видів діяльності підприємства. Результатами реалізації цих процесів, що визначають інноваційний розвиток та стійку конкурентну перевагу підприємства на ринку, є проектування та впровадження нових товарів і технологій.

Існує достатня кількість методичних розробок щодо оцінки конкурентних переваг підприємства. Їх загальним недоліком є фрагментарний характер кількісного опису такого багатовимірного явища в економіці, як конкурентні переваги. Саме тому виникла необхідність у розробці інтегрованого показника, який дасть змогу не тільки розрахувати величину внутрішніх переваг, але й порівняти його величину з результатами найближчих конкурентів та лідерів ринку [1, с. 78]. Таксономічний коефіцієнт розвитку є саме таким інтегрованим показником, тому методика його розрахунку є актуальною темою для дослідження.

Цій проблемі присвячено чимало наукових праць вітчизняних та зарубіжних вчених, серед яких варто зазначити роботи Городнова В. П. [2], В. Плюти [3], Цал-Цалко Ю. С. [4], які пропонують порівняльний багатовимірний аналіз в економічних дослідженнях, що базується на використанні таксономічного методу.

Метою написання статті є застосування методу таксономії для аналізу внутрішніх переваг підприємства в різних сферах його діяльності, а саме: виробництва, фінансово-економічної, інноваційної, маркетингової тощо.

Завданнями дослідження є: визначення сутності та особливостей розрахунку таксономічного показника; визначення алгоритму розрахунку показника таксономії; розрахунок таксономічного показника розвитку для підприємства АТ "Ефект"; розробка рекомендацій на основі проведеного аналізу.

Об'єктом дослідження є господарська діяльність підприємства. Предметом

Назва таксономічних методів аналізу походить від двох грецьких слів: "таксис" – розміщення, порядок та "номос" – закон, правило, принцип. Виходячи з цього, таксономія – це наука про правила благоустрою та класифікації [2, с. 78]. Таксономічні методи дозволяють розбити сукупність даних, яка визначається виразом і розглядається як об'єкт таксономічних досліджень (синтетична ознака), на непорожній і непересічній підмножини. Таким чином, буде отримана інформація, близька до тієї, яку дає дослідження спектру розподілення.

При розрахунку таксономічного показника варто слідувати розробленому алгоритму таксономічного дослідження, зображеного на рис. 1 [3, с. 56].

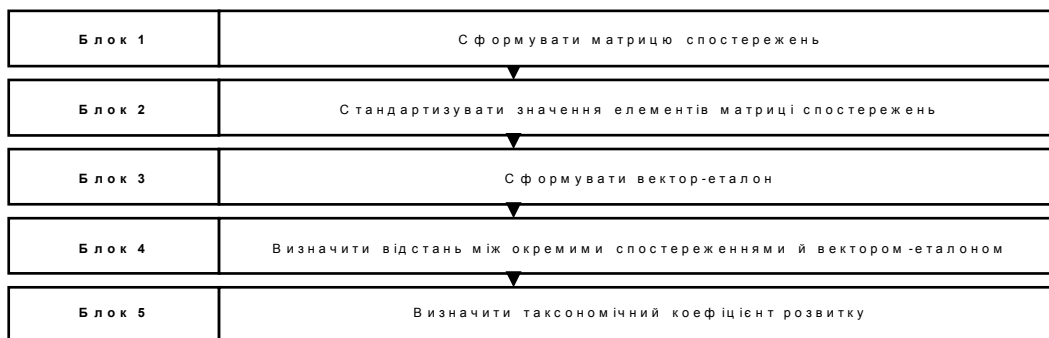


Рис. 1. Алгоритм використання таксономічного аналізу

Найважливішим етапом кількісної оцінки процесів формування і розвитку конкурентних переваг є розробка системи показників. Зі зростанням розмірів підприємства кількість інформації помітно збільшується. У цьому випадку дотримання принципу об'єктивності може призвести до зайвої громіздкості і навіть технічної неможливості оцінки конкурентних переваг. Тому повноту охоплення вихідної інформації варто обмежити вимогою розумної і необхідної достатності.

Для здійснення подальших розрахунків необхідна стандартизація, яка дозволить привести всі одиниці виміру до безвимірної величини, тобто прирівняти значення ознак (кожна дисперсія стає рівна одиниці, а усі середні арифметичні дорівнюють нулю). Стандартизувати показники можна за формулою, наведеною в табл. 1 [1, с. 79].

Таблиця 1

Основні формули для розрахунку таксономічного показника

Визначення показників	Формула	Інтерпретація показників формули
Стандартизація показників матриці	$z_i = \frac{x_i}{X_i}$	\bar{x}_i – середнє значення і-го показника; X_i – вихідне значення показника
Визначення відстані між точкою-одиницею та еталоном	$C_{i0} = \sqrt{\sum_{j=1}^m (z_{ij} - z_{0j})^2}$	де z_{ij} – стандартизоване значення j-го показника в період часу i; z_{0j} – стандартизоване значення i-го показника в еталоні
Таксономічний показник	$K_i = 1 - d_i$	d_i – показник відхилення показників підприємства за i-й рік

розвитку		від еталону
Відхилення показників і-го року від еталону	$d_i = \frac{C_{i0}}{C_0}$	C_0 – загальна відстань між показниками діяльності підприємства та прийнятим еталоном за аналізований проміжок часу
Загальна відстань між показниками та еталоном	$C_0 = \bar{C}_0 + 2S_0$	\bar{C}_0 – середня відстань між показниками та еталоном; S_0 – середньоквадратичне відхилення
Середня відстань	$\bar{C}_0 = \frac{1}{m} \sum_{i=1}^m C_{i0}$	m – кількість років, за які проводиться аналіз
Середньоквадратичне відхилення	$S_0 = \sqrt{\frac{1}{m} \sum (C_{i0} - \bar{C}_0)^2}$	\bar{C}_0 – середня відстань між показниками та еталоном

Відповідальним моментом усієї обчислювальної процедури є обґрунтування еталона конкурентних переваг підприємства. При виборі еталона можна використовувати такі методи: експертних оцінок; критерію min-max; визначення в системі показників-ознак стимуляторів, дестимуляторів і номінаторів [4, с. 208].

Для подальшого дослідження проводиться диференціювання ознак. При цьому всі змінні необхідно розподілити на стимулятори та дестимулятори. Основою такого розподілення є характерний вплив кожного із показників на рівень розвитку досліджуваного об'єкта. Ознаки, які здійснюють позитивний вплив на загальний рівень розвитку об'єкта, називаються стимуляторами, ознаки, що уповільнюють розвиток підприємства, – дестимуляторами.

Наступним етапом визначення показника таксономічного рівня розвитку є визначення відстані між окремими спостереженнями (періодами) й вектором-еталоном (C_{i0}) . Отримана відстань

є початком для подальшого розрахунку рівня розвитку. Визначити таксономічний показник розвитку (Ki) можна за допомогою формул, наведених у табл. 1 [2, с. 26].

Коефіцієнт таксономічного розвитку приймає високі значення при великих значеннях стимуляторів, низькі – при низьких. Характерною властивістю показника є те, що його значення знаходиться в інтервалі від 0 до 1 – чим ближче до одиниці, тим кращі результати діяльності підприємства. Найбільш важлива його перевага полягає в тому, що тепер доводиться мати справу з однією синтетичною ознакою, яка показує напрям та масштаби змін у процесах, що описуються сукупністю довільного числа початкових ознак [1, с. 81].

Економічний аналіз внутрішніх конкурентних переваг буде проводитись на прикладі АТ "Ефект", яке спеціалізується на виробництві парфумерних та косметичних засобів. Форма власності – колективна. Структура управління підприємством має чітку ієрархічну структуру, яка сприяє ритмічній та безперебійній роботі підприємства [5].

Основним видом продукції АТ "Ефект" є виробництво та збут кремів для рук та обличчя. Кінцевими споживачами продукції підприємства є як вітчизняні, так і зарубіжні покупці парфумерно-косметичної продукції. Сам процес виробництва здійснюється на обладнанні швейцарських фірм. Оптимальне поєднання якості і раціональної ціни вигідно відрізняють продукцію АТ "Ефект" серед різноманіття парфумерно-косметичних виробів українських і зарубіжних виробників.

На підставі розробленої методики аналізу та даних фінансової звітності [5], визначимо таксономічні коефіцієнти розвитку для кожної сфери діяльності підприємства АО "Ефект" за 2010 та 2011 роки (табл. 2).

Таблиця 2

Визначення відстані між показником і еталоном

Сфера діяльності підприємства	C_{i0} , 2010 р.	C_{i0} , 2011 р.	\bar{C}_0	S_0	C_0	d_i , 2010 р.	d_i , 2011 р.	K_i , 2010 р.	K_i , 2011 р.
Фінансово-економічна	0,6979	0,1676	0,4328	0,2651	0,963	0,7247	0,174	0,2753	0,826
Виробнича	0,186	0,1054	0,1457	0,04	0,2257	0,8241	0,467	0,1759	0,533
Маркетингова	1,8196	0,7979	1,3088	0,5109	2,3306	0,7807	0,3424	0,2193	0,6576
Сфера управління	0,8521	0,0735	0,4628	0,3894	1,2416	0,6863	0,0592	0,3137	0,9408
Інноваційна сфера	0,9683	1,2295	1,0989	0,1308	1,3605	0,7117	0,9037	0,2883	0,0963

Більш наочно динаміку таксономічного показника розвитку сфер діяльності АТ "Ефект" можна зобразити за допомогою рис. 2.

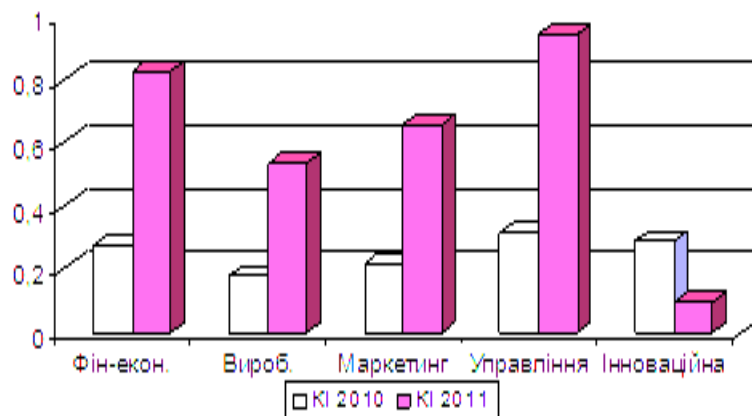


Рис. 2. Динаміка таксономічного показника АТ "Ефект"

Підводячи підсумок, можна зазначити, що коефіцієнт таксономії на підприємстві АТ "Ефект" за всіма сферами діяльності значно зріс у поточному році порівняно з базовим, окрім інноваційної сфери, що свідчить на користь діяльності підприємства. Це говорить про те, що підприємство веде прибуткову діяльність, ефективно використовує наявні у нього ресурси та має значні внутрішні конкурентні переваги. Такі переваги можуть бути використані керівництвом підприємства для подальшого розвитку та збільшення ринкової частки.

Серед негативних явищ, виявлених у ході проведення аналізу, слід відзначити значне зниження показників інноваційної сфери, що може в

подальшому негативно відобразитися на роботі підприємства. Оскільки підприємство не вкладає коштів у модернізацію та удосконалення своєї діяльності, його продукція може втратити свою привабливість та конкурентоспроможність, тобто втратити значну частку прибутку.

Також варто звернути увагу на нерівномірність розвитку різних сфер діяльності підприємства, особливо порівняно з попереднім роком. Очевидно, що кошти вкладаються нерівномірно, більша увага приділена реформуванню сфери управління та фінансової сфери. Це може призвести в майбутньому до порушення ритмічності роботи підприємства і невідповідності розвитку окремих сфер діяльності загальним потребам підприємства.

Збереження такої позитивної динаміки таксономічного показника розвитку дозволить АТ "Ефект" збільшити свою ринкову частку та отримати більший прибуток у майбутньому.

Напрямами подальших досліджень є оцінка внутрішніх конкурентних переваг підприємства за допомогою комплексної рейтингової оцінки.

Наук. керівн. Полтавська Є. О.

Література: 1. Саблина Н. В. Использование метода таксономии для анализа внутренних ресурсов предприятия / Саблина Н. В., Теличко В. А. // Экономика. – 2009. – № 3. – С. 78–82. 2. Городнов В. П. Таксономический анализ как метод оценки конкурентоспособности промышленной продукции / Городнов В. П., Романчик Т. В. // Экономика. – 2010. – № 2. – С. 24–28. 3. Плюта В. Сравнительный многомерный анализ в экономических исследованиях / Плюта В.; пер. с польск. В. В. Иванова. – М.: Финансы и статистика, 1989. – 175 с. 4. Цал-Цалко Ю. С. Фінансова звітність підприємства і її аналіз / Цал-Цалко Ю. С. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К.: ЦУЛ, 2002. – 360 с. 5. Річні звіти підприємств [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://smida.gov.ua>.