

от реструктуризации могут быть достигнуты только при комплексном подходе к ее осуществлению, одновременном, взаимосвязанном проведении всего объема необходимых структурных преобразований.

Таким образом, анализ показал, что только четвертая часть машиностроительных предприятий Харьковского региона смогла улучшить производственно-хозяйственную деятельность в процессе реструктуризации. Большинство предприятий по-прежнему находятся в глубоком кризисном состоянии. Ключевой проблемой данных предприятий является неэффективность действующей системы управления, отсутствие в ее деятельности инновационной направленности.

Разработанная автором методика оценки позволит повысить эффективность управления процессами реструктуризации. Выбор критериев оценки эффективности управления реструктуризацией каждое предприятие осуществляет индивидуально, в зависимости от поставленных целей и объекта преобразований.

Литература: 1. Алпатов А. А. Управление реструктуризацией предприятий. — М.: Высшая школа приватизации и предпринимательства, 2000. — 268 с. 2. Реструктуризация предприятий и компаний. Справочное пособие [И. И. Мазур, В. Ф. Шапиро и др.]; /Под ред. И. И. Мазура. — М.: Высшая школа, 2000. — 588 с.

Стаття надійшла до редакції
12.12.2002 р.

УДК 658.012.4:339.137.2

Милевский С. В.

ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Приведены группы подходов к оценке конкурентоспособности предприятия в зависимости от используемых методов и степени формальности получаемых результатов. Рассмотрены преимущества и недостатки каждой из групп и обозначены свойства, которыми должен обладать универсальный метод оценки конкурентоспособности предприятия.

В современных условиях оценка конкурентоспособности предприятия является необходимым инструментом на пути к повышению его конкурентоспособности. Этот факт отражает необходимость развития исследований в данной сфере.

В экономической литературе представлено множество различных подходов к оценке конкурентоспособности предприятия [1 – 3]. Однако единый общепринятый метод до сих пор отсутствует. Существующие же методы либо основаны на использовании одного или нескольких показателей эффективности производственно-хозяйственной деятельности (оценка имеет четкое цифровое значение, однако при этом не учитываются аспекты деятельности предприятия, результаты или процесс осуществления которых нельзя оценить точным цифровым показателем), либо по возможности полностью рассматривают состояние или деятельность предприятия с использованием экспертных оценок (в силу того, что при этом применяются экспертные оценки, результаты такого анализа нельзя однозначно признать объективными). Целью данной статьи является проведение сравнительного анализа существующих подходов к оценке конкурентоспособности предприятия, который позволит систематизировать информацию для разработки универсального метода.

Основные подходы к определению конкурентоспособности предприятия можно условно разделить на следующие группы:

1. Методы определения интегрального показателя конкурентоспособности предприятия с использованием экспертных оценок.
2. Методы, определяющие конкурентный статус предприятия.
3. Графические методы.
4. Методы, основанные на синтезе интегрального показателя из набора экономических показателей.
5. Методы оценки конкурентоспособности предприятия по результирующим показателям производственно-хозяйственной деятельности.
6. Методы, основанные на определении стоимости бизнеса.

Отдельно следует отметить методы, использующие математические модели, так как они являются интерпретациями какого-либо из вышеприведенных подходов.

Наиболее популярными в настоящее время являются **методы определения конкурентоспособности предприятия, основанные на расчете интегрального показателя конкурентоспособности** [4, с. 54], который определяется с использованием экспертных оценок или синтезируется из группы экономических показателей. Использование экспертных оценок подразумевает применение метода весовых коэффициентов. Преимущество подобных методов состоит в том, что они рассматривают множество различных параметров конкурентоспособности как предприятия, так и его продукции. В отличие от количественных методов, методы, основанные на применении экспертных оценок, могут оценить нематериальные параметры

конкурентоспособности. Однако наряду с преимуществами такой подход имеет существенные недостатки:

1. Из финансовых показателей используется только показатель рентабельности.

2. Основное внимание уделяется конкурентоспособности продукции.

3. Недостаточно внимания уделяется оценке стратегического потенциала предприятия.

4. Основным недостатком является широкое применение экспертных оценок.

Определение уровня конкурентоспособности предприятия путем использования показателя "конкурентного статуса фирмы" (КСФ) было предложено И. Ансоффом [4, с. 57]. Этот показатель отражает позицию фирмы в конкуренции и положение на рынке. Основой является соотношение фактической и базовой продуктивности использования ресурсов фирмы. Конкурентный статус фирмы, по И. Ансоффу, представляет собой рентабельность стратегических капитальных вложений, откорректированную в соответствии со степенью оптимальности стратегии фирмы и ее потенциалом. Основные недостатки такого подхода в следующем [4, с. 59]:

1. Не учитываются факторы внешней и внутренней среды фирмы в явном виде.

2. Экспертный подход к оценке степени оптимальности стратегии и потенциала фирмы в недостаточной мере раскрывает количественные взаимосвязи.

3. Понятия "оптимальная стратегия" и "оптимальный потенциал" четко не определены.

Определенный интерес представляют разработанные в 70-х годах XX в. матричные методы оценки уровня конкурентоспособности [4, с. 52]. Их основным достоинством является то, что они позволяют исследовать развитие процессов конкуренции в динамике. К таким методам относятся: матрица, разработанная Бостонской консалтинговой группой (БКГ), матрица "Цена - Качество", матрица МакКинзи. Преимуществами матричных методов являются простота применения и возможность оценить динамику конкурентоспособности предприятия. Однако эти преимущества перекрываются существенными недостатками, такими, как отсутствие четкой количественной оценки и возможность сделать только общие выводы по результатам анализа.

Синтез интегрального показателя конкурентоспособности предприятия из группы экономических показателей дает возможность получить цифровой показатель [1, с. 63]. Преимуществом данного метода является получение однозначной количественной оценки конкурентоспособности предприятия. Однако подобные методы имеют недостатки, вызванные в основном несогласованностью и разнородностью коэффициентов, определяющих результирующий показатель. При этом производится

усреднение, в результате чего теряется экономический смысл агрегируемых показателей.

Конкурентоспособность предприятия часто определяют по какому-либо основному результирующему показателю производственно-хозяйственной деятельности. В качестве такого показателя в большинстве случаев выступает доля рынка, занимаемая предприятием. Также могут использоваться различные виды показателя рентабельности предприятия. Несмотря на простоту, такой способ имеет ряд нижеприведенных недостатков:

1. При использовании такого способа не отражается динамика исследуемого процесса.

2. Невозможно определить причины изменения показателей.

3. Один показатель не может отражать реальной конкурентоспособности предприятия.

4. Подобная оценка не может предоставить информацию для определения направлений повышения конкурентоспособности предприятия.

Отдельно от других методов стоит стоимостный подход к оценке конкурентоспособности предприятия [3, с. 59]. Главную роль в методологии стоимостного подхода к обеспечению конкурентоспособности предприятия играет оценка стоимости предприятия. Недостатками методов, основанных на оценке стоимости предприятия, являются:

1. Рыночная стоимость предприятия и средневзвешенная стоимость капитала являются лишь сложными интерпретациями показателей рентабельности.

2. Применение подобной методики целесообразно только в случае оценки стоимости предприятия для последующей его продажи.

3. Данный подход, как и многие другие, не может обеспечить достаточно подробными данными процесс управления конкурентоспособностью предприятия.

Большинство недостатков описанных выше подходов может быть устранено в результате применения математических методов. Их применение сводится к формализации процесса анализа по одному из основных подходов [2, с. 17]. Неоспоримым преимуществом подобных методов является то, что при расчете в большинстве случаев не используются экспертные оценки. Также положительным моментом является наличие весовых коэффициентов, выводимых математическим путем. Однако они также не лишены существенных недостатков:

1. Предлагается недостаточное количество показателей: от двух до пяти.

2. Довольно сложна процедура расчетов.

3. Трудно сделать выводы о причинах низкой конкурентоспособности и определить пути улучшения ситуации.

4. Слабо отражается динамика показателя конкурентоспособности предприятия.

Большинство из описанных выше подходов к оценке конкурентоспособности предприятия носят лишь информативный характер. Подробный анализ проводится только в случае использования методов определения интегрального показателя конкурентоспособности предприятия. Использование математических методов заключается в математическом обосновании и интерпретации расчета интегрального показателя конкурентоспособности, что зачастую приводит к чрезмерному усложнению процесса определения конкурентоспособности предприятия.

Основываясь на аналитическом сравнении рассмотренных подходов, можно сделать вывод о необходимости разработки универсального метода определения конкурентоспособности предприятия, который бы включал большинство основных параметров конкурентоспособности, а использование экспертных оценок сводилось бы к минимуму или вообще исключалось. Подобный метод имел бы хорошие перспективы из-за доступности и понятности как для высшего, так и для среднего звена управленческого персонала.

Литература: 1. Белоусов В. Л. Анализ конкурентоспособности фирмы // Маркетинг в России и за рубежом. — 2001. — №5 (25). — С. 63 – 71. 2. Зулхариев И. У., Ильясова Л. Р. Метод расчета интегральной конкурентоспособности промышленных, торговых и финансовых предприятий // Маркетинг в России и за рубежом. — 2001. — №4 (24). — С. 17 – 27. 3. Кротков А. М., Еленева Ю. Я. Конкурентоспособность предприятия: подходы к обеспечению, критерии, методы оценки // Маркетинг в России и за рубежом. — 2001. — №6 (26). — С. 59 – 68. 4. Иванов Ю. Б. Конкурентоспособность предприятия в условиях формирования рыночной экономики. — Харьков: РИО ХГЭУ, 1997. — 248 с.

Стаття надійшла до редакції 10.12.2002 р.

УДК 330.4:659.1.011.4

Тонева К. В.

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА МЕТОДОВ ОПРЕДЕЛЕНИЯ РЕКЛАМНОГО БЮДЖЕТА ПРЕДПРИЯТИЯ

Для определения оптимального объема рекламного бюджета предприятия необходимо комплексное применение экономико-математических моделей с учетом особенностей развития украинского рынка. Представлен анализ существующих

методов определения рекламного бюджета предприятия, дана сравнительная характеристика этих методов.

В условиях трансформируемой экономики Украины определение оптимального объема рекламного бюджета предприятия является важным этапом реализации маркетингового плана. Проблемы экономического развития предприятия, определяемого маркетинговым планом, решаются в рамках фундаментальных исследований естественных, общественных и гуманитарных наук.

Сложность проблемы формирования рекламного бюджета предприятия заключается в отсутствии единого мнения специалистов о целесообразности применения тех или иных методов в условиях украинской экономики. Выбор метода определения рекламного бюджета зависит от конкретных условий деятельности предприятия, а также от целей и задач, достигаемых проведением рекламной кампании.

Анализ литературных источников [1; 2; 3] позволил выделить четыре основные группы методов определения рекламного бюджета предприятия, представленные на рисунке.



Рис. Методы определения объема рекламного бюджета

Сравнительная характеристика представленных на рисунке методов приведена в таблице: