

УДК 338.45 : 628.27

П.Г. ПЕРЕРВА, д.э.н., проф., НТУ «ХПИ»,
Н.П. ТКАЧЕВА, аспирант НТУ «ХПИ»,
Т.А. КОБЕЛЕВА, аспирант НТУ «ХПИ»

ФОРМИРОВАНИЕ КОНЪЮКТУРЫ ЭЛЕКТРОТЕХНИЧЕСКИХ ИЗДЕЛИЙ НА ОСНОВЕ ИХ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ

В статье обоснованы основные группы факторов, определяющие конкурентоспособность и конъюнктуру рынка продукции электротехнических предприятий. Предложена методика экспертной оценки количественной величины данных факторов.

The basic groups of factors, determining a competitiveness and investment the attractiveness of machine-building enterprises, are grounded in the article. The method of expert estimation of quantitative size of these factors is offered.

Ключевые слова: конъюнктура, конкурентоспособность, экспертные методы, инвестиционная привлекательность, электротехнические предприятия

Введение. Актуальность исследования рыночных характеристик современного рынка заключается: *во-первых*, в необходимости теоретического осмысления роли и значения рыночной конъюнктуры и конкуренции в современных рыночных отношениях, способствующей усилению конкурентоспособности как фактора развития экономики Украины; *во-вторых*, важностью повышения конкурентоспособности предприятий машиностроительного комплекса, создающих 20 % ВВП России, в связи с усилением конкуренции на внешних и внутренних рынках, глобализацией экономики и вхождением России во Всемирную торговую организацию; *в-третьих*, недостаточной изученностью факторов повышения конкурентоспособности предприятий машиностроительного комплекса и необходимостью теоретического обоснования конкурентных преимуществ этих предприятий, обеспечивающих им лидирующее положение на рынке; *в-четвертых*, отсутствием научно-методических разработок, имеющих прикладной характер и позволяющих руководителям промышленных предприятий формировать стратегию усиления специфических для этих предприятий конкурентных преимуществ на внутреннем и внешнем рынках.

Постановка задачи. Целью статьи является разработка методики исследования конкурентных преимуществ и формирование конъюнктуры рынка продукции предприятий электротехнического комплекса, а также исследование

уровня конкурентоспособности предприятий и их инвестиционной привлекательности.

Методология. Теоретико-методологической основой исследования, результаты которого представлены в данной статье, послужили труды отечественных и зарубежных ученых, посвященных проблеме маркетинговых исследований и управлению рынком машиностроительной продукции.

Результаты исследования. Авторами разработана многофакторная модель оценки конъюнктуры и конкурентоспособности компании электротехнического сектора, учитывающая наличие у компании конкурентных преимуществ, обеспечивающих ей то или иное положение на рынке. Конкурентные преимущества в работе разделены на четыре группы [1], каждая из которых отражает влияние внешней и внутренней среды, формирующей эти преимущества:

I. Рыночный фактор:

- расположение рынков сбыта, расширение границ территории реализации продукции и перспективы увеличения реализации предлагаемого продукта;

- наличие или отсутствие товаров - заменителей;
- уровень послепродажного сервиса продукции;
- уровень и динамика мировых цен.

II. Управленческий фактор:

- уровень квалификации персонала (наличие компетентных специалистов и степень использования потенциала человеческих ресурсов компании);

- качество обслуживания клиентов компании;
- использование современных методов маркетинга, рекламы товаров;
- репутация и имидж фирмы.

III. Ресурсно - производственный фактор:

- условия доступа к ресурсам;
- качество ресурсов;
- наличие современных технологий на актуальных для компании отрезках жизненного цикла продукции и адекватных им технически средств;

- выдвижение и использование инновационных решений;
- состояние основных производственных фондов.

IV. Финансовый фактор:

- уровень финансовой устойчивости компании,
- объем оборотных средств;
- доступ к финансовым ресурсам;
- интенсивность использования капитала.

Предлагаемая модель оценки конкурентоспособности компании, учитывает совокупное влияние представленных выше показателей, формирующих факторы конкурентоспособности. Учитывая, что показатели, включенные в модель, могут иметь различные размерности, не позволяющие объединить их в интегральную оценку без приведения к безразмерным показателям (индексам), в работе использована балльная оценка значимости каждого показателя, позволяющая установить его относительное влияние на формирование конкурентоспособности компании. Для решения поставленной задачи в работе использованы методы экспертных оценок. В качестве экспертов привлекалось более 170 специалистов руководящего и среднего звеньев аппарата управления ДП «ХЕМЗ», ОАО «Укрэлектромаш», «Электротяжмаш», «Турбоатом» и других электротехнических предприятий. Группа экспертов рассматривала перечень показателей, характеризующих четыре фактора конкурентных преимуществ, описанных выше. Вопросы анкеты сформулированы так, чтобы эксперты не только подтвердили возможность оценить конкурентоспособность, используя предложенные показатели, но и установили степень их влияния на результирующую оценку конкурентоспособности машиностроительного предприятия. Результаты обработки анкет представлены в табл. 1.

Таблица 1 - Количественная оценка влияния факторов внутренней и внешней среды на конкурентоспособность электротехнического предприятия

Показатели, определяющие факторы конкурентоспособность предприятия	Количество баллов при достижении показателями		Доля потенциала в общей сумме баллов, (%) (высокое /низкое значение показателей)
	Высоких значений	Низких значений	
1. Рыночный фактор	50	52	25/26
1.1. Расположение рынков сбыта	15	17	
1.2 уровень послепродажного сервиса продукции	10	15	
1.3. Наличие или отсутствие товаров – заменителей	10	4	
1.4. Уровень и динамика мировых цен	15	16	
2. Управленческий фактор	50	52	25/26
2.1. Уровень квалификации персонала	15	26	
2.2. Использование методов маркетинга	15	12	
2.3. Репутация и имидж	10	8	
2.4. Уровень послепродажного обслуживания	10	6	
3. Ресурсно – производственный фактор	50	48	25/24
3.1. Условия доступа к ресурсам	10	11	
3.2. Качество ресурсов	5	6	
3.3. Использование инновационных решений	15	13	
3.4. Наличие современных технологий	15	12	
3.5. Состояние основных производственных фондов	5	6	
4. Финансовый фактор	50	48	25/24
4.1. Уровень финансовой устойчивости	20	18	
4.2. Объем оборотных средств	10	9	
4.3. Доступ к финансовым ресурсам	10	9	
4.4. Интенсивность использования капитала	10	12	
Итого	200	200	100/100

Установлено, что каждый из четырех факторов, формирующих конкурентные преимущества компании, имеет одинаковое воздействие при максимально возможных значениях, которые могут быть достигнуты всеми показателями, формирующими каждый фактор, но различное влияние при достижении показателями наиболее низких значений, табл.3. Данное обстоятельство послужило отправной точкой в построении многофакторной оценки: если все показатели, включенных в модель, имеющих низкое значение, совокупное влияние оценивается в 100 баллов.

Для построения графической интерпретации многофакторной оценки уровня конкурентоспособности, 4 фактора объединены в два блока. В качестве принципа объединения принят принцип равного совокупного воздействия двух факторов на уровень конкурентоспособности при достижении показателями низких значений. В первый блок вошли рыночные, ресурсно – производственные факторы; во второй - финансовые и управленческие факторы. Особенностью модели, которая предлагается, является рассмотрение влияния каждого показателя и результирующей оценки уровня конкурентоспособности в форме пяти дискретных состояний [2], характеризующих соответственно весьма благоприятное, благоприятное, умеренное, неблагоприятное, весьма неблагоприятное воздействие показателей на уровень конкурентоспособности, который также может характеризоваться пятью дискретными состояниями:

I – весьма благоприятное - высокая степень конкурентоспособности;

II - благоприятное - достаточная конкурентоспособность;

III - умеренное - средняя степень конкурентоспособности;

У - неблагоприятное - низкий уровень конкурентоспособности;

VI - весьма неблагоприятное – неконкурентоспособное.

Дискретные состояния каждого из показателей устанавливались исходя из возможного диапазона его значений, определенных экспертами. Наибольшее значение показателя рассматривается как дискретное состояние, соответствующее весьма благоприятному влиянию показателя на уровень конкурентоспособности, а, соответственно, наименьшее значение показателя - весьма неблагоприятному. В табл.2 представлены диапазоны изменения показателей, характеризующих действия различных факторов, влияющих на конкурентоспособность компании.

Таблица 2 - Показатели, характеризующие факторы конкурентных преимущества компании и диапазоны их изменения.

Наименование показателя	Экономическое содержание показателя	Расчетная формула (оценка)	Диапазон изменения
Рыночный фактор			
1.1.Расположение рынков сбыта	Удаленность рынков сбыта, расширение границ рынка сбыта продукции	Экспертная оценка (в баллах)	1-5

1.2. Уровень послепродажного сервиса продукции	Наличие сервисных подразделений, гарантийного обслуживания	Экспертная оценка (в баллах)	1-5
1.3. Отсутствие или наличие товаров – заменителей	Нет альтернативных видов продукции	Экспертная оценка (в баллах)	1-5
1.4. Уровень и динамика мировых цен	Изменение уровня мировых цен относительно предыдущего года	$\frac{Ц_m}{Ц_б}$	0,5-1,5
Управленческий фактор			
2.1. Уровень квалификации персонала	Доля работников (K_3) с высшим специальным образованием (N в.о) в общем количестве работников(N)	$K_3 = N_{в.о} / N$	0,05-0,4
	Показатель повышения квалификации (K_2), где T_{oi} - количество дней обучения i-го специалиста; T_{ki} - количество рабочих дней, отработанных сотрудниками	$K_2 = \sum_{i=1}^{no} T_{oi} / \sum_{i=1}^N T_{ki}$	0,02-0,2
2.2. Использование современных методов маркетинга (реклама)	Наличие различных форм рекламы, использование передовых методов исследования рынка	Экспертная оценка (в баллах)	1-5
2.3. Репутация и имидж	Признание фирмы на внутреннем и внешнем рынках, котировка акций на биржах	Экспертная оценка (в баллах)	1-5
2.4. Уровень послепродажного обслуживания	Наличие сервисных центров, центров гарантийного обслуживания и т.п.	Экспертная оценка (в баллах)	1-5
Ресурсно - производственный фактор			
3.1. Условия доступа к ресурсам	Возможность увеличения и освоения новых скважин	Экспертная оценка (в баллах)	1-5
3.2. Качество ресурсов	Качество исходного сырья: наличие механических примесей, воды, соли	Экспертная оценка (в баллах)	1-5
3.3. Использование инновационных решений	Отношение вложений на инновации ($V_{и}$) к экономической эффективности от внедрения инновации ($V_{эи}$)	$T_c = V_m / V_o$	0,02-0,2
3.4. Наличие современных технологий	Объем производства продукции с использованием новых технологий ($V_{т}$) к общему объему производства продукции до применения технологии ($V_{д}$)	$H_e = V_u / V_{эи}$	1,5 - 0,5
3.5 Состояние основных производственных фондов (ОПФ)	Физический износ, где A - сумма амортизационных отчислений; $Conф$ – стоимость ОПФ	$A / C_{опф}$	0-0,7
	Моральный износ, где $Conф.ми$ – стоимость ОПФ морально изношенных	$Conф.ми / C_{опф}$	0-0,5
Финансовый фактор			
4.1. Уровень финансовой устойчивости	Показатель финансовой устойчивости, где K_{occ} – коэффициент обеспеченности собственными средствами; $K_{сэс}$ – коэффициент соотношения собственных и заемных средств.	$P_{фy} = (K_{occ} \times K_{сэс}) / 2,$	0,015-0
	Коэффициент переуступки прав требования где $D_{зд}$ – дебиторская задолженность, платежи по которой ожидаются более чем через 12 месяцев после отчетной	$K_{пм} = (D_{зд} + D_{зк}) / K_3,$	2-0,8

	даты; $D_{зк}$ – дебиторская задолженность, платежи которой ожидаются в течение 12 месяцев после отчетной даты; $K_з$ – кредиторская задолженность		
4.2. Достаточность оборотных средств	Доля кредитов под оборотные средства $K_{o.c.}$ в общем объеме кредитных ресурсов (K_p)	$K_{o.c.}/K_p$	0,3-1,0
4.3. Доступ к финансовым ресурсам	Наличие собственных банков, возможность получения кредитов	Экспертная оценка (в баллах)	1-5
4.4. Интенсивность использования капитала	Рентабельность фирмы, где P_o – общая рентабельность; $P_{ск}$ – рентабельность собственного капитала.	$P_{\phi} = (P_o + P_{ск})/2$,	0,25-0,1
	Показатель ликвидности, где $K_{мл}$ – коэффициент текущей ликвидности; $K_{ал}$ – коэффициент абсолютной ликвидности	$\Pi_{л} = K_{мл} \times K_{ал}$,	5-0

Выводы и рекомендации. На основе экспертных оценок разработана многофакторная модель оценки конкурентоспособности электротехнического предприятия, учитывающая действие различных факторов. На основе экспертных оценок для каждого показателя, формирующего фактор, устанавливается весовое значение, отражающее степень его влияния на уровень конкурентоспособности машиностроительного предприятия. Интегральная оценка конкурентоспособности конкретной компании зависит от фактического значения показателей, влияющих на кумулятивные оценки факторов, характеризующих уровень конкурентоспособности компании. В модели установлено пять возможных диапазонов изменения показателей, формирующих факторы. Каждый из пяти диапазонов корреспондирует соответствующему значению уровня конкурентоспособности предприятия, имеющего пять дискретных состояний: весьма благоприятное - высокая степень конкурентоспособности; благоприятное - достаточная конкурентоспособность; умеренное - средняя степень конкурентоспособности, неблагоприятное - низкий уровень конкурентоспособности; весьма неблагоприятное - неконкурентоспособное.

Список литературы. 1. Антипова О. В. Повышение конкурентоспособности предприятия как фактор экономического роста промышленности России // Автореф.... кан. экон. наук по специальности 08.00.05 « Экономика и управление народным хозяйством». М.: Академия труда и социальных отношений, 2007.- 24с. **2.** Псарева Н.Ю. Холдинговые отношения: теоретический и методический аспекты. - М.: Издательский дом «Высшее образование и Наука». 2003.- 287с. **3.** Портер М. Международная конкуренция. – М.: Прогресс, 1996.- 496 с. **4.** Родионова Л.Н., Кантор О.Г., Хакимова Ю.Р. Оценка конкурентоспособности продукции // Маркетинг в России и за рубежом. -2000.-№1.-0.34-37. **5.** Ноздрева Р.Б., Цыгичко Л.И. Маркетинг: как побеждать на рынке. — М.: Финансы и статистика, 1991. — 304 с.

Подано до редакції 05.11.2010