

УДК339.137.2:330.341.1

Нестеренко О.С.

ВИМІРЮВАННЯ РІВНЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВИНОРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ ОДЕСЬКОЇ ОБЛАСТІ

У даній статті автором запропоновано підхід до вимірювання рівня конкурентоспроможності виноробних підприємств Одеської області. Визначено ринкову частку, яку займають відповідні підприємства, наведена формула вимірювання конкурентоспроможності, яка була доповнена автором важливим компонентом – інноваційною складовою. У статті розраховано інтегральний коефіцієнт інтенсивності конкуренції на винному ринку Одеської області, також автором проведена порівняльна характеристика рангів підприємств за розміром ринкової частки та рейтинговою оцінкою виноробних підприємств Одеської області у 2014 році

Ключові слова: інтенсивність конкуренції, конкурентоспроможність, фінансово-господарська діяльність, ринкова активність, виробничі потужності, рейтингова оцінка.

Постановка проблеми. На сьогодні Україна має значний природний, промисловий, технологічний та культурний потенціали, але вона поки що не входить до числа розвинутих країн. Проблема полягає в тому, що досі не знайдені способи реалізації цього потенціалу. Результатом цього є низький рівень конкурентоспроможності вітчизняних виробників, та відповідно, виробленої ними продукції у порівнянні з іноземними виробниками. Резерви зростання обсягів товарообігу на внутрішньому та зовнішніх ринках на старій структурній основі фактично вичерпані. Тому місце України в недалекому майбутньому, в першу чергу, залежить від впровадження та реалізації інновацій у виробництво, що дозволить підвищити конкурентоспроможність не тільки підприємств, а і економіки в цілому. Таким чином, розвиток нашої країни повинен відбуватись за рахунок інновацій. Проблема невикористання наявного потенціалу також стосується й виноробних підприємств, яким на даний час важко конкурувати в повному обсязі із іноземними виробниками. Підтримка високого рівня конкурентоспроможності означає, що всі ресурси підприємства використовуються настільки продуктивно, що воно стає більш прибутковим, ніж його головні конкуренти. Це водночас передбачає, що підприємство займає стабільні позиції на ринку товарів і послуг, а його продукція користується постійним попитом. Однак рівень конкурентоспроможності – це величина динамічна, яка змінюється під впливом багатьох факторів, які формуються в сферах виробництва і обігу товару.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми ідентифікації та вимірювання конкурентоспроможності та резервів її підвищення

розглядалися у працях таких вчених: Г.Л. Азоева, І.В. Багрової, Л.В. Балабанової, А.Е. Воронкової, В.М. Горбатова, І.З. Должанського, І.С. Грозного, Л.А. Дробишевої, Т.О. Загорної, Л.І. Піддубної, Ю.Б. Іванова, Р.А. Фатхутдінова, А.М. Брандербургера, В.І.Гринчуцького, П.С.Зав'ялова, К. Макконнелла, А.Маршалла, М.Портера, Б.А.Райзберга, І.А.Спірідонова, Р.А. Фатхутдінова, А. Ю. Юданова, О.Г. Янкового та інших. Ці автори кількісно і якісно вимірювали рівень конкурентоспроможності підприємства, використовуючи різні показники діяльності підприємств та фінансової звітності. Проте у працях зазначених вчених не висвітлено вплив інноваційної складової на конкурентоспроможність виноробних підприємств, яка визначається на основі витрат компанії на інноваційну діяльність та придбання сучасного обладнання. У своїй роботі автор для вимірювання рівня конкурентоспроможності включає у розрахунок витрати на науково-технічну складову діяльності підприємства.

Формулювання цілей статті. Метою статті є визначити складові, які використовуються для вимірювання рівня конкурентоспроможності; розрахувати ринкову частку та темпи приросту ринкової частки аналізованих підприємств; розрахувати рівень інтенсивності конкуренції; визначити загальний коефіцієнт конкурентоспроможності підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. Підписання угоди про Асоціацію між Україною та ЄС несе певні ризики для українського виноробства. Головна причина – відсутність можливостей для роботи в умовах ЄС без ефективного механізму державної фінансової підтримки виноробної галузі, що не дозволяє вітчизняним підприємствам на рівних конкурувати з іноземними виноробами. Це стосується не тільки якості вина, а і умов, у яких функціонують виноробні підприємства. Для того, щоб зрозуміти, чи зможуть вітчизняні підприємства конкурувати з

іноземними, необхідно визначити рівень їх конкурентоспроможності.

Інновації є основним джерелом внутрішньогалузевої конкуренції, а це означає, що підприємство, яке вирішило впроваджувати у свою діяльність інновації, має низку конкурентних переваг у порівнянні з іншими. Так воно стає більш конкурентоспроможним у певній галузі, наслідком чого є зростання рівня рентабельності та обсягу прибутку.

Як було раніше доведено автором у роботі [1], інноваційна складова відіграє надзвичайно важливу роль у розвитку підприємства в сучасному світі. Існує низка підприємств, які були у минулому конкурентоспроможними, але через те, що їх керівництво не впроваджувало інновацій, вони на даний час не можуть конкурувати не тільки з іноземними виробниками аналогічної продукції, а й з вітчизняними.

Інновації важливі, оскільки конкурентоспроможність підприємства – це не стала величина, а динамічна, яка постійно змінюється. Кожне підприємство, яке функціонує на ринку, прагне максимізувати свій прибуток. Ті підприємства, які впроваджують інновації займають лідерські позиції на ринку, поліпшують свої фінансові показники та можуть конкурувати не тільки з виробниками своєї країни, а й з виробниками іноземних країн.

Запропонований автором підхід до вимірювання конкурентоспроможності підприємства містить в собі одну з головних складових – інноваційну. Це, на відміну від існуючих підходів, дозволяє більш повно та комплексно здійснити оцінку конкурентоспроможності аналізованих підприємств.

Показники для вимірювання конкурентоспроможності поділені автором на 5 груп. Дані наведені в таблиці 1.

Таблиця 1

Показники вимірювання конкурентоспроможності підприємств*

Показник	Що включає	Значення
Фінансовий стан підприємства	Фінансово-економічні показники діяльності	Фінансовий стан – одна з найважливіших характеристик виробничо-фінансової діяльності підприємств
Ринкова активність	Ринкова частка, темпи приросту ринкової частки	Важливий показник для аналізу конкурентоспроможності підприємства, характеризує частку, яку займає підприємство
Ступінь використання виробничих потужностей	Коефіцієнт використання виробничих потужностей	Визначення ефективності використання підприємством наявного обладнання
Стан конкуренції між виробниками на певному ринку	Інтегральний коефіцієнт інтенсивності конкуренції	Дозволяє зрозуміти, який рівень конкуренції на відповідному ринку. Якщо показник <1, то конкуренція низька, що свідчить про монополію чи олігополію
Інноваційна частка	Частка витрат на інновації у обсягу загальних витрат	Один з важливих показників, що характеризують діяльність підприємства та можливості отримання більших прибутків у порівнянні з конкурентами

*Розроблено автором

Формула визначення конкурентоспроможності виноробного підприємства має вигляд:

$$KI = R * a + D * b + CU * c + Ic * d + Icom * e \quad (1)$$

де KI – конкурентоспроможність підприємства;
R – рейтингова оцінка фінансово-економічного стану виноробного підприємства (фес);

D – величина ринкової частки аналізованого підприємства;

CU – коефіцієнт використання виробничих потужностей виноробного підприємства;

Ic – інтегральний коефіцієнт інтенсивності конкуренції;

Icom – інноваційна частка у витратах виноробного підприємства;

a, b, c, d, e – вагові коефіцієнти відповідно рейтингової оцінки фінансово-економічного стану виноробного підприємства, величини ринкової частки аналізованого підприємства, коефіцієнта використання виробничої потужності виноробного підприємства, інтегрального коефіцієнта інтенсивності конкуренції та інноваційної частки ви-

трат виноробного підприємства, які задовольняють умовам:

$$1. \quad 0 \leq a \leq 1; 0 \leq b \leq 1; 0 \leq c \leq 1; 0 \leq d \leq 1; 0 \leq e \leq 1;$$

$$2. \quad a + b + c + d + e = 1.$$

Для визначення конкурентоспроможності, автором роботи було обрано 10 виноробних підприємств Одеської області, а саме: ПКП «Шабо», ТОВ «VinAGRO», ТОВ "Niva NVP, ПАТ «Одеса винпром», Котовський винзавод, ВАТ Болградський «Харчовик», ЗАТ «Одеський завод шампанських вин», ПП «Vinogradagro Kubey», ТОВ «Винні традиції України», ПП «AK Sakal». Шість підприємств впроваджують у свою діяльність інновації, а чотири – ні. Було обрано саме таке співвідношення для того, щоб підтвердити гіпотезу, що впровадження інновацій сприяє підвищенню рівня конкурентоспроможності підприємства на вітчизняному ринку. В табл.2 наведені величини ринкових часток підприємств та темпи приросту цих часток за 2012–2014 роки.

Ринкова частка та темп приросту ринкової частки у 2012–2014 рр.*

Підприємства	Ринкова частка (%)		Темп приросту ринкової частки у 2014 по відношенню до 2012 (%)
	2012 р.	2014 р.	
ПКП Шабо	28,910	32,99	4,70
ТОВ «Vin AGRO»	12,283	14,04	4,76
ТОВ "Niva NVP	23,429	12,15	-16,05
ПАТ «Одеса винпром»	13,415	10,30	-7,75
Котовський винзавод	10,220	4,93	-17,26
ВАТ Болг. «Харчовик»	4,626	4,59	-0,25
ЗАТ «Одеський завод шампанських вин»	6,042	4,37	-9,25
ПП VinogradagroKubey	0,052	3,17	-13,02
ТОВ Винні традиції України	0,039	0,10	-16,03
ПП АК Sakal	0,003	0,0002	-22,22

* Складено на основі авторських розрахунків

Як видно з даних таблиці 2, тільки два підприємства за аналізований період змогли наростити обсяги виробництва власної продукції. Темпи приросту ринкової частки склали відповідно 4,7% та 4,76%. Останні вісім підприємств не тільки не зберегли свої частки ринку, а навпаки – втратили їх. Найбільшого зменшення темпів приросту ринкової частки зазнали такі підприєм-

ства: ПП АК Sakal, Котовський винзавод, їх позиції зменшились на 22,22% та 17,26%. Дані свідчать про негативну тенденцію галузі в цілому та окремих підприємств.

В таблиці 3 приведена порівняльна характеристика рангів підприємств за розміром ринкової частки та рейтинговою оцінкою виноробних підприємств Одеської області у 2014 році.

Таблиця 3

Порівняльна характеристика рангів підприємств за розміром ринкової частки та рейтинговою оцінкою виноробних підприємств Одеської області у 2014 році*

Підприємства	Показники			
	Ринкова частка (%)	Рейтингова оцінка фес	Ранги підприємств	
			за розміром ринкової частки	за рейтинговою оцінкою фес
ПКП Шабо	32,99	70,915748	1	1
ТОВ «Vin AGRO»	14,04	4,3685694	2	6
ТОВ "Niva NVP	12,15	10,223096	3	5
ПАТ «Одеса винпром»	10,30	29,4268	4	3
Котовський винзавод	4,93	43,602594	5	2
ВАТ Болг. «Харчовик»	4,59	14,668	6	4
ЗАТ «Одеський завод шампанських вин»	4,37	-20,6685	7	10
ПП VinogradagroKubey	3,17	-9,61997	8	9
ТОВ Винні традиції України	0,10	-8,841541	9	8
ПП АК Sakal	0,0002	1,2045	10	7

* Складено на основі авторських розрахунків

Як видно з таблиці 3, ранги підприємств суттєво відрізняються, в залежності від різних оцінок. Це означає, що навіть, коли підприємство займає значну ринкову частку, воно має низькі показники фінансово-господарської діяльності, а іноземних інвесторів цікавить саме інформація про фінансовий стан підприємства. Лідером та найбільш конкурентоспроможним залишається ПКП «Шабо».

Інтегральний коефіцієнт інтенсивності конкуренції включає 4 коефіцієнти:

1. Індекс Розенблюта, який відображає кількість конкурентів, частку кожного з

них у загальному обсязі реалізації продукції й ранги цих часток:

$$R_i = \frac{1}{2\sum(i+Q_i) - 1}, \quad (2)$$

де R_i – індекс Розенблюта; Q_i – частка i -го підприємства в загальному обсязі реалізації продукції; i – ранг частки підприємства.

2. Варіація, тобто відмінність рівнів одного й того ж показника у різних об'єктів, має об'єктивний характер і допомагає пізнати сутність явища, яке вивчається. Коефіцієнт варіації (V) вимірюється:

$$V = \frac{\sqrt{\frac{1}{n} \sum (Q_i - Q_{сер})^2}}{Q_{сер}}, \quad (3)$$

де V – коефіцієнт варіації ринкових часток (Qi) конкурентів; Qсер – середньоарифметичне значення Qi, яке розраховується як 1/n;

3. Коефіцієнт інтенсивності конкуренції:

$$Ti = \frac{140-t}{70}, \quad (4)$$

де Ti – коефіцієнт інтенсивності конкуренції за наявних темпів зростання продажу; t – річний темп зростання на товарному ринку. Чим меншими є темпи, тим більшим виявляється значення коефіцієнта, а відтак й інтенсивність конкуренції.

4. Також важливим фактором інтенсивності конкуренції є рентабельність продажу (Rs)

$$Rs = 1 - \left(\frac{P}{Vs}\right) * 100\%, \quad (5)$$

де Vs – загальний обсяг продажу підприємств-конкурентів; P – обсяг сукупного прибутку підприємств-конкурентів;

Таким чином, інтегральний коефіцієнт інтенсивності конкуренції визначається за формулою:

$$Ic = (Ri * V * Ti * Rs)^{1/4} \quad (6)$$

Інтегральний коефіцієнт інтенсивності конкуренції серед виноробних підприємств у 2014 році становив –0,849. Аналізуючи коефіцієнти інтенсивності конкуренції, можна зробити висновок, що конкуренція на ринку вина є досить низькою. Темп зростання обсягу ринку теж свідчить про низький рівень конкуренції.

Значення Ic набагато перевищує значення середньої частки (0,08), що є ознакою низького рівня конкуренції.

В таблиці 4 наведений рівень конкурентоспроможності виноробних підприємств Одеської області за 2014 рік, а також коефіцієнти використання обладнання та інноваційної частки. Вагові коефіцієнти для визначення конкурентоспроможності підприємства:

a – 0,29; b – 0,15; c – 0,15; d – 0,15; e – 0,21 [2, с. 160].

Таблиця 4

Узагальнюючий показник рівня конкурентоспроможності виноробних підприємств Одеської області у 2014 році*

Підприємства	Коефіцієнти		Показник конкурентоспроможності
	використання виробничих потужностей	інноваційної частки (%)	
ПКП Шабо	0,9	6,2	27,06
ТОВ «Vin AGRO»	0,7	3	4,24
ТОВ "Niva NVP	0,8	3	5,67
ПАТ «Одеса винпром»	0,6	2	10,73
Котовський винзавод	0,5	1	13,81
ВАТ Болг. «Харчовик»	0,8	4	6,03
ЗАТ «Одеський завод шампанських вин»	0,5	0,2	-5,07
ПП Vinogradagro Kubey	0,3	0,01	-2,12
ТОВ Винні традиції України	0,5	0	-2,32
ПП АК Sakal	0,2	0	0,52

*Складено на основі авторських розрахунків

У 2014 році найбільш конкурентоспроможними були ПКП Шабо (27,06); Котовський винзавод (13,81); ПАТ «Одеса винпром» (10,73); ВАТ Болградський «Харчовик» (6,03). Найменш конкурентоспроможними були ЗАТ «Одеський завод шампанських вин» (-5,07), ТОВ Винні традиції України (2,32).

Висновки і перспективи подальших досліджень. Згідно з розробленою для виноробства шкалою, ступінь інтенсивності конкуренції у виноробній промисловості південної України є низьким. У даному випадку низька інтенсивність конкуренції свідчить про те, що лідери ринку, закріпившись на своїх позиціях, майже не зва-

жають на діяльність найближчих конкурентів. Проведений аналіз показав, що підприємства, які впроваджують інновації у свою діяльність, є найбільш конкурентоспроможними. Також на рівень конкурентоспроможності впливає фінансовий стан підприємства. Підприємства з низьким рівнем конкурентоспроможності показують також низькі показники фондівдачі та коефіцієнтів ліквідності. ЗАТ «Одеський завод шампанських вин» та ТОВ «Винні традиції України» потребують зміни стану фінансово-господарської діяльності, впровадження інновацій для підвищення рівня прибутковості та конкурентоспроможності на ринку Одеської області.

ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Нестеренко О.С. Вимір впливу інноваційної складової на конкурентоспроможність виноробних підприємств, за допомогою методу головних компонент / О.С. Нестеренко // Науковий вісник. –2015. – №46.– С.206
2. Зайцева Н.О. Оцінка інтенсивності конкуренції у виноробній промисловості України / Н.О. Зайцева // Науковий вісник. –2011. –С. 56
3. Азоев Г.Л. Конкурентные преимущества фирмы / Г.Л. Азоев. – М.: ОАО «Тип «НОВОСТИ», 2000. – 256 с.
4. Должанський І.З. Конкурентоспроможність підприємства: навч. посіб. / І.З. Должанський, Т.О. Загорна. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 384 с.
5. Войчак А.В. Конкурентні переваги підприємства: сутність і класифікація / А.В. Войчак, Р.В. Камишніков // Маркетинг в Україні. – 2005. – № 2. – С. 50–53.
6. Гайдук В.А. Фактори конкурентоздатності суб'єктів на товарних ринках / В.А. Гайдук // Економіка та держава. – 2007. – № 3. – С. 21–23.
7. Фінансова звітність підприємств. – 04.04.2015р – [Електронний ресурс]. – Режим доступу до програми РУСЛАНА:<https://ruslana.bvdep.com>

REFERENCES

1. Nesterenko O.S. (2015). Vymir vplyvu innovatsiinoi skladovoi na Konkurentospromozhnist vynorobnykh pidpriemstv, za dopomohoiu metodu holovnykh component [Measuring the impact of innovation component on competitiveness of wineries, using the method of principal components]. Naukovyi visnyk- Scientific Bulletin, 46, 206-215[in Ukrainian].
2. Zaitseva N.O. (2011) Otsinka intensyvnosti konkurentsii u vynorobnii promyslovosti Ukrainy [Assessment of intensity of competition in the wine industry Ukraine]. Naukovyivisnyk- Scientific Bulletin, 24, 56-62 [in Ukrainian].
3. Azoiev H.L.(2000) Konkurentni perevahy firmy [Competitive advantages of the company]. M: VAT «Тип «NOVYNY"»[in Ukrainian].
4. Dolzhanskyi I.Z. (2006) Konkurentospromozhnist pidpriemstva [Competitiveness of the enterprise]. K.: Tsentri navchalnoi literatury [in Ukrainian].
5. Voichak A.V. (2005) Konkurentni perevahy pidpriemstva: sutnosti klasyfikatsiia [Competitive advantages of the enterprise: the nature and classification]. Marketynh v Ukaraini - Marketing in Ukraine, 3, 50-53[in Ukrainian].
6. Haiduk V.A. (2007) Faktory konkurentozdatnosti subiektiv na tovarnykh rynkakh [Factors competitive of subjects in commodity markets]. Ekonomika ta derzhava-Economics and the State, 3, 21-23[in Ukrainian].
7. Finansova zvitnist pidpriemstv [Financial statements of enterprises]. (n.d.). ruslana.bvdep.com. Retrieved from <https://ruslana.bvdep.com> [in Ukrainian].

Одержано 11.09.2015 р.