

УДК 658.234

Кучер В.А., д.е.н., професор (Донецький національний технічний університет, м. Донецьк)

МЕТОДИКА РЕЙТИНГОВОЇ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТНОГО СТАТУСУ ШАХТИ ТА КОНКУРЕНТОЗДАТНОСТІ ВУГІЛЛЯ

Розроблено методику рейтингової оцінки конкурентоспроможності вугледобувного підприємства, а також визначення конкурентоспроможності вугілля. Методику апробовано в умовах діючих шахт.

Ключові слова: рейтингова оцінка, конкурентоспроможність, вугледобувне підприємство.

The method of rating estimation of competitiveness on coal-mining enterprise, and also determination competitiveness of coal is developed. A method is approved on the conditions of operating mines.

Keywords: rating, competitiveness, coal mining company.

Разработана методика рейтинговой оценки конкурентоспособности угледобывающего предприятия, а также определение конкурентоспособности угля. Методику апробирована в условиях действующих шахт.

Ключевые слова: рейтинговая оценка, конкурентоспособность, угледобывающее предприятие.

В сучасних умовах господарювання кожне підприємство повинне не тільки урахувати задоволення потреб покупців, але й постійно вивчати так звані конкурентні сили на ринку. Конкуренція з боку потенційно нових конкурентів виникає тоді, коли є імовірність, що організації з інших галузей можуть увійти до цієї галузі.

Конкурентна сила постачальників зобов'язана своїм походженням тому, що галузеві організації завжди є споживачами сировини та комплектуючих, технологій, кадрів, і тому постачальники мають можливість прямо впливати на ефективність їх функціонування. Сила впливу постачальника на споживача визначається багатьма факторами. Їх вплив може бути представлений у грошовому еквіваленті, який відображує вартість переключення на іншого постачальника. Чим вона вища, тим більша конкурентна сила постачальника, і навпаки.

Проблемі конкурентоспроможності підприємства присвячено багато наукових праць вітчизняних [1, 2] і західних [3, 4] економістів. Конкуренти

– невід’ємний елемент системи маркетингу. Згідно з думкою, що висвітлено в роботі Ігольнікова Г. та Патрушевої Є. [5], вони впливають на вибір компанією ринків, маркетингових посередників, постачальників, на формування асортименту товарів і на весь комплекс маркетингової діяльності. Звісно, конкурентне оточення не можна зводити лише до конкуруючих компаній і фірм. Існує багато інших видів конкуренції, наприклад, конкуренція бажань споживача, але ми вважаємо, що міжфірмова конкуренція для вугільного підприємства головніша за всі. Її наявність змушує компанії вивчати, що продають покупцям конкуренти, що споживачі купують більш охоче, які можливі способи задоволення потреб існують.

Показники, за якими оцінюються особливості та характеристики головних конкурентів, можуть бути об’єднані у такі групи [6]:

а) ринок (розміри, особливості входження в ринок, ступінь ефективності на ринку, рівень і тенденції попиту на товар фірми, ринкова диверсифікація);

б) товар (характеристика процесу освоєння виробництва, аналіз життєвого циклу товарів, конкуренція товарів, асортимент, рівень конструкторсько-технологічних служб фірми, становлення розробки товарів ринкової новизни);

в) цінова політика (щодо освоєних товарів та новинок);

г) просування продуктів на ринку (реклама, збутові служби, допомога “збутовикам”);

д) організація збуту і розподіл товарів на ринку (структура каналів збуту, форми розвитку збутової мережі, організація контролю за каналами збуту).

Незважаючи на велику кількість наукових досліджень, проблема визначення конкурентоспроможності промислового підприємства залишається актуальною і зараз. Це пояснюється тим, що рекомендації західних фахівців недостатньо адоптовані до нашої економіки, а наукові праці вітчизняних економістів майже не містять практичної складової і носять переважно теоретичний характер.

Ціллю статті є розробка методики комплексної рейтингової оцінки конкурентного статусу шахти та конкурентоздатності вугілля й апробація отриманих результатів в умовах діючих підприємств.

В загальному вигляді, розроблений нами алгоритм рейтингової оцінки конкурентного статусу шахти, складають послідовні нижче перераховані дії.

1. Формується матриця вихідних даних A_{ij} в таблиці, де по рядкам записують номери показників, $i=1,2,\dots,p$, а по стовбцям – номери шахт-конкурентів, $j=1,2,\dots,m$.

2. По кожному показнику визначається максимальне (для показників, збільшення яких покращує фінансовий стан підприємства) або мінімальне (для показників, зниження яких покращує його стан) значення та заносить-

ся до стовпця умовно еталонного підприємства з номером $(m+1)$.

3. Вихідні показники матриці A_{ij} стандартизуються відносно відповідного показника еталонного підприємства за формулами

$$X_{ij} = \frac{a_{ij}}{\max a_{ij}} \quad \text{або} \quad X_{ij} = \frac{\min a_{ij}}{a_{ij}}, \quad (1)$$

де X_{ij} – стандартизовані показники конкурентного статусу шахти;

A_{ij} – показник по j -й шахті;

$\min A_{ij}$, $\max A_{ij}$ – відповідно мінімальне та максимальне значення показників еталонної шахти.

4. Для кожної шахти, що аналізується, значення її рейтингової оцінки визначається за формулою

$$R_j = \sqrt{K_1(1 - X_{1j})^2 + K_2(1 + X_{2j})^2 + \dots + K_n(1 - X_{nj})^2}, \quad (2)$$

де R_j – рейтингова оцінка для j -ої шахти,

K_i – ваговий коефіцієнт i -го показника, який призначається експертом з урахуванням умов: $K_i =$ від 0 до 1; але

$$\sum_{i=1}^n K_i = 1. \quad (3)$$

5. Шахти, які аналізуються, упорядковуються (іншими словами ранжуються) за зростанням рейтингової оцінки. Найвищий рейтинг має підприємство з мінімальним значенням порівнювальної оцінки, отже, воно і буде найбільш конкурентоздатним з нашої групи.

Рейтингова оцінка конкурентного статусу шахти враховує всі важливі показники виробничо-господарчої діяльності шахти, наприклад: собівартість, виробнича потужність та ін. При цьому використовуються дані про виробничий потенціал шахти, рентабельність продукції, ефективність використання економічних та природних ресурсів, стан та розміщення засобів та ін.

Цей метод дозволяє визначити конкурентоздатність продукції підприємства, застосовуючи ті ж самі формули і не завантажуючи розрахунок. Він досить простий, але й не приблизний, тому саме його ми використаємо в подальших реальних розрахунках.

Наведемо практичний приклад апробації запропонованої методики визначення конкурентоспроможності на прикладі шахти "Слов'яносербська". Для визначення конкурентного статусу шахти використовуємо наступні техніко-економічні показники роботи шахти:

1. Виробнича потужність.

Це важливий показник, який визначає максимально можливий річний

видобуток шахти. Чим більша виробнича потужність підприємства, тим більший термін його роботи і тим більше можливостей для збільшення обсягу видобутку.

2. Видобуток вугілля за попередній період.

Цей показник тісно пов'язаний з попереднім: якщо видобуток великий, то шахта є більш конкурентоздатною з цього боку.

3. Відсоток виконання плану видобутку.

Просто великий видобуток ще не є показником надійності шахти.

Якщо цей показник, тобто відсоток виконання плану, високий, то постачальникам і споживачам зрозуміло, що це підприємство не "прогорить" і в них надійний партнер.

4. Продуктивність праці робочого видобутку.

Звичайно, якщо цей показник вищий, ніж на інших підприємствах, шахта має шанс отримати високий рейтинг.

5. Собівартість 1т вугілля.

Цей показник є економічним, отже, його зменшення покращує фінансовий стан підприємства. Чим менша собівартість видобутку 1 тони вугілля, тим менш валові витрати, отже, і збут. Цей показник дуже важливий при визначенні конкурентного статусу шахти.

6. Конкурентоздатність продукції.

Це розрахунковий показник, який включає в себе якісні характеристики:

а) теплота згорання, ккал. Показник теплоти згорання є одним з головних показників якості енергетичного вугілля, для бурого вугілля він дорівнює 20-30 МДж/кг, для кам'яного – 30-35 МДж/кг [7].

б) вміст вологи %. Робочий вміст вологи зменшує якість палива. У бурому вугіллі кількість вологи складає 15-60%, в кам'яному – 4-15%;

в) вміст золи, %. Дуже важливо знати зміст у вугіллі мінеральних домішок або його вміст золи, який може вагатися в широкій межі від перших відсотків до 60%. Чим нижчий вміст золи, тим краща якість вугілля;

г) вміст сірки, %. Дуже шкідливою домішкою у вугіллі є сірка. Якщо вона згорає, то утворює сірчистий газ – ворог навколишнього середовища. У більшості вугільних басейнів вугілля містить небагато сірки (близько 1%), але в деякому вугіллі її зміст зростає до 3-6% (Донецький, Дніпропетровський басейни).

Розрахунок буде проводитись за даними, наведеними в таблиці та за такою методикою.

1. Формуємо матрицю вихідних даних зі значеннями і-го показника по j-й шахті-конкуренту, яка ґрунтується на статистичних спостереженнях.

2. Розрахуємо конкурентоздатність товару (вугілля) та результати зведемо до таблиці за формулами, що представлені в розробленій методиці.

Розрахунок рейтингової оцінки конкурентоздатності вугілля

Показники	ШУ "Луганське"	ш. Лутугінська	ш. 19 Партз'їзду	ш. Білоріченська	ш. Слов'яносербська"	ш. Черкаська	ш. ім. Артема	ш. Комісарівська	ш. Перевальська	ш. ім. Косіора	ш. Фашевська	Кі
Теплота згорання	1,0	0,85	0,91	0,99	0,91	0,88	0,99	0,99	0,89	0,84	0,69	0,1
Вміст золи	0,46	0,8	0,6	0,53	0,79	0,66	0,68	1,0	0,94	0,75	0,61	0,4
Вміст вологи	0,84	0,87	0,86	1,0	0,65	0,78	0,89	0,69	0,79	0,68	0,95	0,3
Вміст сірки	1,0	0,67	0,45	0,93	0,61	0,78	0,7	0,6	0,74	0,52	0,58	0,2
Рейтингова оцінка	0,35	0,23	0,4	0,3	0,24	0,27	0,26	0,25	0,2	0,34	0,35	–
Розподіл рейтингів	IX	II	XI	VII	III	VI	V	IV	I	VIII	X	–

З таблиці ми бачимо, що найбільш конкурентоздатним є вугілля шахти "Перевальська", що пов'язано з невисоким вмістом золи та великою теплотою згорання.

Нас цікавить шахта "Слов'яносербська". Вона зайняла третє місце завдяки низькому вмісту золи та сірки та теплоти згорання, навпаки, високій. Це досить високий показник серед шахт компанії.

З Тепер визначаємо конкурентний статус шахти "Слов'яносербська" по всім шести показникам, використовуючи конкурентоздатність товару, яку ми розраховали, як узагальнюючий показник якості товару. Розрахунок проводиться за наведеними формулами.

Наприклад, розрахуємо рейтингову оцінку шахтоуправління "Луганське":

$$R_1 = \sqrt[3]{0,1(1-1,0)^2 + 0,1(1-1,0) + 0,3(1-0,94)^2 + 0,2(1-1,0)^2 + 0,2(1-0,4)^2 + 0,1(1-0,57)^2} = 0,31 \cdot$$

Вагові коефіцієнти Кі кожного показника визначаються експертами шахти "Слов'яносербська" (головним технологом та головним економістом) та наведені в таблиці.

Отже, вивчаючи результати таблиці, де конкурентний статус шахти "Слов'яносербська" займає дев'яте місце, ми виявили недоліки, а саме низьку про-

дуктивність праці та високу собівартість видобутку вугілля. Тепер керівництво шахти може визначити заходи з підвищення показників роботи підприємства, вибрати стратегію та тактику поведінки його на ринку, політику ціноутворення.

Недостатня кількість оборотних засобів, високі ставки кредитів банків, відсутність податкових пільг, дотацій та пільгових кредитів, жорстка податкова система суттєво обмежують можливості функціонування підприємств в умовах конкуренції. В цих умовах стає очевидним, що для виходу на зовнішній ринок, закріплення там і успішної роботи підприємства в умовах конкуренції на внутрішньому ринку треба використовувати в практичній діяльності ринкову концепцію управління виробничо-збутовою діяльністю – маркетинг.

1. Вирула М. Конкуренция и конкурентоспособность угледобывающих предприятий. – М.: Изд-во Москов. гос. горного ун-та, 2004. – 124 с.
2. Голубева Н.В., Маркова В.Д. Методический подход к формированию конкурентной стратегии фирмы // Вестник Новосибирского государственного ун-та. Серия «Социально-экономические науки». – 2002. – Т. 2. – Вып. 1. – С. 17-21.
3. Судзуки Н. Маркетинг в японских компаниях. – М.: Прогресс, 1990. – 185 с.
4. Котлер Ф. Основы маркетинга. – М.: Экономика, 1980. – 224 с.
5. Игольников Г., Патрушева Е. Что понимать под конкурентоспособностью, инвестиционной привлекательностью и экономичностью производства // Российский экономический журнал. – 1995. – № 11. – С. 108-111.
6. Герасимчук В.Г. Маркетинг: теория і практика: підручник. – Київ: Вища школа, 1994. – 326 с.
7. Череватский Д.Ю. Приватизация шахт Донбасса в свете конкуренции институтов // Научные труды Донецкого национального технического университета. Серия «Экономическая». – 2006. – Вып. 103-104. – С. 131-134.
8. Голицын М.В., Голицын А.М. Все об угле. – М.: Наука, 1989. – 190 с.

Рецензент: професор кафедри економіки і маркетингу ДонНТУ, д.е.н. Євдокимов Ф.І.