

ДОСЛІДЖЕННЯ МЕТОДІВ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 650.18

Бабенко В. М., студентка 4 курсу,
ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Визначено сутність конкурентоспроможності підприємства, згруповано методи, що застосовуються для визначення та оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства.

Ключові слова: конкурентоспроможність, підприємство, методи, оцінка, перевага, ринок, конкурент.

Annotation. The essence of enterprise competitiveness is determined, the methods used to determine and assess the level of enterprise competitiveness are grouped.

Keywords: competitiveness, enterprise, methods, assessment, advantage, market, competitor.

На сьогоднішній день проблема підвищення конкурентоспроможності підприємства стає все більш актуальною. В умовах ринку неможливо досягти сталого успіху в бізнесі, якщо не планувати його ефективний розвиток, не обґрунтовувати інформацію про власні перспективи і можливості, про стан цільових ринків, про становище на них конкурентів і своєї конкурентоспроможності.

У сучасній світовій літературі теоретичні проблеми конкуренції і конкурентоспроможності досліджуються досить широко, проте автори не дійшли до єдиної думки щодо визначення конкурентоспроможності підприємства. Визначення цього поняття розкривається в працях таких зарубіжних дослідників: Ламбена Ж., Портера М., Котлера Ф., Фатхудинова Р. та інших. Різні аспекти забезпечення конкурентоспроможності об'єктів є предметом дослідження вітчизняних авторів, таких як Базилевич В. Д., Базиліук Я. Б., Жаліло Я. А., Варналій З. С., Геєць В. М., Кваснюк Б. Є., Ревечук С. К., Кредісов А. І., Філіпенко А. С., Шегда А. В. та інших. У їхніх працях розглядається питання діяльності підприємства в умовах конкуренції, оцінки і підвищення конкурентоспроможності підприємства і його продукції, класифікації чинників конкурентоспроможності національної економіки, підприємств і продукції. Також необхідно відзначити, що в літературі виділено лише

окремі аспекти проблеми оцінки конкурентоспроможності підприємства, тобто відсутній комплексний підхід, який би ґрунтувався на структуризації оцінки та визначенні ієрархії чинників конкурентоспроможності.

Метою є дослідження методів оцінки конкурентоспроможності підприємства і аналіз їх переваг та недоліків.

Конкурентоспроможність виникає в ринкових умовах, коли на ринок виходить декілька виробників подібного продукту. Щоб залишатися на ринку конкурентоспроможним підприємством потрібно, щоб товар задовольняв потреби споживача і був привабливим в порівнянні з ідентичними продуктами завдяки найкращій якості.

Конкурентоспроможність підприємства – це його перевага по відношенню до інших підприємств даної галузі всередині країни та за її межами. Конкурентоспроможність не є іманентною якістю підприємства, це означає, що конкурентоспроможність може бути оцінена тільки в рамках групи підприємств, що належать до однієї галузі, або підприємств, що випускають аналогічні товари (послуги). Конкурентоспроможність можна виявити тільки порівнянням між собою цих підприємств, як в масштабі країни, так і в масштабі світового ринку [1].

Конкурентна перевага одного підприємства над іншим може бути оцінена в тому випадку, коли обидва підприємства задовольняють ідентичні потреби покупців, що відносяться до родинних сегментів ринку. При цьому підприємства знаходяться приблизно в одних і тих же фазах життєвого циклу. У тому випадку, якщо дані умови не дотримуються, порівняння буде некоректним.

Показником конкурентоспроможності підприємств є частка підприємства на ринку: чим вище частка ринку господарської одиниці, тим вище її конкурентоспроможність. Частка ринку підприємства і темп зростання ринку свідчать про ефективність маркетингової діяльності підприємства, яка проявляється в наявності попиту на продукцію підприємства.

Оцінка конкурентоспроможності підприємства необхідна з метою:

- розробки заходів з підвищення конкурентоспроможності;
- вибору контрагентів для спільної діяльності;

- складання програми виходу підприємства на нові ринки збуту;
- здійснення інвестиційної діяльності, тощо.

Для організації ефективного управління конкурентоспроможністю підприємства необхідний дієвий інструмент її оцінювання. При цьому варто враховувати, що через відмінні риси підприємств і специфіку попиту на них не варто намагатися використовувати однаковий метод для аналізу конкурентоспроможності.

Розглянемо найбільш універсальні методи визначення конкурентоспроможності підприємства:

1) SWOT-аналіз – це аналіз сильних і слабких сторін підприємства в конкурентній боротьбі, що з'являються можливостей і загроз. Показники конкурентоспроможності оцінюються по блокам: фінанси, виробництво, організація і управління, маркетинг, кадровий склад, технологія [2].

Переваги методу: систематизація знань про внутрішні й зовнішні фактори, визначення конкурентних переваг, періодична діагностика ринку та ресурсів фірми.

Недоліки методу: суб'єктивність вибору та ранжування факторів навколишнього і внутрішнього середовища, слабка підтримка прийняття конкретних управлінських рішень, погана адаптація до середовища, що постійно змінюється.

2) Методика оцінки конкурентоспроможності підприємства на базі «4Р» заснована на порівняльному аналізі організації та підприємств-конкурентів за такими чинниками: продукт, ціна, просування на ринку і канали збуту [3].

Переваги: визначає й прогнозує ключові фактори успіху в галузі, тобто дає можливість покращити конкурентні позиції підприємства в галузі.

Недоліки: базується на експертних оцінках. Великий вплив особистих симпатій експертів до продукту або послуги, суб'єктивне ставлення та обмеженість їхніх суджень.

3) Профіль полярностей. В основі методу лежить визначення показників, за якими підприємство випереджає або відстає від конкурентів [4].

Переваги: показує напрямки, на які повинне звернути керівництво підприємства для виживання в конкурентній боротьбі.

Недоліки: вимагає проведення певних заходів щодо зміцнення позитивних тенденцій.

4) Оцінка конкурентоспроможності з позиції теорії рівноваги. Розглядається положення, при якому кожний фактор виробництва розглядається з однаковою й одночасно найбільшою продуктивністю [5].

Переваги: можливість визначення внутрішніх резервів.

Недоліки: метод не враховує вплив внутрішніх факторів; обмежений умовами ринку досконалої конкуренції; складність узагальнення результатів оцінки.

5) Матрична методика оцінки конкурентоспроможності була запропонована Бостонською консалтинговою групою, може бути застосована для оцінки конкурентоспроможності товарів, «стратегічних одиниць бізнесу» [5]:

- збутової діяльності, окремих компаній, галузей. Матриця «Швидкість ринку – ринкова частка» – матриця БКГ (зростання – частка матриця);

- інструмент аналізу стратегічних господарських одиниць, господарського та продуктового портфелів організації.

Переваги: при наявності достовірної інформації про обсяги реалізації метод дозволяє забезпечити високу репрезентативність оцінки.

Недоліки: виключає проведення аналізу причин того, що відбувається, і ускладнює вироблення управлінських рішень.

Таким чином, необхідно відзначити, що застосування методів оцінки конкурентоспроможності підприємства можливо для підприємств з оглядом на їх «односпрямованість»: один метод враховує резерви у використанні факторів виробництва, інший – вартість цих факторів, наступний – якість продукції чи послуг. Таким чином, конкурентоспроможність підприємств треба оцінювати комплексно за всіма критеріями й напрямками діяльності, отже, можливе застосування декількох методів одночасно.

Питання оцінки конкурентоспроможності підприємства вимагають більш детального вивчення, оскільки невирішеними залишаються проблеми вибору універсального показника і набору чинників конкурентоспроможності підприємства, а також подолання суб'єктивізму під час її оцінки.

Література

1. Погребняк Д. В. Методи діагностики конкурентоспроможності підприємства / Д. В. Погребняк // Проблеми підвищення ефективності інфраструктури. Збірник наукових праць. – 2011. – № 32. – С. 45-51.

2. Рибницький Д. О. Сучасні підходи до оцінювання конкурентоспроможності підприємства / Д. О. Рибницький, Т. А. Городня // Науковий вісник НЛТУ України. – 2010. – № 20.9. – С. 227-230.

3. Сахно І. В. Аналіз основних методичних підходів до оцінки конкурентоспроможності підприємств / І. В. Сахно // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). – 2012. – № 2, Ч. 2. – С. 385-390.

4. Кузьмін О. Є. Методи аналізування конкурентоспроможності підприємств / О. Є. Кузьмін, Л. І. Чернобай, О. П. Романко // Науковий вісник НЛТУ України. – 2011. – № 21.10. – С. 159-166.

5. Квятковська Л. А. Оцінка поточної та довгострокової конкуренто-спроможності підприємства / Л. А. Квятковська, Л. Д. Воробйова // Вісник національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут». Збірник наукових праць. – 2011. – № 26. – С. 181-187.

Науковий керівник,
ст. викл.

Запащук Л. В.