

МЕТОДИКА ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Цимбал А. І.,

здобувач вищої освіти ОС Бакалавр

Полтавський державний аграрний університет

Науковий керівник: Єгорова О. В., к.е.н., доцент

Кожне підприємство в сучасних умовах господарювання потребує пошуків нових підходів щодо формування стратегій свого розвитку, позиціонування себе як перспективного учасника ринку. Основоположними критеріями щодо оцінки конкурентоспроможності можна визначити такі: стійка позиція підприємства як на внутрішньому, так і на міжнародних ринках та відповідність їх вимогам, вміння задовольнити споживчий попит, показати ресурсний потенціал, обравши для цього ефективну стратегію й тактику поведінки.

Фундаментальні основи щодо вивчення конкурентоспроможності підприємств заклали як зарубіжні, так і вітчизняні дослідники, зокрема: М. Портер, Д. Рікардо, А. Мазаракі, В. Базилевич, І. Должанський, З. Варналій, А. Кваско, А. Ткаченко, Л. Носонова та інші.

Конкурентоспроможність формується на різних рівнях, а саме: товару, компанії, галузі, регіону, країни. Вона має економічний та морально-психологічний вплив на виробників і споживачів, суб'єктів управління, власників, менеджерів. Тому щоб об'єктивно оцінити конкурентоспроможність певного підприємства, потрібно виконати такі завдання: установити рівень конкурентоспроможності за визначений період часу; дослідити, як може змінюватися конкурентоспроможність за досліджуваний період; знайти «вузькі» місця та можливості підвищення конкурентоспроможності суб'єкта господарювання. [4]

За способом оцінювання будь-якого явища, у тому числі й конкурентоспроможності, методичні підходи поділяють на кількісні та якісні. Кількісні методи пов'язані здебільшого з розрахунком відносних величин (індексів, коефіцієнтів), що визначають рівень ключових показників за окремими аспектами конкурентоспроможності (сферами діяльності), й їхнім подальшим об'єднанням у групові та інтегральні показники. Вони допомагають оцінити реальні шанси організації у конкурентній боротьбі за стратегічні зони господарювання та ухвалити зважене управлінське рішення.

Якісні методи оцінювання переважно мають низький ступінь математичної формалізації і пов'язані з експертними оцінками. Вони не дають змоги використовувати оцінку конкурентоспроможності підприємства в процесі аналізу, не вирізняються науковою суворістю, їм властива суб'єктивність і умовність. Утім, якісні методи достатньо гнучкі і дають змогу оцінити реальні факти, а не абстрактні цифри, якщо використовувати достовірну інформацію. [2]

*«Актуальні питання сучасної економічної науки»: збірник матеріалів
IV Всеукраїнської науково-практичної конференції (7 грудня 2021 р.)*

На сьогодні не існує єдиної методології визначення й оцінки конкурентоспроможності, проте ключовими підходами можна назвати такі:

- метод, заснований на теорії ефективної конкуренції;
- метод різниць;
- матричний метод «привабливість-конкурентоспроможність» («McKinsey»-«General Electric»);
- матриця Портера;
- матриця фірми Arthur D.Little (ADL/LC);
- тривимірна схема Абеля;
- модель конкурентних рішень К.Омаї;
- метод «еталону»;
- SWOT-аналіз. [1]

Розглянемо сутність цих методів. Одним із найпоширеніших методів оцінки конкурентоспроможності підприємств є метод, заснований на теорії ефективної конкуренції. Згідно цієї теорії найбільш конкурентоспроможним є підприємство, де найкращим чином організована робота. Метод різниць зводиться до визначення переваг та недоліків підприємства за окремими показниками, що порівнюються. При застосуванні даного методу підприємство, що оцінюється, порівнюється тільки з одним підприємством-конкурентом.

Суб'єктивність матричних методів (метод «McKinsey»-«General Electric», матриця Портера, тривимірна схема Абеля, матриця фірми Arthur D.Little) обумовлена тим, що вони хоч і дають наочні результати оцінки, але відображають рівень конкурентоспроможності об'єкта (підприємства) лише в чітко окреслених рамках галузі. Крім того, матричні моделі, як правило, надто спрощені. [5]

В свою чергу SWOT-аналіз є загальною схемою, яку кожного разу необхідно пристосовувати до конкретних умов та до вирішення певних завдань. Частіше за все такими завданнями є формування комплексу дій щодо перетворення слабких сторін підприємства на переваги, загрози на можливості, а також розвитку сильних позицій. Для цього необхідно скласти матрицю SWOT, яка будується у двох векторах: стан зовнішнього середовища (горизонтальна вісь) і стан внутрішнього середовища (вертикальна вісь). Кожний вектор розбивається на два рівні: можливості й загрози, які були виявлені у зовнішньому середовищі, сила і слабкість потенціалу підприємства.

Метод «еталону» використовується для наочного відображення зон конкурентних переваг та недоліків як окремого підприємства, так і декількох конкуруючих підприємств. Для застосування даного методу необхідно визначити напрямки діяльності підприємства для оцінки конкурентоспроможності; встановити максимальну кількість балів оцінювання, однакову за кожним напрямом; визначити кількість балів набраних підприємством по кожному із напрямків; здійснити побудову графічної ілюстрації стану конкурентоспроможності як окремого підприємства, так і

«Актуальні питання сучасної економічної науки»: збірник матеріалів
IV Всеукраїнської науково-практичної конференції (7 грудня 2021 р.)

декількох конкуруючих підприємств, що дасть можливість виявити сильні та слабкі сторони підприємства порівняно із іншими. [3]

Отже, проаналізувавши методи визначення конкурентоспроможності, можемо зробити висновок, що для коректної оцінки й подальшого підвищення конкурентоспроможності підприємства розроблено безліч методів, які можуть застосовуватися як окремо, так і в комплексі, в залежності від завдань, поставлених перед початком проведення оцінки.

Список використаних джерел

1. Адаменко І. М., Єгорова О. В. Методи оцінювання конкурентоспроможності підприємства. Модернізація економіки: сучасні реалії, прогнозні сценарії та перспективи розвитку: матеріали міжнар. наук.-практ. конф. (28-29 квітня 2021 р., м. Херсон). – Херсон: Видавництво ФОП Вишемирський В. С., 2021. С. 126-128. <https://inlnk.ru/ELYxj> (дата звернення 24.10.2021).

2. Кваско А. В. Аналіз методів оцінки конкурентоспроможності підприємства. *Наукові записки / SCIENTIFIC PAPERS*. 2017. № 1 (54). С. 111-118. URL: <http://nz.uad.lviv.ua/static/media/1-54/14.pdf>. (дата звернення 24.10.2021).

3. Оцінка та методи оцінки конкурентоспроможності підприємства. *Світ фінансів, економіки, бізнесу та технологій*. URL: <https://financeworld.com.ua/ocinka-ta-metodi-ocinki-konkurentospromozhnosti-pidpriyemstva/>. (дата звернення 24.10.2021).

4. Ткаченко А. М., Колесник Е. О. Методи оцінки конкурентоспроможності підприємства. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Економіка й управління підприємством*. 2019. № 4 (95). С.14-21. DOI: <http://doi.org/10.37734/2409-6873-2019-4-2>. (дата звернення 24.10.2021).

5. Янковий О. Г. Конкурентоспроможність підприємства: оцінки рівня та напрями підвищення. Монографія \ за заг. ред. О.Г. Янкового Одеса: Атлант, 2013. 470 с. URL: http://oneu.edu.ua/wp-content/uploads/2018/01/monografiya_ep_2013.pdf. (дата звернення 24.10.2021).