

БАРАБОЛЯ К.В., МАГ-10-МО

Науч. керів. :ГАЙДАЙ І.Ю., к.е.н, доц.

ГАЙДАЙ Р.Ф., ст. викладач

АДИ ДВНЗ "Донецький національний технічний університет"

м. Горлівка

ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ МЕТОДІВ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Изучены теоретические аспекты конкурентоспособности предприятия, проанализированы существующие методы оценки конкурентоспособность предприятия.

Актуальність. Серед основних цілей будь-якого підприємства в ринковій економіці є підвищення конкурентоспроможності продукції (послуг), що випускається, а також конкурентоспроможності самої господарської одиниці на ринку. Запорукою успіху у керуванні конкурентоспроможністю є розробка методів її аналізу, кількісного вимірювання, що у свою чергу дозволить управляти її рівнем і проводити порівняльний аналіз конкурентоспроможності суб'єктів ринку.

Таким чином, завдання кількісного виміру й аналізу конкурентоспроможності — одна з актуальних завдань маркетингу в системі керування будь-якого підприємства. У ринкових відносинах тільки таке підприємство одержує можливість подальшого розвитку, яке здійснює ефективну господарську діяльність, перемагаючи конкурентів у боротьбі. Цей принцип підкоряє всі сторони діяльності підприємства обліку кон'юнктури ринку, обумовлює необхідність розробки стратегії забезпечення конкурентоспроможності підприємства, її постійного аналізу й оцінки для здійснення управління.

Мета дослідження: теоретичне обґрунтування та аналіз методів визначення рівня конкурентоспроможності підприємства.

Основна частина. Питанням розробки методології оцінки та управління конкурентним перевагами різних об'єктів управління присвячені роботи як закордонних науковців — Ф. Котлера, М. Портера, А.А. Томпсона, І. Ансоффа, Г.Асселя, так і вітчизняних дослідників — В.І. Герасимчука, І.Л. Решетникової, Е.М. Азаряна, А.Є. Воронкової, Ю.Ф. Ярошенка та ін.

Для сформованих концептуальних підходів щодо управління конкурентними перевагами організації характерно безліч відмінностей, що стосуються не тільки понятійного апарату, а й постановки цілей, теоретико-методологічної й практичної бази процесу дослідження й аналізу ринку.

Конкуренція в класичному розумінні — економічне змагання виробників однакових видів продукції на ринку за залучення більшої кількості покупців та одержання максимального доходу в короткостроковому або довгостроковому періодах. Основа конкурентних відносин — свобода вибору — реалізується у формі прагнення кожного одержувати для себе особисто грошовий дохід. Конкуренція, означає наявність на ринку великої кількості незалежно діючих продавців і покупців [2].

Особливості конкуренції на різних ринках диктують специфічний підхід до вивчення конкуренції в галузі. Реалізація цього підходу можлива шляхом розроблення маркетингової стратегії з урахуванням результатів конкурентного аналізу, а також результатів оцінки сильних і слабких сторін підприємства, послідовного моніторингу діяльності ключових конкурентних гравців у рамках конкретної галузі.

Оцінка конкурентоспроможності фірми на конкретному ринку або його сегменті ґрунтується на ретельному аналізі технологічних, виробничих, фінансових і збутових можливостей фірми. Вона покликана визначити потенційні можливості фірми й заходи, які вона повинна почати. Для забезпечення високого рівня конкурентних переваг, у свою чергу, можливості фірми в конкурентній економіці доцільно оцінювати за допомогою маркетингових інструментів, оскільки за умов їхнього ефективного використання маркетингові рішення, що приймаються, будуть відповідати стратегічним цілям фірми з досягнення довгострокових конкурентних переваг.

Конкурентоспроможність підприємства визначають показники, які характеризують:

- конкурентоспроможність продукції;
- фінансовий стан підприємства;
- ефективність збуту та просування товарів;
- ефективність виробництва;
- імідж підприємства тощо.

Конкретний набір показників залежить від методу оцінки конкурентоспроможності підприємства [4, с.342].

Класифікація методів оцінки конкурентоспроможності підприємства передбачає їх поділ на окремі групи за певною ознакою. Найчастіше такою ознакою виступає форма представлення результатів оцінки, відповідно до якої виділяють графічні, матричні, розрахункові та комбіновані (розрахунково-матричні, розрахунково-графічні) методи.

Графічний метод оцінки конкурентоспроможності базується на побудові так званої «Радіальної діаграми конкурентоспроможності» або «Багатокутника конкурентоспроможності». Перевагою графічного методу оцінки конкурентоспроможності підприємства є його простота та наочність; недоліком слід вважати те, що він не дає змоги встановити

значення узагальненого критерію конкурентоспроможності підприємства.

Матричні методи оцінки конкурентоспроможності підприємства базуються на використанні матриці — таблиці впорядкованих по рядках та стовпцях елементів. Найбільш показовим прикладом може слугувати широко відома матриця БКГ («Бостонської консалтингової групи»). Переваги методу: дає змогу дослідити розвиток процесів конкуренції в динаміці та при наявності достовірної інформації про обсяги реалізації дозволяє забезпечити високу репрезентативність оцінки; як недолік відзначають надмірну спрощеність методу та неможливість проведення аналізу причин того, що відбувається, внаслідок чого ускладнюється вироблення управлінських рішень. Окрім матриці БКГ існує достатньо багато матричних моделей, які можуть бути використаними для оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства:

- матриця «Привабливість ринку/конкурентоспроможність» (модель GE/Mc Kinsey);
- матриця «Привабливість галузі/конкурентоспроможність» (модель Shell/DPM);
- матриця «Стадія розвитку ринку/конкурентна позиція» (модель Hofer/Schendel);
- матриця «Стадія життєвого циклу продукції/конкурентна позиція» (модель ADL/LC) тощо.

Табличний метод оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства фактично являє собою варіацію матричного і тому не виділяється у окрему категорію.

Розрахункові методи оцінки конкурентоспроможності підприємства є вельми численними. Вони поділяються на:

- специфічні методи — методи, що дозволяють оцінити конкурентоспроможність підприємства по окремих аспектах його діяльності — виробничому, інноваційному, маркетинговому, фінансовому тощо;
- комплексні методи — методи, що базуються на комплексному підході до оцінки конкурентоспроможності підприємства.

Серед комплексних методів оцінки визначальне місце посідають:

- 1) метод, що використовує в якості головного підходу оцінку конкурентоспроможності продукції підприємства;
- 2) метод, що базується на аналізі порівняльних переваг підприємств-конкурентів;
- 3) метод, що ґрунтується на основі теорії ефективної конкуренції;
- 4) інтегральний метод;
- 5) метод самооцінки (Європейська модель ділової досконалості, англійська методика матриці удосконалення бізнесу (BIM)).

До ключових методів оцінки конкурентоспроможності підприємства відносяться методи, в основі яких лежить: життєвий цикл товару

(послуги), оцінка конкурентоспроможності одиниці продукції, частка ринку, теорія ефективної конкуренції, конкурентні переваги, метод бенчмаркінгу, споживча вартість і т.д..

Інструментарієм для вирішення стратегічних завдань підвищення конкурентоспроможності може служити комплексний підхід з розробки та побудови моделі конкурентоспроможності промислового підприємства [5].

Висновки. Здійснений аналіз підходів і методів показує, що в сучасній літературі питання оцінювання конкурентоспроможності підприємств відображаються досить широко. В цілому, конкурентоспроможність підприємства визначається з урахуванням ринкових факторів, які на неї впливають, однак, вони, як правило, не дають її комплексного кількісного оцінювання. Крім цього, загальним недоліком цих методів є те, що вони не пристосовані до використання в умовах становлення ринкових відносин і містять неповну характеристику оцінюваних підприємств.

У теперішній час теорія конкурентоспроможності продовжує формуватися й тому має у своєму розпорядженні ще недостатньо сталі наробітки із визначення узагальнюючих показників конкурентоспроможності підприємства, що підкреслює значущість зусиль у цьому напрямі.

Бібліографічний список

1. **Годин А.М.** Маркетинг: Учебник. — 5-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2007. — 756 с.
2. **Должанський І.З., Загорна Т.О.** Конкурентоспроможність підприємства. — К: 2006. — 328 с.
3. **Коваленко В.В.** Особливості конкурентоспроможності підприємств і організацій в сучасних умовах // Фінанси України. — 2001. — 10. — С. 27 — 30.
4. **С.М. Клименко, О.С. Дуброва, Д.О. Барабась, Т.В. Омеляненко., А.В. Вакуленко** Управління конкурентоспроможністю підприємства: Навчальний посібник. — К.: КНЕУ, 2006. — 527 с.
5. **Федонін О. С., Рєпіна І. М., Олексюк О. І.** Потенціал підприємства: формування та оцінка: Навч. посібник. — К.: КНЕУ, 2004. — 316 с.