

## СУЧАСНІ МЕТОДИ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 658.012.32

Швиденко С. О.,  
студент 4 курсу,  
факультету економіки і права  
ХНЕУ ім. С. Кузнеця

*Анотація.* Обґрунтовано сучасні методи оцінки конкурентоспроможності вітчизняних підприємств, узагальнена основна методика її розробки. Визначено важливість формування механізму управління конкурентоспроможністю підприємства, а також резерви конкурентоспроможності і посилення конкурентних позицій підприємства на конкретному ринку.

*Ключові слова:* конкуренція, бенчмаркінг, підприємство, конкурентоспроможність, конкурентні переваги.

*Annotation.* The modern methods of estimation of competitiveness of domestic enterprises are reasonable in the article, basic methodology of her development is generalized. Importance of forming of mechanism of management of enterprise a competitiveness, and also backlogs of competitiveness and strengthening of competition positions of enterprise, is certain at the certain market.

*Keywords:* competition, enterprise, competitiveness, competitive edges.

Успішний розвиток підприємства в ринковій економіці вимагає особливого підходу до формування його конкурентоспроможності, яка відображає ефективність використання економічного потенціалу підприємства, а також завоювання міцних позицій на ринку. Тому розроблення ефективних шляхів підвищення конкурентоспроможності та реалізація відповідних конкурентних переваг, сприятимуть подальшому перспективному розвитку діяльності підприємства.

Метою статті є аналіз сучасних методів оцінки конкурентоспроможності підприємства, а також ефективне їх застосування для підвищення рівня функціонування підприємства на конкурентному ринку.

Сучасні методи оцінки конкурентоспроможності підприємства висвітлено в працях відомих зарубіжних та вітчизняних науковців, як М. Портер [1], Дж. Кларк [2], Х. Фасхієв [3], О. Попова [3] тощо.

В роботі М. Портера зазначена так звана, модель п'яти сил Портера – методика оцінки конкурентоспроможності та стійкості бізнесу з точки зору факторів зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства, що потребує такі умови: покупці, конкуренти і постачальники не пов'язані, не взаємодіють і не змовляються; ціна визначається структурними перевагами; нестабільність на ринку досить низька і дозволяє учасникам ринку планувати і здійснювати реакцію на дії конкурентів, (див. рис.1) [1].

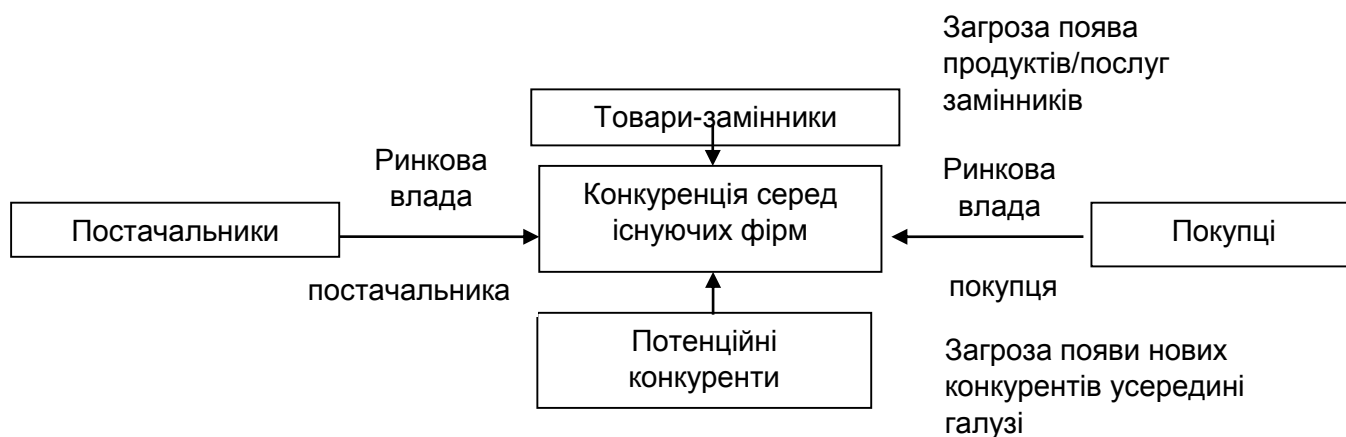


Рис. 1. Модель п'яти сил Портера

До ключових методів оцінки конкурентоспроможності підприємства відносяться методи, в основі яких лежить: життєвий цикл товару (послуги); оцінка конкурентоспроможності одиниці продукції; частка ринку; теорія ефективною конкуренції; конкурентна перевага; метод бенчмаркінга; споживча вартість тощо (див. рис. 2).

Окрему групу складають методи оцінки конкурентоспроможності підприємства, засновані на теорії ефективною конкуренції Дж. М. Кларка. Ця теорія акцентує увагу лише на розробці критерію для наявного рівня конкурентоспроможності підприємства, достатнього для підтримки ефективною господарської діяльності, оскільки саме результат діяльності підприємства формує стан галузі [2].

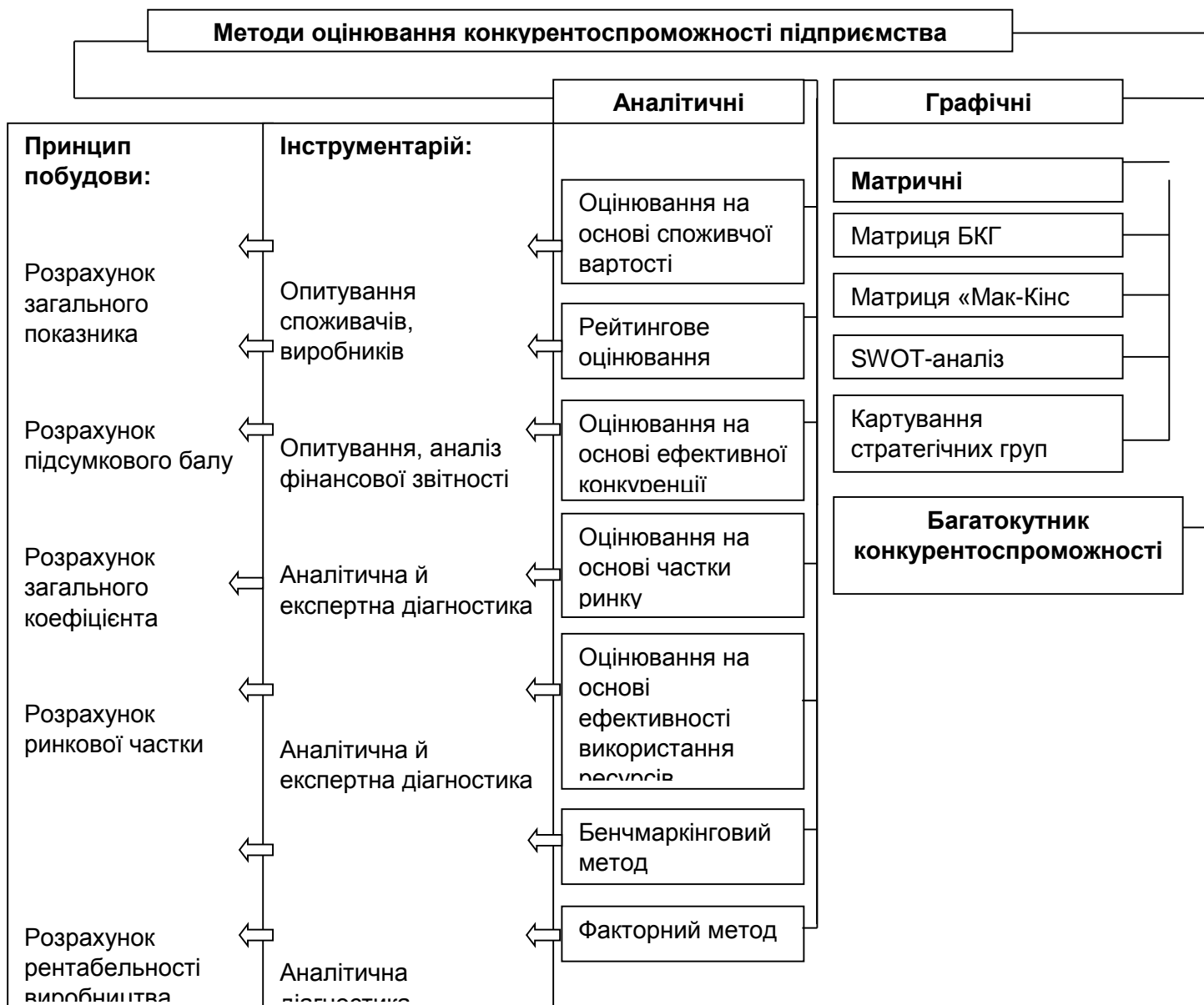


Рис. 2. Класифікація основних методів оцінки конкурентоспроможності підприємств [5]

Фасхiev X. та Попова О. наголошують на тому, що більшість методів оцінки конкурентоспроможності підприємства будуються на застосуванні коефіцієнтів аналізу виробничої діяльності, фінансового стану, ефективності інвестицій тощо [3].

Аналітичні методи застосовують для оцінки групових критеріїв, а також для оцінки діяльності конкурентів, метод використовується, якщо

при характеристиці якості товару застосовуються сукупні параметри, які описують певну властивість товару. Перевагами даного методу є:

- 1) простий у застосуванні;
- 2) доступність необхідної для оцінювання інформації;
- 3) дозволяє оцінити окремі властивості товару.

Однак недоліки також існують, а саме: оцінка впливу параметрів є не точною, і цей метод є статичний.

До графічних методів оцінки конкурентоспроможності підприємства належить метод, що базується на побудові багатокутних профілів. Дана методика не містить простих і однозначних критеріїв оцінки конкурентоспроможності, а базується на застосуванні непрямих узагальнених показників. В цілому, перевагою застосування графічних методів при оцінці конкурентоспроможності підприємств є їх відносна простота та наочність. Проте, графічні методи оцінки конкурентоспроможності не дають можливості встановити загальне значення показника конкурентоспроможності підприємства. Крім того, вадою графічних методів є і неможливість прогнозування майбутніх змін конкурентоспроможності.

Також одним з найсучасніших підходів до визначення оцінки конкурентоспроможності підприємства є метод бенчмаркінгу. Його сутність в тому, щоб на основі дослідження встановити ймовірність успіху підприємства. Одне з визначень бенчмаркінгу характеризує його як метод удосконалення і застосування методів роботи інших організацій. Бенчмаркінг є надзвичайно корисним інструментом, особливо в ситуації, коли необхідно переглянути внутрішню ефективність діяльності підприємства та визначити нові пріоритети. Зіставлення показників ефективності дає можливість зрозуміти уразливі та раціональні сторони діяльності підприємства в порівнянні з конкурентами, це дозволяє знайти незаповнені ринкові ніші, вийти на ймовірних партнерів по виробничо-технічній кооперації тощо [4].

Отже, перевага бенчмаркінгу є в тому, що виробничі та маркетингові функції стають максимально керованими, коли досліджуються і впроваджуються на своєму підприємстві кращі методи та технології інших, провідних підприємств даної галузі.

Таким чином, аналізуючи конкурентоспроможність підприємства, слід зазначити, що існують різні методи її оцінки, які мають свої відповідні недоліки та переваги, тому їх вибір залежить від ситуації та результату, який визначається як основний та найбільш вагомий. Поряд з цим запропоновано особливу увагу приділяти, насамперед, аналітичним та графічним методам.

У різних методах оцінки конкурентоспроможності підприємства використовуються різні групи факторів, в основному виявлені за допомогою експертних оцінок. Використання тільки одного методу не дає повного уявлення про рівень конкурентоспроможності підприємства. Тому при оцінці конкурентоспроможності товару і підприємства необхідно використовувати комплексний підхід.

Таким чином, було визначено, систематизовано і проаналізовано основні методи оцінки конкурентоспроможності підприємства та доведено, що кожний із методів має як свої переваги, так і недоліки, тому їх вибір повинен залежати від ситуації та результату, який визначається як основний та найбільш вагомий для підприємства, ураховуючи сферу його діяльності і тієї галузі де він функціонує. У подальших дослідженнях автор розгляне існуючі конкурентні стратегії підприємства та обґрунтує вибір кожної з них.

## Література

1. Портер М.Е. Конкурентная стратегия : Методика анализа отраслей и конкурентов. / М.Е. Портер; пер. с англ. – М. : Альпин Бизнес-Букс, 2005. – 454 с.
2. Кларк Дж. Б. Распределение богатства / пер. с англ.: Д. Страшунского, А. Бесчинского; под ред. Л. П. Куракова. – М.: Гелиос АРВ, 2010. – 368 с.
3. Фасхиев Х. А. Как измерить конкурентоспособность предприятия / Х. А. Фасхиев, Е. В. Попова – Маркетинг за рубежом. – 2008. – № 4. – С 53 – 68.
4. Капітанець Ю. О. Визначення та забезпечення конкурентоспроможності підприємства : 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами» / Ю.О. Капітанець. – Т.: 2009 – 20 с.

5. Павлова В.А. Способи систематизації визначення конкурентоспроможності підприємства / В. А. Павлова – Економіка та підприємництво, 2008. – № 1. – С. 41 – 45.

Науковий керівник,  
к.е.н. професор

Шиян Д. В.