

УДК 338.124

Перерва П.Г.

*д.е.н., професор, завідувач кафедри менеджменту інноваційного
підприємництва та міжнародних економічних відносин,*

Кобєлева Т.О.

*д.е.н., доцент кафедри менеджменту інноваційного
підприємництва та міжнародних економічних відносин,*

Зозуля М.О.

студентка

Національний технічний університет

«Харківський політехнічний інститут», м. Харків

ДОСЛІДЖЕННЯ МЕТОДІВ ОЦІНЮВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Поняття конкурентоспроможності підприємства включає в себе великий комплекс економічних характеристик, які визначають його позицію на галузевому, національному чи світовому ринках. Можливість підприємства конкурувати безпосередньо залежить від конкурентоспроможності товару й сукупності економічних методів діяльності фірми, які впливають на результати конкурентної боротьби.

Основною метою визначення рівня конкурентоспроможності підприємства є одержання достовірної інформації для прийняття рішення, з одного боку, керівництвом про корегування подальшої діяльності підприємства, а з іншого – його зовнішнім оточенням для прийняття відповідних рішень щодо придбання товару (послуги), інвестування, укладання контрактів тощо. У світовій практиці існує приблизно 100 методів та понад 300 показників конкурентоспроможності підприємства. Серед найбільш поширених можна виділити: економіко-математичні, графічні, описові та змішані методи оцінки. Детальний їх розгляд та аналіз дозволили зробити ряд висновків.

Методики щодо оцінки конкурентоспроможності варіюють від відносно простих, застосовуваних в умовах недостатнього фінансування та обмеженості інформації, до складних, які потребують великих витрат і високого професіоналізму фахівців, що займаються

відповідними дослідженнями. Прості методики базуються на визначенні окремих факторів виробництва та/або збуту продукції, її якості, або на оцінці ефективності потенціалу підприємства і т.д. Вважаємо, що перелічені аспекти потрібно аналізувати одночасно, системно і комплексно.

Деякі методики (параметричний та метод аналізу на основі норми споживчої вартості) обмежують можливість визначення прогнозованого рівня конкурентоспроможності.

Більшість методів оцінки конкурентоспроможності підприємства заснована на застосуванні цілого комплексу коефіцієнтів для аналізу різноманітних аспектів діяльності підприємства. За основні показники конкурентоспроможності підприємства різні автори пропонують приймати: економічний потенціал та ефективність діяльності; рівень управління; виробничий і збутовий потенціал; науково-дослідний потенціал, стан та результати інноваційної діяльності; фінансове становище; репутацію фірми та її ринкову стратегію; стан і рівень кваліфікації трудових ресурсів.

Після оцінки рівня обраного сполучення названих вище показників діяльності підприємства розраховують інтегральний (узагальнюючий) показник його конкурентоспроможності. Причому за різних підходів він може мати вигляд як суми зважених одиничних показників, так і їхньої середньо-геометричної зваженої. Дані методичні підходи мають суттєві переваги над іншими, оскільки глибоко охоплюють найважливіші аспекти конкурентоспроможності підприємства. Проте їх застосування передбачає широке використання експертних оцінок і тому багато в чому вважається суб'єктивним процесом. Тому вірогідність результату в значній мірі залежить від кваліфікації залучених до оцінки фахівців.

Останнім часом великої популярності як у зарубіжній так і у вітчизняній практиці набув підхід до управління конкурентоспроможності підприємства, направлений на отримання максимального приросту його ринкової вартості. Це пов'язано насамперед із все більш зростаючим впливом на результат діяльності підприємства його можливостей залучити додаткові кошти власників та інвесторів.

Показник ринкової вартості підприємства є результатом

комплексної оцінки ефективності діяльності підприємства, що адекватно відображає якість управління ним, його фінансовий стан, майбутні очікування. Даний параметр реагує на будь-яку зміну ситуації: зниження рентабельності, погіршення платоспроможності, зростання інвестиційного ризику, втрату конкурентної переваги тощо.

У теорії і практиці вартісного підходу до оцінки бізнесу традиційно виділяють 4 основні методи: доходний, витратний, порівняльний та підхід на основі оцінки майнових (реальних) опціонів. Ми згодні з думкою авторів, які вважають, що найбільш адекватним підходом до оцінки вартості бізнесу є доходний. Він базується на припущенні про те, що вартість підприємства можна визначити як суму доходів, які воно приносить власникові. Однак, слід зазначити, що в залежності від цілей оцінки, стану об'єкту та зовнішнього середовища доцільним є застосування декількох методів, найбільш придатних у конкретній ситуації.

Методики вартісного підходу дозволяють об'єктивно і точно оцінити вартість компанії, окремих бізнес-одиниць і бізнес-процесів, підвищити конкурентоспроможність підприємства на стратегічному рівні на основі розробки механізму комплексної оцінки обґрунтованості управлінських рішень з точки зору їхнього впливу на збільшення вартості бізнесу.

Список використаних джерел:

1. Болгарина Ю.Б. Методи оцінки конкурентоспроможності підприємства // Резерви економічного зростання та інноваційного розвитку підприємств України. Кіровоград: ПРВЦ «КОД». 2019. С.41-44.
2. Ткачова Н.П., Перерва П.Г. Розвиток методів аналізу фактичного стану конкурентних переваг підприємства // *Економіка розвитку*.– 2011.– № 4 (60).– С.116-120.
3. Pererva P.G., Kocziszky G., Somosi Veres M., Kobieliava T.A. Compliance program: [tutorial] // ed.: P.G.Pererva, G.Kocziszky, M.Veres Somosi.– Kharkov-Miskolc : LTD «Planeta-prynt», 2019.– 689 p.
4. Pererva P.G., Kocziszky György, Szakaly D., Somosi Veres M. Technology transfer.- Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. — 668 p.
5. Гончарова Н.П., Яковлев А.И., Перерва П.Г. Маркетинг инновационного процесса // Учебное пособие - К.: ВИРА-Р, 1998.- 267 с.