

МЕТОДИ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

П.С. Пузик¹, М.В. Кармінська-Белоброва²

¹ *магістрантка кафедри менеджменту, НТУ «ХПІ», Харків, Україна*

² *доцентка кафедри менеджменту, канд. наук з держ. упр., НТУ «ХПІ», Харків, Україна*

polina.puzyk@emmb.khpi.edu.ua

В сучасних економічних умовах ефективність діяльності підприємств стає важливим елементом успіху економіки країни. Практика і теоретичні дослідження підтверджують, що конкуренція призводить до підвищення ефективності компаній. У ситуації жорсткої конкурентної боротьби підприємства змушені оптимізувати свою діяльність, зменшувати витрати та знаходити кращі рішення на всіх етапах управління, тобто підвищувати конкурентоспроможність. На поточний момент оцінка конкурентоспроможності підприємств є важливим завданням. Однак в науці і практиці, не існує єдиного універсального підходу, який би дозволив проводити дослідження цієї економічної категорії на якісному та достовірному рівні.

Конкурентоспроможність підприємства – це його характеристика, яка визначає ступінь, в якій вона задовольняє або має потенціал для задоволення окремих бажань та потреб клієнтів у порівнянні з конкуруючими підприємствами [1]. Також цей термін можна розглядати як можливість успішно продовжувати діяльність, незважаючи на конкуренцію на ринку [2]. Конкурентоспроможність може бути виражена різноманітними показниками. При цьому головною метою оцінки конкурентоспроможності організації є визначення її місця на ринку. Ключовим елементом конкурентоспроможності є її конкурентна перевага. Ця характеристика дозволяє досягати поточних позицій, незважаючи на багато стримуючих та негативних факторів.

Для оцінки конкурентоспроможності існує низка методів розрахунку та графічного аналізу. Зрозуміло, що кожен з використовуваних методів має свої особливості. В літературі існують різні класифікації оцінки конкурентоспроможності компаній на основі різних критеріїв: галузь діяльності підприємства (фінанси, промисловість, ІТ та інше); об'єкти, що використовуються для аналізу конкурентоспроможності; складність та обсяг робіт під час проведення аналізу конкурентоспроможності; специфіка визначення показників конкурентоспроможності (розрахунковий, графічний, розрахунково-графічний); можливості використання методів планування та прогнозування показників конкурентоспроможності; використання стандартних або розраховуваних вагових коефіцієнтів для окремих показників конкурентоспроможності; використані джерела даних для дослідження (внутрішня інформація, експертні методи, офіційна статистика, прогнозні дані та інше).

Основні методи оцінки конкурентоспроможності підприємства [1-2]: використання матриць для проведення дослідження; методологія, що базується на оцінці конкурентоспроможності продукції та послуг компанії; методи, що досліджують основи ефективної конкуренції; інтегративна методологія.

Розглянемо методи більш детально.

Матричний метод оцінки конкурентоспроможності компанії дозволяє провести якісний аналіз її конкурентної позиції, який зрозумілий і простий у розрахунках, при цьому доступна надійна інформація, заснована на динамічному уявленні процесу конкуренції.

Матриця конкурентної сили – це метод, який запропоновано групою Boston Consulting Group та використовується для дослідження конкурентоспроможності складових бізнес-моделей. Під цими складовими можна розуміти як безпосередньо компанії, так і окремі товари, послуги або напрямки діяльності. Матриця BCG (БКГ) або матриця швидкості змін – це компонент бізнес-моделі (стратегічна бізнес-одиниця) організації, бізнес та портфель продуктів.

Методологія, яка базується на оцінці конкурентоспроможності продукції та послуг компанії, співвідносить конкурентоспроможність компанії із конкурентоспроможністю товарів і послуг через «споживчу ефективність». Остання виражається у тому, що товари стають більш конкурентоспроможними, коли їх ціна нижча, а якість вища в порівнянні з конкурентами. Іншими словами, чим вища якість продукції і нижча ціна, тим вона більш конкурентоспроможна.

До традиційних методів аналізу конкурентоспроможності продукту зазвичай відносять наступне: диференційована методологія, яка базується на використанні окремих параметрів та порівняльній основі для аналізу розглянутих товарів чи послуг; комплексна методологія, що полягає у застосуванні інтегральних показників та оцінці окремих характеристик і якостей досліджуваних товарів; змішаний метод, який є синтезом двох перших методів і включає в себе інструменти обох.

Методи, які вивчають основи ефективної конкуренції, базуються на використанні наступних показників: конкурентні переваги товарів і послуг (ціна, якість, ергономіка і т.д.); ефективність виробництва (витрати на одиницю продукції, продуктивність та рента, а також ефективність витрат праці); фінансовий стан компанії (коефіцієнти ліквідності, незалежності, платоспроможності, оборотності і т.д.); ефективність PR (ефективність рекламних кампаній, обсяги та кількість реклаमाцій, рентабельність продажів, частка ринку та інше).

Також на практиці використовується комплексний метод аналізу конкурентоспроможності підприємства, який включає дві складові: оцінку задоволеності покупців та ефективність виробничих процесів. Перевагою цього підходу є його легкість в обчисленні та можливість однозначної інтерпретації результатів, однак його основним недоліком є неповне відображення діяльності підприємства.

Також часто використовуються підходи, за якими використовуються окремі показники конкурентоспроможності. Вони обчислюються шляхом визначення відношень між значеннями окремих оцінюваних критеріїв та їх максимальним значенням (власним або конкурентів). Найбільш поширений підхід полягає в нормалізації окремих показників конкурентоспроможності таким чином, щоб їх нормалізовані значення, тобто їх сума, дорівнювали 1. У цьому випадку складений індекс конкурентоспроможності оцінюється за тими ж принципами, що і окремий індекс.

Отже, під час проведеного дослідження були виявлені ключові особливості оцінки конкурентоспроможності підприємств. Представлені основні методи та надано їх короткий опис. Робота показує і обґрунтовує принципову необхідність проведення цього типу досліджень. Одним із подальших напрямків роботи є розробка власного підходу до оцінки конкурентоспроможності підприємства.

Список літератури:

1. *Вашків, О. П.* Комплексна оцінка конкурентоспроможності підприємства / *О.П. Вашків, О.М. Собко, С.Б. Смерека* // Економіка та суспільство. – Мукачеве : МДУ, 2021. – №29. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-29-33>.

2. *Фоцій, П. М.* Методологія оцінки конкурентоспроможності підприємств / *П. М. Фоцій* // Вісник НТУ «ХПІ». – Харків : НТУ «ХПІ», 2014. – № 45 (1088) – С. 85–90.