

Сазонова С.В., к.е.н.;
Свисюк О.О.
Державний університет
телекомунікацій

МЕТОДИ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Розглянуто сутність поняття конкурентоспроможності та її особливості у сучасній діяльності підприємства. Охарактеризовано змістове наповнення управління конкурентоспроможністю підприємства. Досліджено методи та критерії оцінки конкурентоспроможності підприємства, які на даний час широко застосовують на практиці та дозволяють виявити тенденцію показників конкурентоспроможності підприємства.

Ключові слова: підприємство, конкурентоспроможність, методи оцінки конкурентоспроможності.

Постановка проблеми. Значення підсилення конкуренції підприємства виділяється із більш актуальних тенденцій, що характеризують процеси глобалізації економіки та розвитку ринкових відношень. Конкуренція, на сучасному етапі економічного розвитку, являється рушійною силою, що спонукає виробників товарів та послуг до пошуку нових шляхів удосконалення системи управління конкурентоспроможністю для підвищення прибутковості підприємства.

Конкурентоспроможність підприємства є однією з найважливіших категорій ринкової економіки і характеризує можливість та ефективність адаптації підприємства до умов конкурентного середовища. У зв'язку з цим обґрунтування підходів до її дослідження з метою подальшої розробки системи управління конкурентоспроможністю підприємств є актуальним. Ключове положення в економіці України займають промислові підприємства. Це обумовлено тим значенням, яке має промисловість у структурі національної економіки. Тому проблеми підвищення конкурентоспроможності промислових підприємств на внутрішньому і на міжнародних ринках є важливими як у сучасних умовах, так і в майбутньому. Особливої гостроти ця проблема набуває в умовах посилення інтенсивності конкуренції на окремих ринках, де від підприємств-виробників продукції потрібно постійно відслідковувати зміни попиту, вартості сировинних ресурсів, а питання рентабельності активів прямо залежить від ступеня використання новітніх підходів у сфері стратегічного менеджменту.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Основоположниками вивчення конкуренції, як складної економічної категорії, стали представники класичної політичної економіки в середині XVIII століття А.Смит та Д.Рикардо. В основі розвитку цього напрямку лежав поведінковий підхід, який розглядав конкуренцію з позицій змагальних відносин між суб'єктами, що господарюють на доступних для них сегментах ринку, з метою отримання більш вигідних умов придбання та виробництва, і реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), збільшення частки ринку на певному його сегменті, максимізації одержуваного прибутку і / або досягнення інших конкретних цілей. [5]. Підчас наступного періоду розвитку економічної теорії значний розвиток теорія конкуренції отримала завдяки таким вченим прихильникам поведінкового підходу, як М. Портер, Д. Рікардо, А. Сміт, А. Маршалл і К. Маркс.

Окрім поведінкового підходу в економічній науці активно розвивається структурний

підхід, який став фундаментом для сучасної західної теорії конкуренції. Серед представників цього підходу Дж. Кейнс, Ф. Найт, Дж. Робінсон, Э. Чемберлін, які вважають що зміст конкуренції визначається шляхом аналізу структури ринку і оцінки можливості (або неможливості) окремих суб'єктів ринкових відносин впливати на загальний рівень цін на ринку. Функціональний підхід до дослідження конкуренції характерний для робіт таких економістів, як І. Кірцнер, Дж. М. Кларк, Й. Шумпетер, Ф. Хайек. Серед сучасних видатних науковців, що займаються розробкою питання вдосконалення конкурентоспроможності для сучасних підприємств варто відзначити розробок О.Гудзь, Л.Лазоренко, П. Стецюка та ін. Але вивчення напрямів удосконалення системи управління конкурентоспроможністю на підприємстві потребує подальших ґрунтовних досліджень, що зумовило вибір теми статті.

Мета дослідження. Метою даної статті є визначення напрямів удосконалення системи управління конкурентоспроможністю на підприємстві.

Викладення основного матеріалу. елементів, спрямованою на забезпечення його сильних конкурентних позицій, підтримання існуючих і створення нових конкурентних переваг. Підтримання й підвищення конкурентоспроможності - динамічний процес пристосування підприємств до вимог ринку, яким необхідно цілеспрямовано управляти. Сучасне тлумачення поняття конкурентоспроможності як багатофакторного процесу реалізації конкурентних стосунків припускає найважливішу умову його здійснення – управління конкурентоспроможністю підприємства [1].

Процес управління конкурентоспроможністю підприємства включає в себе наступні дії: моніторинг конкурентного середовища та оцінку конкурентної ситуації в галузі та на ринку; діагностування конкурентоспроможності підприємства та його основних суперників; конкурентне позиціонування підприємства – вибір стратегічних господарських підрозділів із перевагами у конкурентній боротьбі; розробка концепції та стратегії управління конкурентоспроможністю підприємства; реалізація конкурентної стратегії підприємства.

Оцінка конкурентоспроможності підприємства охоплює всю номенклатуру (асортимент) продукції, а конкурентоспроможність продукції відноситься до кожного конкретного її виду. Тобто конкурентні переваги підприємства забезпечуються не стільки конкурентоспроможністю окремих видів його продукції, скільки їх оптимальним поєднанням. На підставі наведених вище доводів можна зробити висновки про те, що оцінка тільки конкурентоспроможності продукції не дає всебічного і комплексного уявлення про рівень конкурентоспроможності підприємства. У зв'язку з чим, розглянутий підхід на нашу думку не є достатньо обґрунтованим і доцільним.

Оцінка конкурентоспроможності підприємства проводиться з метою:

- виявлення факторів впливу на ставлення споживачів до продукції підприємства;
- оцінка факторів, що впливають на конкурентоспроможність підприємства
- розробки заходів по підвищенню конкурентоспроможності;
- вибору постачальників та партнерів для спільної діяльності;
- розробки системи заходів, що виведуть підприємство на нові ринки збуту;
- підвищення інвестиційної привабливості підприємства;
- здійснення модернізації виробництва;
- впровадження інноваційної діяльності.

В даний час методи оцінки конкурентоспроможності підприємства, що широко застосовують на практиці, дозволяють виявити тенденцію показників конкурентоспроможності. Умовно їх можна розділити на аналітичні та графічні (табл. 1)

Основним завданням кожного економіста, який вивчає проблему оцінки конкурентоспроможності підприємств, є відшукання критеріїв конкурентоспроможності, її джерел і чинників [5]. Аналіз економічної літератури та дослідження наукових розробок сучасних економістів з тематики методів оцінки конкурентоспроможності підприємства дозволяє виділити кілька основних підходів до вирішення цієї задачі.

Таблиця 1

Методи оцінки конкурентоспроможності підприємства [4]

Аналітичні	Графічні
Рейтингова оцінка	Матриця БКГ
Оцінка на основі концепції долі ринку	Матриця привабливості ринку
Оцінка на основі концепції споживчої вартості	Матриця М. Портера
Оцінка на основі концепції ефективної конкуренції	Модель багатокутників конкурентоспромо

В свою чергу, дослідивши науково-економічну літературу, можна окреслити найбільш застосовувані методи оцінювання конкурентоспроможності підприємства та згрупувати за наступними чином (рис. 1):



Рис. 1. Методи оцінювання конкурентоспроможності підприємства

Варто зауважити на те, що конкурентоспроможність можна оцінювати за двома аспектами: відносно самого досліджуваного підприємства та відносно конкурентів. Методики, що побудовані на оцінках відносно конкурентів являються більш наочними. Але спираючись на методи оцінки конкурентоспроможності продукції ми маємо можливість визначити зміну конкурентного потенціалу окремого підприємства та зміну ефективності роботи складових внутрішнього середовища підприємства, зокрема, «перетворення ресурсів, які подаються на вхід, у привабливі ринкові пропозиції в сфері «сильної» конкуренції на

виході» [71]. В той же час оцінка динаміки розвитку конкурентоспроможності підприємства має недоліки, наприклад, ускладнюється загальний висновок щодо оцінки конкурентоспроможності підприємства на ринку; обмежене уявлення про попит на ринку на товари, що в свою чергу може заважати підвищити ефективність роботи підприємства; ототожнення понять «конкурентоспроможність підприємства» та «конкурентоспроможність продукції».

Висновки. У сучасній практиці використовується багато з методів, представлених нами. Але жоден з них не знайшов широкого застосування, щоб отримати статус «універсального метода». Це відбувається через те, що всі методи, або їх комбінації мають низку недоліків, які не дозволяють їх запровадити. Перш за все це пов'язано із застосуванням великої кількості чинників впливу, що визначають конкурентоспроможність підприємства. По-друге, ця безліч факторів не завжди є універсальною для різних підприємств, до того ж вони постійно змінюються. Але, навіть якщо б і вдалося встановити абсолютно повний перелік факторів конкурентоспроможності, то оцінка властивостей підприємства не буде адекватною, оскільки елементарні складові визначають властивості об'єкта не автономно, а в сукупності, у взаємодії один з одним. І жодна з методик не зможе врахувати синергетичний ефект, який, власне, і дає можливість підприємству отримати конкурентні переваги та продемонструвати власну конкурентоспроможність на практиці.

Список використаної літератури

1. Балабанова Л.В. Управління конкурентоспроможністю підприємств: навч. посібник. Київ: Професіонал, 2009. 256 с.
2. Верескун М.В. Законодавство України в сфері управління конкурентоспроможністю. Дніпропетровськ: Біла, 2012. 46 с.
3. Гудзь О.Є., Глушенкова А.А. Концептуальні засади розвитку інноваційного потенціалу телекомунікаційних підприємств. *Науковий вісник міжнародного гуманітарного університету*. 2017. Вип. 28 (16). С. 74–78.
4. Лупак Р.Л. Конкурентоспроможність підприємства: навч. посібник. Львів: Видавництво ЛКА, 2016. 484 с.
5. Халімон Т. М. Механізм управління конкурентоспроможністю телекомунікаційних підприємств. *Інтелект XXI*. 2016. № 5. С. 127–131.

REFERENCES

1. Balabanova, L.V. (2009) *Upravlinnia konkurentospromozhnistiu pidprijemstv* [Enterprise competitiveness management]. Kyiv: Profesional.
2. Vereskun, M.V. (2012) *Zakonodavstvo Ukrainy v sferi upravlinnia konkurentospromozhnistiu* [Legislation of Ukraine in the field of competitiveness management]. Dnipropetrovsk: Bila.
3. Hudz, O.Ye., Hlushenkova, A.A. (2017) *Kontseptualni zasady rozvytku innovatsiinoho potentsialu telekomunikatsiinykh pidprijemstv* [Kontseptualni zasady rozvytku innovatsiinoho potentsialu telekomunikatsiinykh pidprijemstv] *Scientific Bulletin of the International Humanities University* (28 (16)), 74-78.
4. Lupak, R.L. (2016) *Konkurentospromozhnist pidprijemstva* [Competitiveness of the enterprise]. Lviv: Vydavnytstvo LKA.
5. Khalimon, T.M. (2016) *Mekhanizm upravlinnia konkurentospromozhnistiu telekomunikatsiinykh pidprijemstv* [The mechanism of managing the competitiveness of telecommunications enterprises] *Intelligence XXI* (5), 127-131.

САЗОНОВА СВЕТЛАНА ВЛАДИМИРОВНА, СВИСЮК АЛЕКСАНДР АЛЕКСАНДРОВИЧ. МЕТОДЫ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ. Рассмотрены сущность понятия конкурентоспособности и ее особенности в современной деятельности предприятия. Охарактеризованы содержательное наполнение управления конкурентоспособностью предприятия. Исследованы методы и критерии оценки конкурентоспособности предприятия, которые в настоящее время широко применяют на практике и позволяют выявить тенденцию показателей конкурентоспособности предприятия.

Ключевые слова: предприятие, конкурентоспособность, методы оценки конкурентоспособности.

SAZONOVA SVETLANA, SVISYUK ALEXANDER. METHODS OF EVALUATION OF COMPETITIVENESS OF THE ENTERPRISE. The essence of the concept of competitiveness and its features in the modern activity of the enterprise are considered. The content of managing the competitiveness of the enterprise is characterized. The methods and criteria for assessing the competitiveness of the enterprise, which are currently widely used in practice and allow to identify the trend of indicators of competitiveness of the enterprise.

Key words: enterprise, competitiveness, methods of competitiveness assessment.