

Красовська О.Ю.

к.е.н., доцент,

доцент кафедри маркетингу

Дніпропетровського університету ім. А. Нобеля

Сорока А.А.

магістр з маркетингу

Дніпропетровського університету ім. А. Нобеля

м. Дніпропетровськ, Україна

Сучасні методи оцінки конкурентоспроможності підприємства

Швидкі зміни зовнішнього середовища стимулюють підприємства до впровадження нових методів, систем і підходів до управління конкурентоспроможністю. Сьогодні для успішного функціонування будь-якого підприємства на ринку, оцінка його конкурентоспроможності є об'єктивною необхідністю. Як процес виявлення сильних і слабких місць підприємства, вона дає можливість максимального удосконалення його діяльності та виявлення його прихованих потенційних можливостей.

У роботах, де розглядається оцінка конкурентоспроможності підприємства, використовується величезна кількість розрахункових і розрахунково-графічних методів. Кожен з них має свої особливості. Авторами-науковцями обґрунтовується ефективність застосування цих підходів для розрахунку показників конкурентоспроможності, необхідність обліку тих або інших чинників для оцінки. Ці особливості обумовлені специфікою підприємств і галузей, на прикладі яких проходить апробація пропонованих методик. Логічна обґрунтованість використовуваних теоретичних моделей, з точки зору теорії, не викликає сумніву, але у конкретних економічних умовах функціонування підприємства ці моделі виглядають надто абстрактними; – простежується зведення різних за природою техніко-економічних показників у єдиний показник конкурентоспроможності підприємства, що є недоцільним. Так більшість економічних чинників у кожній конкретній економічній ситуації, що визначаються на підприємствах різноманітних галузей економіки, по-різному впливають на їх конкурентоспроможність [1].

Таким чином, слід зауважити, що проблема оцінки конкурентоспроможності підприємства досліджена недостатньо: зокрема потребує подальшого уточнення та обґрунтованого використання показників, які розкривають галузеві особливості конкурентоспроможності підприємства та відповідають конкурентам підприємства присутнім на досліджуваному ринку, з метою вирівнювання умов їх суперництва. У зв'язку з цим важливим завданням є аналіз сучасних методик: з метою їх систематизації і виявлення таких, що допоможуть у короткі терміни з визначенням рівня конкурентоспроможності підприємства з найменшою погрішністю результатів оцінки та витрат на їх отримання. Оцінка конкурентоспроможності підприємства передбачає розрахунок комплексу показників, які характеризують різні аспекти діяльності підприємства, показують результати та реальні можливості всіх структурних підрозділів підприємства, здатність швидко реагувати на зовнішні зміни, за рахунок аналізу сильних і слабких сторін, які формують його конкурентоспроможність у ринковому середовищі. Цей комплекс оцінки може складатися з наступних показників: потреба у капіталовкладеннях фактичних та на перспективу, у тому числі за окремими видами продукції і конкретними ринками; асортимент конкурентоспроможної продукції, її обсяги та вартість; набір ринків або їх сегментів для кожного продукту; потреба у засобах на формування попиту та стимулювання збуту; перелік заходів та засобів, якими підприємство може забезпечити собі перевагу на ринку; створення заохочуваного уявлення про підприємство у споживачів, виготовлення високоякісної продукції, постійне оновлення асортименту продукції на основі власних розробок та винаходів, які забезпечені патентним захистом, добропорядне та чесне виконання зобов'язань за угодами стосовно терміну постачання товарів і послуг [2].

Розгляд перерахованих показників потребує детального вивчення конкурентоспроможності продукції, що виготовляє підприємство, його потенціалу (фінансового, виробничого, трудового, інноваційного тощо), організаційно-управлінських можливостей, маркетингу, ринкової активності

підприємства та впливу діяльності суб'єктів оцінки. Розрахунок показників оцінки конкурентоспроможності підприємства повинен здійснюватися за принципами: системності, комплексності, об'єктивності, оптимальності, науковості, динамічності, безперервності, порівнюваності, ефективності дослідження, інформаційного забезпечення. Дотримання в комплексі зазначених принципів дозволить досягти поставлених цілей та здобути максимально точну оцінку конкурентоспроможності підприємства при застосуванні найбільш оптимального методу, прийнятного для підприємства. При виборі методу оцінки конкурентоспроможності підприємства треба враховувати можливість – за короткий час та з найменшими витратами отримати повну і достовірну інформацію, яка дозволить з мінімальною погрішністю об'єктивно, кількісно і якісно оцінити формування та управління конкурентними перевагами підприємства і їх потенціалом. За результатами дослідження робіт сучасних науковців щодо питання оцінки конкурентоспроможності підприємства слід зазначити наступне: Так деякі науковці, серед них Рибницький Д., Городня Т., Львівська К., Поклонский Ф., Мамченко Е., у своїх методиках як один з головних чинників використовують конкурентоспроможність продукції, що виробляється цим підприємством, оскільки продукція є своєрідним дзеркалом, що відбиває підсумки роботи усього підприємства, усіх його підрозділів і служб. Таким чином, продукція підприємства визначає його успіх, а отже, і його конкурентоспроможність. Науковці Безугла В., Куманецький С. оцінку рівня конкурентоспроможності підприємства пропонують проводити за комплексною методикою, що базується на взаємозв'язку значення потенціалу підприємства та продукції, що воно виготовляє. Більшість науковців, серед яких Бородин А., Ваганова Л., Дибач І., Есмагулова Н., Жовновач Р., Мамченко Е., Мартиненко В., Нурмаганбетов К., Парсяк В., Поклонский Ф., Тереніна Н., Фатхутдінов Р., Хрущ Н., та інші, при виборі методу оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства дотримуються думки, що вона залежить від розрахунку та аналізу показників потенціалу (ресурсів) підприємства. Саме потенціал характеризує його

можливості при здійсненні поточної діяльності, але кожен автор з зазначених виділяє свої особливості при здійсненні оцінки. Так науковці Хрущ Н., Ваганова Л. пропонують три підходи до побудови показників конкурентоспроможності з метою її оцінки. По-перше, отримання прогнозних показників роботи підприємства в результаті економіко-математичного моделювання його діяльності – тобто оцінювання майбутньої діяльності; по-друге, оцінка конкурентоспроможності на основі фактичних даних діяльності підприємства в минулому – тобто оцінка минулих подій; а третє – реалізація технологічно допустимих потенційних можливостей підприємства, що дозволяє оцінити його сучасний стан. Але найбільш ефективною та поширеною є комбінація другого і третього підходів, тобто побудова показників конкурентоспроможності на основі ознак минулої фактичної діяльності підприємства з застосуванням характеристик його потенційних сучасних можливостей (потенціалів) [3].

Важливе значення для оцінки конкурентоспроможності підприємства відіграє правильний вибір підприємств-конкурентів. Так Пляскіна А. вказує на кілька підходів до визначення таких підприємств: – вибір найближчих конкурентів. Аналіз успіху їх діяльності дозволяє отримати необхідну і достатню інформацію для розробки заходів протидії як у тактичному, так і в стратегічному напрямку; – вибір сильніших конкурентів (з більшою часткою ринку). Результати аналізу сприяють розробці моделі найефективнішої конкурентної поведінки на певному ринку, де засобами їхньої реалізації є імітація, пошук нових шляхів, конфронтація з лідером та інші дії; – вибір підприємств, яким належить значна сумарна частина ринку (понад 50%). Аналіз дає змогу деталізувати висновки для різноманітних кон'юнктурних ситуацій та розробити як атакуючі, так і оборонні дії; – вибір усіх діючих конкурентів у географічних межах ринку. Результати аналізу необхідні для використання в планах розвитку підприємства; – вибір усіх можливих конкурентів. Окрім діючих підприємств, розглядаються усі, які можна перепрофілювати на випуск або продаж нової продукції без значних витрат часу і ресурсів. Аналіз дозволяє

виявити сильні позиції підприємства та розробити заходи для подальшого та найдовшого їх закріплення у зовнішньому середовищі. Дуже важливо конкурентоспроможність підприємства, що розглядається, оцінювати при порівнянні з конкурентами. Так підходи до визначення підприємств-конкурентів, що пропонують Пляскіна А. та Поклонский Ф., дозволяють отримати необхідну і достатню інформацію для розробки тактичних та стратегічних заходів, дій залежно від кон'юнктурної ситуації, моделі конкурентної поведінки з відображенням їх у планах розвитку підприємства та при організації поточної та майбутньої діяльності, щоб досягти кращих результатів, ніж у конкурентів, незалежно від підходів. Згідно з більшістю вищезапропонованих методик оцінки конкурентоспроможності підприємства, наприклад, у галузі легкої промисловості, слід проводити за простими фінансовими коефіцієнтами, що є найприйнятнішими в оцінці діяльності суб'єкта господарювання за даними виробничого, науково-технічного, фінансового та інших потенціалів підприємства з урахуванням показників підприємства за минулі періоди, як зазначають Нурмаганбетов К., Есмагулова Н., із застосуванням методики бальних оцінок, авторами якої є Міняйленко І., Микитенко О., що проводиться при дотриманні етапів: підготовчого, розрахункового та рекомендаційного. Підготовчий етап передбачає підбір показників для оцінки виробничого, науково-технічного, фінансового та інших потенціалів підприємства. Розрахунковий етап передбачає наступні дії: по-перше, на основі початкових даних визначаються значення коефіцієнтів за складовими потенціалу підприємства з метою надання їм відповідних балів; по-друге, підсумовуються бали за складовими потенціалу підприємства; по-третє, визначається характеристика кожної складової потенціалу підприємства залежно від її значущості та одержаних балів при застосуванні розподілу за категоріями. На останньому рекомендаційному етапі проводиться розробка програми заходів щодо підвищення ефективності використання потенціалу та визначення забезпечення рівня спроможностей і можливостей підприємства [4].

Огляд сучасних методик оцінки конкурентоспроможності підприємства показав, що усі вони володіють істотним недоліком: оцінка конкурентоспроможності підприємства лише констатує його поточний стан, але в сучасних ринкових умовах вона повинна по можливості дати прогноз на перспективу для отримання кращих результатів або уникнення втрат.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Пономарева, Е. В. Инновационная политика в обеспечении конкурентоспособности бизнес-структур СНГ [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=3773>
2. Распопов Р. С. Условия экономической эффективности основных производственных мощностей [Электронный ресурс] - Режим доступа: http://library.donntu.edu.ua/fem/vip_100-2/100-2_04.pdf
3. Єсель Г. В. Дослідження конкурентних позицій на ринку кондитерських виробів за допомогою методики SWOT-аналізу [Електронний ресурс] -Режим доступа: http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/znptdau/2012_2_2/18-2-14.pdf
4. Павленко А. Ф. Маркетинг : підручник / А. Ф. Павленко, І. Л. Решетнікова, А. В. Войчак; за наук. ред. Д-ра екон. наук, проф., акад. АПН України А. Ф. Павленка; кер. авт. кол. д-р екон. наук, проф. І. Л. Решетнікова. - К. : КНЕУ, 2008. – 600 с.