

СУЧАСНІ МЕТОДИ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

¹Вінницький національний технічний університет

Анотація:

У статті досліджено сучасні методи оцінки конкурентоспроможності підприємства. А також запропоновано заходи з підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Ключові слова: конкурентоспроможність; конкуренція; підприємство; конкурентоспроможність.

Abstract:

The article investigates modern methods of assessing the competitiveness of the enterprise. Also, measures to increase the competitiveness of the enterprise are proposed.

Key words: competitiveness; competition; enterprise; competitiveness.

Вступ

Для того щоб забезпечити конкурентоспроможний рівень підприємства необхідно провести такий важливий етап як оцінка конкурентоспроможності, а також якості ведення на внутрішньому і зовнішньому ринках. Оцінка конкурентоспроможності підприємства являє собою визначення сильних і слабких сторін його діяльності, приховані можливості та потенційні загрози, що в свою чергу дає можливість вправно планувати та спрямовувати діяльність підприємства на основі його конкурентних переваг.

Результат дослідження

Стартовим етапом планування діяльності підприємства та розробки його стратегії розвитку є визначення рівня конкурентоспроможності. Для функціонування організаційно-економічного механізму забезпечення конкурентоспроможності підприємства необхідна система оцінки конкурентоспроможності, яка б враховувала інтереси інвесторів, підприємств, споживачів та держави. Однак, єдиної методики оцінки конкурентоспроможності у сучасній економіці не існує.

Існує безліч методик для аналізу конкурентоспроможності, але найбільш популярними є методи, що визначають ринкові позиції товару [1].

Наведемо найбільш популярні методики оцінки конкуренції підприємства:

- Метод, заснований на теорії ефективної конкуренції.
- Метод різниць.
- Метод рангів.
- Метод балів.
- SWOT - аналіз.
- PEST-аналіз.

Наведений список методів не є повним та завершальним, але є основним. Нижче розглянемо детальніше представлені методи та визначимо особливості їх застосування.

Найбільш популярним методом оцінки конкурентоспроможності підприємства є метод, який заснований на теорії ефективної конкуренції[1].

Даний метод зазначає, що найбільш конкурентним є те підприємство, на якому найефективніше організована робота усіх підрозділів як цілісної системи.

Оцінка ефективності кожного підрозділу передбачає оцінку ефективності використання ресурсів, що їм надаються[1].

В основі методу лежить оцінка чотирьох групових показників або критеріїв конкурентоспроможності. Конкурентоспроможність підприємства може бути визначена методом середньозваженої арифметичної, де експертним шляхом розраховані коефіцієнти вагомості кожної групи критеріїв:

$$KKO = 0,15EO + 0,29\Phi O + 0,23EЗ + 0,33KT, \quad (1)$$

де ККО – коефіцієнт конкурентоспроможності організації;

EO – значення критерію ефективності виробничої діяльності організації;

ΦO – значення критерію фінансового положення організації;

EЗ – значення критерію ефективності організації збуту та просування товару;

KT – значення критерію конкурентоспроможності товару.

Метод різниць являє собою пряме визначення плюсів та мінусів прямих конкурентів за окремим показниками конкурентоспроможності [2]. Даний метод передбачає, що потрібно порівнювати підприємство, яке оцінюється тільки з одним конкурентним підприємством. Кожен ключовий показник конкурентоспроможності визначає не тільки позицію досліджуваного підприємства, але й кількісний розрив у досягненнях.

Наступний метод – це метод рангів. Даний метод дещо відрізняється від попереднього та являє собою порівняння досліджуваного підприємства з групою підприємств-конкурентів. В результаті за допомогою методу рангів є можливість дізнатися місце досліджуваного підприємства у конкурентній боротьбі, чинники, які його випереджають або ж навпаки.

Вищезазначені методи оцінки мають тільки внутрішню спрямованість. Тому доцільно розглянути методи оцінки, які мають і внутрішню і зовнішню спрямованість. Такими методами є матричні методи.

Наступний метод - SWOT-аналіз. Він допомагає відповісти на такі питання [3]:

- чи можуть використовуватись сильні сторони як переваги компанії;
- чи є слабкі сторони компанії її чутливими місцями;
- які слушні обставини дають шанси на успіх;
- на які загрози необхідно звернути увагу в першу чергу.

Взаємозв'язок представлений на рисунку 1.1.

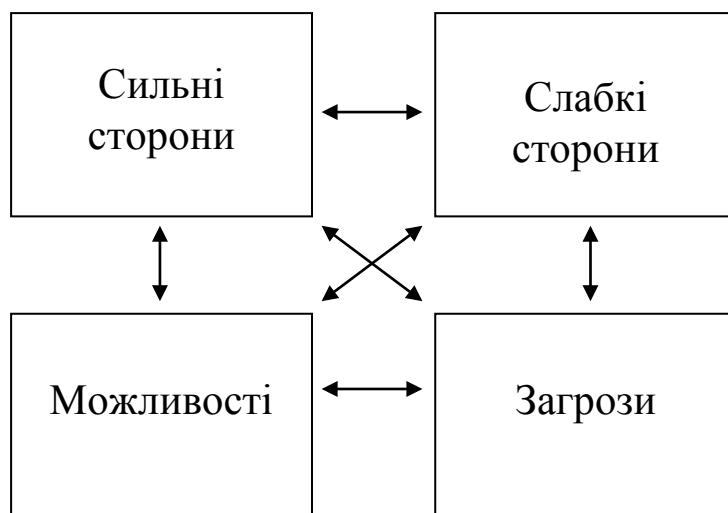


Рисунок 1.1 - Складові SWOT – аналізу

Для поля «Сили і Можливості» необхідно розробляти план з використанням сильних сторін організації, аби одержати результат від можливостей, які з'явилися у зовнішньому середовищі.

Для поля «Слабкості і Можливості», необхідно побудувати таку стратегію, щоб завдяки можливостям, що з'явилися змогти подолати наявні, в організації слабкості. В даному випадку

оптимальні стратегії спільних підприємств для активної роботи на перспективному ринку. Альтернативний варіант - стратегія вертикальної або горизонтальної інтеграції.

Для поля «Сили і Загрози» стратегія має припускати використання сили компанії для нейтралізації загроз зовнішнього середовища. Найефективнішими будуть стратегії, які направлені на зменшення зовнішніх загроз на ринку шляхом диверсифікації і інтеграції.

Для поля «Слабкості і Загрози» необхідно сконцентруватися на вузькому сегменті ринку або ж взагалі відійти з ринку [3].

Висновок

Найважливіші заходи, які цілеспрямовані на зміцнення конкурентної сили підприємства[4]:

— покращення техніко-економічних та якісних показників виготовленого товару підприємства;

— орієнтування параметрів якості товару на вимоги потенційних споживачів;

— визначення і збільшення переваг товару перед прямим конкурентами;

— забезпечення можливих змін на краще продукції;

— якісна рекламна діяльність;

— вихід на нові ринки;

— збільшення асортименту продукції та створення нових брендів;

— постійне забезпечення просування товару серед споживачів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Баришполь Н. С., Бондаренко С. М. Підходи до оцінки конкурентоспроможності підприємства. *Ефективна економіка* № 5, 2017. – URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5610> (дата звернення: 16.12.2020).
2. Істірян Г.П. Конкурентоздатність: методика вимірювання та оцінки \ \ Легка промисловість.- 1994.- №4.- с. 1214
3. Карпенко В.А. SWOT-аналіз як метод визначення конкурентоспроможності підприємства. Всеукраїнська науково-практична інтернет-конференція Збірник наукових праць 2018 - № 1 с. 145-155 – URL: http://www.vtei.com.ua/doc/2019/22_10_1.pdf#page=145
4. Богацька Н. М. Особливості оцінки конкурентоспроможності підприємства. *Ефективна економіка*. 2020. № 4. – URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7789> (дата звернення: 17.12.2020).

Ткачук Людмила Миколаївна – к. е. н., доцент кафедри фінансів та інноваційного менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: ludatkachuk2017@gmail.com.

Мизюк Анастасія Олександрівна – студентка групи МФК-18мс, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця. Email: nastya.mezyuk09@gmail.com

Tkachuk Lyudmila M. – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Department of Finance and Innovation Management, Vinnitsa National Technical University, Vinnitsa, e-mail: ludatkachuk2017@gmail.com.

Myziuk Anastasiia – student, Vinnitsia National Technical University, Vinnitsia.