

Брусник Д.О., студентка
Науковий керівник – Козак Ю.Г., д.е.н., проф.
Одеський національний економічний університет

МЕТОДИ ОЦІНКИ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Вивчення міжнародної конкурентоспроможності являє собою одну з найважливіших складових частин ринкових досліджень. Для ефективного функціонування на міжнародному ринку підприємству необхідно об'єктивно і чітко оцінити свій потенціал і можливості виходу на ринок, свої сильні і слабкі сторони, визначати свої конкурентні переваги.

Особливого значення набуває вибір відповідних методів оцінки міжнародної конкурентоспроможності, оскільки саме вони виступають тією основою, що здатна не лише забезпечити розуміння підприємством свого стану на ринку, а і визначення тих факторів, які впливають на рівень попиту їхньої продукції, обґрунтування відповідних управлінських заходів та стратегічних напрямів ринкової поведінки.

Дослідженню питання оцінки міжнародної конкурентоспроможності присвячено роботи таких зарубіжних і вітчизняних учених, як: Ф. Котлер, М. Портер, Д. Рікардо, К. Сімпсон, Ж. Ламбен, Р. Фатхудінов, С. М. Козьменко, М.Саєнко, О. В. Дзюблюк, А. С. Гальчинський, О. І. Лаврушин, В. Блонська, М. Юдін, А. Загородній, С. Клименкота багато інших. Ученими було розглянуто різні методичні підходи оцінки конкурентоспроможності продукції, а також обґрунтовано причини використання того чи іншого методу.

Метою статті є аналіз існуючих методів оцінки конкурентоспроможності підприємств, систематизація і характеристика основних груп даних методів.

Міжнародна конкурентоспроможність проявляється у досягненні фірмою конкурентних переваг у міжнародній конкуренції, яка визначається певними принципами. [5]Одного підходу до оцінки конкурентоспроможності, в тому числі і на міжнародних ринках товарів (робіт, послуг) не існує. Одні з авторів дотримуються структурного підходу при оцінці конкурентоспроможності підприємства, заснованого на аналізі сфери функціонування підприємства, що склалася конкурентної ситуації; вимірі рівня концентрації ринку і визначенні частки даного підприємства за обсягом виробництва або виручці від реалізації продукції.

Інші вважають що оцінювати конкурентоспроможність необхідно з функціонального підходу, відповідно до якого оцінка проводиться на основі розрахунку основних економічних показників діяльності підприємства, що дозволяє сформулювати висновки про конкурентоспроможність підприємства і галузі в цілому.

Треті схиляються до думки, що матричні підходи для оцінки конкурентоспроможності підприємства є найбільш ефективними, оскільки враховують особливості функціонування підприємства в цілому (стадії його життєвого циклу і циклу основних експортних товарів), а також привабливість галузі і рівень її розвитку, значимість для національного господарства з точки зору пріоритетності для розвитку, заснованої на отриманні економічного або соціального вигаду. [1]

В теорії конкурентоспроможності існують аналітичні та графічні методи оцінки міжнародної конкурентоспроможності підприємства. (табл. 1.1)

В даний час широко використовуються наступні методи, що дозволяють виявити позитивну або негативну динаміку показників конкурентоспроможності.

Таблиця 1.1

Методи оцінки конкурентоспроможності підприємства

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 конкурентоспроможності

1. Матричні методи. Є одним з найпоширенішими методами. Вони ґрунтуються на якісній маркетингової оцінці діяльності компанії і пропонуваніх нею товарів і послуг. В основу таких методів покладено скрупульозний аналіз спроможності підприємства конкурувати з іншими виробниками. Крім того, обов'язково враховується життєвий цикл продукції, яку випускає компанія. До них відносяться:

- матриця БКГ;
- матриця Портера;
- матриця «привабливість ринку / конкурентоспроможність» (модель GE / Mc Kinsey);
- матриця «привабливість галузі / конкурентоспроможність» (модель Shell / DPM);

Переваги: дозволяє забезпечити високу адекватність оцінки.

Недоліки: виключає проведення аналізу причин того, що відбувається і ускладнює вироблення управлінських рішень, а також вимагає наявності достовірної маркетингової інформації, що спричиняє необхідність відповідних досліджень.

2. Методи, засновані на дослідженні оцінки конкурентоспроможності. Використання даних методів має на увазі облік прямо пропорційній залежності рівня ефективності діяльності компанії і якості її продукту.

Ця група методів базується на судженні про те, що конкурентоспроможність підприємства тим вище, чим вище конкурентоспроможність його товару / послуги. в основі більшості яких лежить знаходження співвідношення ціна - якість. Для дослідження показників конкурентоспроможності в цьому випадку використовуються маркетингові програми, в основі більшості яких лежить знаходження співвідношення ціна - якість. Розрахунок показника конкурентоспроможності по кожному виду продукції ведеться з використанням економічного і параметричного індексів конкурентоспроможності.[2]

Переваги: враховує одну з найбільш важливих складових конкурентоспроможності підприємства - конкурентоспроможність його товару / послуги.

Недоліки: дозволяє отримати досить обмежене уявлення про переваги і недоліки в роботі фірми, так як конкурентоспроможність підприємства набуває вигляду конкурентоспроможності товару і не зачіпає інші аспекти його діяльності.

3. Методи, засновані на теорії ефективної конкуренції. Основний сенс методу - оцінка конкурентоспроможності підприємства в балах за спеціальною шкалою. Майбутні перспективи компанії, оцінюються з урахуванням його виробничих ресурсів та здатності знаходити нові шляхи вирішення проблем, пов'язаних з поліпшенням технологій виготовлення товарів.

Переваги: облік різнобічних аспектів діяльності підприємства.

Недолік: основу підходу становить ідея про те, що показник конкурентоспроможності підприємства може бути визначений шляхом елементарного підсумовування здібностей фірми до досягнення конкурентних переваг. Однак сума окремих елементів складної системи (якою є будь-яке підприємство), як правило, не дає того ж результату, що і вся система в цілому.

4. Комплексні методи. Використовується, якщо при характеристиці якості товару застосовуються сукупні параметри, які описують певну властивість товару. [3]

В основі підходу лежить твердження, відповідно до якого конкурентоспроможність підприємства є інтегральна величина по відношенню до поточної конкурентоспроможності та конкурентного потенціалу. Поточна і потенційна конкурентоспроможність і їх співвідношення в рамках інтегрального показника конкурентоспроможності підприємства в залежності від методу можуть варіюватися. [2]

Переваги: враховує не тільки досягнутий рівень конкурентоспроможності фірми, а й його можливу динаміку в майбутньому.

Недолік: способи і прийоми, які використовуються при визначенні поточної і потенційної конкурентоспроможності в кінцевому рахунку відтворюють методи, використовувані в розглянутих раніше підходах, що тягне і недоліки відповідних підходів.

Отже, проаналізувавши існуючі методи, ми бачимо що у кожного існують як переваги, так і недоліки. Саме тому багато організацій, щоб уникнути виникнення похибок, в процесі оцінки рівня конкурентоспроможності застосовують різні методологічні комбінації, збудовані з урахуванням специфіки конкретного підприємства. Такий підхід дозволяє отримувати максимально достовірні результати і виробити правильні шляхи вирішення виявлених в процесі дослідження проблем.

Список джерел:

1. *Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємств: навчальний посібник.* - Сімферополь: Таврія, 2007-с.91

2. Лазаренко А. А. *Методы оценки конкурентоспособности /А.А. Лазаренко/ Молодой ученый.* - 2014. - №1. - С. 374-377.

3. О.О.Мельникова *Комплексний метод оцінки конкурентоспроможності продукції підприємства.* - Київ, 2014 - с. 9

4. Клименко С.М. *Управління конкурентоспроможністю підприємства / [Клименко С.М, Омеляненко Т.В, Барабась Д.О., Дуброва О.С, Вакуленко А.В]: Навч. посіб.- К.: КНЕУ, 2008-520 с.*

5. *Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємств: Навч. посібник/ За ред. І.Ю. Сіваченко, Ю.Г. Козака, Ю.І. Єханурова.* - К.: Центр на- вчальної літератури, 2005. - 491 с.