

Теоретичні аспекти оцінки конкурентоспроможності підприємства

В конкурентних умовах будь-який господарюючий суб'єкт для ефективного функціонування та оцінки своїх перспектив на майбутнє повинен визначити рівень власної конкурентоспроможності. Володіючи інформацією про власні конкурентні позиції, підприємства отримують можливість визначити свої переваги, обрати правильну стратегію і тактику поведінки, адекватну реаліям сучасних ринкових процесів. Актуальність теми зумовлена тим, що в умовах економічної нестабільності конкурентоспроможність підприємства є важливим фактором, який може вплинути позитивно або негативно на діяльність не тільки підприємств, а і галузі загалом.

На думку І.М. Дашко, конкурентоспроможність промислового підприємства є сукупністю взаємопов'язаних елементів, спрямованих на забезпечення його сильних конкурентних позицій, підтримання і розвиток існуючих та створення нових конкурентних переваг [2]. П.А. Фісуненко трактує поняття «конкурентоспроможності підприємства» як його стан, в якому воно є спроможним до конкурентної боротьби, а наявність конкурентного потенціалу та сформованих на його основі конкурентних переваг відображає можливість та здатність це робити за їх рахунок та не допускати конкурентних прорахунків [5, с. 156]. В свою чергу, конкурентоспроможність товару – це сукупність його окремих характеристик, що забезпечують максимальний рівень задоволення певної споживчої потреби порівняно з конкуруючими товарами у визначений період часу на конкретному сегменті ринку. Конкурентоспроможність товарів підприємства є відносним поняттям та визначальним чинником його успішної діяльності на певному ринку [4, с. 91].

У ринковій економіці кожне підприємство діє в певному конкурентному середовищі, фактори якого справляють на нього визначальний вплив. Конкурентне середовище – це складна економічна категорія, яка характеризує взаємодію окремих суб'єктів господарювання, держави, інститутів колективного захисту, факторів зовнішнього і внутрішнього видів впливу на умови економічної діяльності, що визначають відповідний рівень економічного суперництва та вагомість впливу окремих економічних агентів на загальну ринкову ситуацію [3, с. 65].

У кожній галузі формується власне конкурентне середовище, а тому підприємство повинно правильно оцінювати свої конкурентів та їх інтереси, галузь (або галузі), в якій воно функціонує, щоб виробити найбільш ефективні конкурентні стратегії, які б забезпечували його високу конкурентоздатність та конкурентостійкість.

Оцінка рівня конкурентоспроможності підприємства дає змогу:

- сформувати управлінські завдання (визначення підходів до виробництва, технології, збуту, найму трудових ресурсів, фінансування матеріального, інформаційного та організаційного забезпечення);
- прийняти управлінське рішення (зменшити витрати, зосередити увагу на конкретному сегменті ринку, укласти відповідні контракти);
- розробити заходи, спрямовані на розвиток і підтримку конкурентних переваг (здійснити інновації, підтримати довгострокові переваги, упередити дії учасників, розробити заходи освоєння нових ринків і залучення коштів інвестора);
- адаптувати підприємство до ринкових умов господарювання, здатних забезпечити перемогу в конкурентній боротьбі за споживача та ринки збуту тощо [1].

Конкурентоспроможність підприємства піддається впливу різних факторів. До факторів впливу на конкурентоспроможність можна віднести зовнішні (політична ситуація в державі, економічні зв'язки, наявність конкурентів, розміщення виробничих сил, наявність сировинних ресурсів, рівень техніки та технологій, система управління виробництвом, концентрація виробництва, законодавча база та ін.) та внутрішні (система та методи управління підприємством, рівень організації процесу виробництва на підприємстві, прогнозування та планування, орієнтація на маркетингову концепцію, інноваційні технології виробництва, ступінь задоволення потреб споживача, якість виробленої продукції з точки зору оптимальності якісних і технічних параметрів товару).

Оцінка розвитку підприємства з точки зору оцінки конкурентоспроможності підприємства здійснюється відповідно до найбільш загальних підходів – структурного та функціонального. В основі структурного підходу до оцінки конкурентоспроможності підприємства лежить аналіз його позиції на ринку з урахування рівня монополізації галузі, тобто концентрації виробництва і капіталу, наявності вхідних бар'єрів для нових підприємств, що вступають до галузевого ринку, ступеня диференціації продукції, можливості технологічних нововведень та економії на масштабах виробництва. Функціональний підхід полягає у визначенні конкурентоспроможності підприємства за показниками ефективності виробництва, фінансового стану, збуту та конкурентоспроможності товару. Перевагою функціонального підходу є використання тих груп показників, які дають змогу більш об'єктивно оцінити найважливіші сфери діяльності підприємства, зокрема фінансово-господарську діяльність підприємства (продуктивність праці та фондівіддача, показники ліквідності та платоспроможності підприємства, рентабельності продажу тощо), та визначити його місце на галузевому ринку. Однак цей підхід не дає змогу врахувати такі характеристики конкурентоспроможності підприємства, як імідж та потенціал підприємства [2, с. 109].

Існує досить багато методів для оцінки конкурентоспроможності підприємства і своєї конкурентної позиції на ринку, а саме Модель Бостонської консультативної групи, модель М. Портера, метод аналізу GAP «Метод McKinsey», метод LOTS, методика вивчення профілю об'єкта, ситуаційний аналіз (SWOT-аналіз), PEST аналіз, метод експертної оцінки, фінансово-економічний метод, диференційований метод, інтегральний метод, метод різниць, метод балів, метод експертних оцінок, евристичні методи, Матриця БКГ, матриця Shell/DPM, метод PIMS, матриця Ансоффа, Радіальна діаграма, багатокутник конкурентоспроможності, метод профілів, карти стратегічних груп, бенчмаркінг.

Узагальнюючи існуючі наукові дослідження з цього питання можемо представити класифікацію всієї сукупності методів оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства наступним чином [1]:

- за способом оцінювання (кількісні, якісні);
- за формою представлення результатів (матричні, індексні, графічні);
- за ступенем охоплення аспектів функціонування підприємства (спеціальні, комплексні);
- за рівнем ухвалення рішення (стратегічні, тактичні);
- за напрямом формування інформаційної бази (критеріальні, експертні);
- залежно від об'єкта оцінки (методи оцінки конкурентоспроможності персоналу, методи оцінки конкурентоспроможності продукції, методи оцінки конкурентоспроможності організації);
- залежно від конкретизованої мети оцінки (позиціонування у групі, визначення динаміки позицій у групі, визначення конкурентних переваг).

Вибір методу або методів є індивідуальним для кожного підприємства і його визначають завдання, які йому потрібно вирішити (діагностика стану підприємства, вибір стратегії та ін.), рівень ухвалення рішення та фактори конкурентного середовища [2, с. 110].

Таким чином, конкурентоспроможність будь-якого суб'єкта господарювання виступає однією з найвагоміших складових ринкової економіки. Вона визначає можливість підприємства адаптуватися до змін ринкової кон'юнктури, нового законодавства, змін податкової системи, прогнозувати цінову політику, займатись пошуком нових джерел фінансування, оптимізувати ефективність використання сировинних ресурсів, забезпечувати наявність висококваліфікованого персоналу та інші аспекти, що забезпечують необхідних для успіху компанії. Для оцінки конкурентоспроможності підприємств найбільш ефективним буде одночасне застосування різних методів, результати яких доповнюють один одного та дозволяють отримати найбільш повне уявлення як про внутрішнє, так і про зовнішнє середовище, рівень фінансової стійкості підприємства і реальне становище підприємств-конкурентів. Для більшості підприємств найбільш прийнятними є комплексні методи, що засновані на класифікації категорій, які аналізують значення коефіцієнтів, при розкритті виробничої, фінансової, інноваційної, трудової, маркетингової та інших сторін діяльності підприємства. При вирішенні конкретних стратегічних завдань можуть бути використані різні методики оцінки.

Список використаних джерел:

1. Богацька Н.М. Особливості оцінки конкурентоспроможності підприємства. *Ефективна економіка*. 2020. № 4. DOI: [10.32702/2307-2105-2020.4.73](https://doi.org/10.32702/2307-2105-2020.4.73)
2. Дашко І.М. Дослідження основних методів оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємств. *Економіка та держава*. 2020. № 5. С. 108–110. DOI: [10.32702/2306-6806.2020.5.108](https://doi.org/10.32702/2306-6806.2020.5.108)
3. Дмитрієв І.А., Кирчата І.М., Шершенюк О.М. Конкурентоспроможність підприємства: навчальний посібник. Х.: ФОП Бровін О.В., 2020. 340 с.
4. Косар Н.С., Селюченко Н.Є., Гринів Н.Т. Оцінювання конкурентоспроможності споживчих товарів у системі заходів щодо її підвищення (на приклади соняшникової олії). *Причорноморські економічні студії*. 2020. Вип. 51. С. 90-95. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/bses_2020_51_16.
5. Фісуненко П.А. Підходи до визначення конкурентоспроможності підприємства: сутність та еволюція поняття. *Науково-виробничий журнал «Бізнес-навігатор»*. 2020. Вип. 2 (58). С. 152-161. DOI: <https://doi.org/10.32847/business-navigator.58-28>