

МЕТОДИ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

В останній чверті двадцятого століття і на початку двадцять першого у зв'язку з ростом міжнародної відкритості та глобалізації почала посилюватись проблема конкурентоспроможності не тільки національних економік, але й підприємств. Підвищення конкурентоспроможності всіх національних суб'єктів господарювання стало важливим пріоритетом економічної політики уряду й держави. Сьогодні найважливішим завданням на етапі економічного розвитку національних промислових підприємств є досягнення високого рівня конкурентоспроможності. Головною метою цієї роботи є розгляд теоретичних аспектів конкурентоспроможності підприємства та її оцінка.

Проблемам конкурентоспроможності підприємств присвячені роботи таких закордонних і вітчизняних вчених-економістів, як Г.Л. Азоев [1], В.А.Винокуров [2], П.В. Забелін [3], Ю.Б. Іванов [4], МО.П. Челенков [5], Сазерленд Джонатан і Кенуелл Дайан [6], А.П.Міщенко [7], П.Г.Клівець [8], З.І.Галушка та І.Ф.Комарницький [9], М.В.Жук [10] та інші.

В роботі поставлена мета розкрити сутність конкуренції та вказати методи оцінки конкурентоспроможності промислового підприємства.

Об'єкт роботи – теоретичні основи управління конкурентоспроможністю та методи її оцінювання.

Предмет дослідження – вибір методу та оцінка конкурентоспроможності підприємства.

Практичне значення отриманих результатів. Основні наукові положення доведені до рівня методичних узагальнень і прикладного інструментарію, що дає змогу промисловим підприємствам оцінювати свій рівень конкурентоспроможності в порівнянні з основними конкурентами.

Конкурентоспроможність підприємства - це його здатність успішно вести суперництво з іншими підприємствами за обмежений платоспроможний попит споживачів на доступним їм сегментах ринку.

Неоднозначність методичних підходів, що існують в сучасній економіці, до дослідження конкурентоспроможності підприємства зумовлює і множинність використовуваних методів її оцінки.

Принципово всі вживані методи визначення і оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства можуть бути об'єднані в наступні 6 груп:

1. Методи, засновані на аналізі порівняльних переваг;
2. Методи, на теорії рівноваги фірми і галузі;
3. Методи, засновані на основі теорії ефективної конкуренції;
4. Методи, засновані на теорії якості товару;
5. Матричні методи оцінки конкурентоспроможності;
6. Інтегральний метод.

1. Одним з найбільш поширених методичних підходів до аналізу і оцінки конкурентоспроможності підприємств є дослідження цієї категорії на базі теорії міжнародного розподілу праці відповідно до цього підходу передумовою для завоювання галуззю або фірмою міцних конкурентних позицій є наявність порівняльних переваг, що дозволяють забезпечити відносно нижчі витрати виробництва в порівнянні з конкуруючою галуззю або фірмою.

2. Заслужують певної уваги дослідження і оцінка рівня конкурентоспроможності виробника на базі теорії рівноваги фірми і галузі. Відповідно до цього підходу під рівноважним розуміється такий стан, коли у виробника відсутні стимули для переходу в інший стан.

3. Окрему групу складають методи визначення конкурентоспроможності, побудовані на базі теорії ефективної конкуренції. Основним інструментом аналізу конкурентоспроможності стає зіставлення положення підприємств, що входять в галузь, з конкуруючими фірмами і з середньогалузевими показниками.

4. Дослідження конкурентоспроможності виробника на базі теорії якості товару припускає оцінку рівня конкурентоспроможності підприємства переважно виходячи з споживчої цінності продукції, що випускається. При цьому найважливіші параметри продукції аналізованого підприємства зіставляються з відповідними параметрами аналогічного товару конкурента.

5. Певний інтерес представляють розроблені в 70 -х роках матричні методи оцінки рівня конкурентоспроможності. Їх основною гідністю є те, що вони дозволяють досліджувати розвиток процесів конкуренції в динаміці. Теоретичною основою цих методів служить концепція життєвого циклу товару і технології. На кожному етапі життєвого циклу виробник може реалізувати товар чи продукт певної технології в тих чи інших об'ємах, що об'єктивно відбивається в займаній частці на ринку і динаміці продажів.

6. Комплексний підхід до оцінки конкурентоспроможності підприємства реалізується за допомогою використання методу інтегральної оцінки, який є достатньо простим, наочним і дозволяє отримати однозначні оцінки конкурентних позицій виробника [11].

Щоб підвести підсумки та узагальнити всі вище наведені методи оцінки конкурентоспроможності зробимо порівняльну таблицю (таблиця 1.1.).

Порівняльна характеристика методів оцінки конкурентоспроможності

Метод	Переваги	Недоліки
1	2	3
Метод, заснований на аналізі порівняльних переваг.	Дозволяє зіставити масштаб діяльності підприємств	Статичність отримуваних оцінок Не дає можливості оцінити ступінь процесу адаптації підприємства до умов навколишнього середовища
Метод, заснований на теорії рівноваги фірми і галузі	Використовується на галузевому рівні	Не характеризує здатність підприємства до адаптації
Метод, на основі теорії ефективної конкуренції	Зручний та охоплює основні напрями діяльності	Не дозволяє оцінити динаміку показників
Метод, заснований на теорії якості товару	Оцінює конкурентоспроможність виходячи зі споживної цінності товару	Не враховує ефективності виробничої діяльності
Матричний метод	Можливо застосувати не лише до продукції, але й до підприємств, компаніям, галузям Дозволяє провести якісний аналіз конкурентних позицій	Експертна оцінка досить необ'єктивна
Інтегральний метод.	Простота розрахунків; Однозначна інтерпретація розрахунків Можлива експрес оцінка	Не дає можливості для детального аналізу Досить важко провести для підприємств з великою товарною гамою продукції

Помилка при виборі метода вимірювання може призвести до прийняття помилкових управлінських рішень. На сьогодні загальноприйнятої методики оцінки конкурентоспроможності підприємства немає, кожна компанія оцінює свою конкурентну позицію за своєю методикою, а суть та ефективність її застосування не афішує. Оцінка конкурентоспроможності підприємства уявляє собою складну багатфакторну задачу, яка зводиться до виявленню числових показників конкурентоспроможності та їх інтегруванню. Таким чином, необхідність оцінки конкурентоспроможності підприємства обумовлена тим, що виробник може самостійно оцінити свою реальну й потенційну здатність проектувати, виготовляти, реалізовувати, економічно й матеріально забезпечувати, обслуговувати виготовлену продукцію. За допомогою прогнозів можна визначати ефективність роботи підприємства на перспективу при сталих темпах розвитку. Отже, підводячи підсумок, необхідно сказати, що наведені методики оцінки конкурентоспроможності підприємства хоч і мають ряд недоліків, але показують реальність управління конкурентоспроможністю підприємства. Для цього необхідно періодично проводити розрахунки конкурентоспроможності за попередні періоди, планувати значення інтегрального показника на майбутній період.

Список літератури: 1. Азоев Г. А., Черенков А. Л. Конкурентные преимущества фирмы.- М.: ОАО «Типография «НОВОСТИ», 2000.- 256 с. 2. Винокуров В. А. Организация стратегического управления на предприятии.- М.: Центр экономики и маркетинга, 1996.- 458 с. 3. Забелин П. В., Моисеева Н. К. Основы стратегического управления.- М.: Информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 1998.-195 с. 4. Иванов Ю. Б. Конкурентоспособность предприятия в условиях формирования рыночных отношений.- Х.: РИО ХГЭУ, 1997.- 246 с. 4. Челенков А.П. Конкурентные преимущества фирмы. - М.: ОАО „Типография „НОВОСТИ”, 2000. – 256 с. 5. Сазерленд Джонатан, Кэнуэлл Дайан. Стратегический менеджмент. Ключевые понятия / Пер. с англ., Под ред. Е.Е. Козлова. Днепропетровск: Баланс Бизнес Букс, 2005. - 440 с. 6. Міщенко А.П. Стратегічне управління: Навч. посіб. - Київ: "Центр навчальної літератури", 2004. - 336 с. 7. Клівець П.Г. Стратегія підприємства: Навч. посіб. - К.: Академвидав, 2007. - 320 с. 8. Галушка З.І., Комарницький І.Ф. Стратегічний менеджмент. Навчально-методичний посібник. - Чернівці: Рута, 2006. - 248 с. 9. Жук М.В. Міжнародні стратегії економічного розвитку: Навч. посіб. / М.В.Жук, Т.В.Бауліна. - К.: Вид. ПАЛИВОДА А.В., 2006. - 348 с. 10. Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика.- М.: Центр экономики и маркетинга, 1996.-208 с.