

КЛАСИФІКАЦІЯ МЕТОДІВ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

В умовах ринкової економіки кожен суб'єкт господарювання намагається використати фактори виробництва ефективніше, ніж конкуренти. Систематизуючи та раціоналізуючи використання фінансових, матеріальних, людських ресурсів, формуються рішення, що покликані підвищити рівень конкурентоспроможності продукту, підприємства, галузі, країни. Звичайно, одним з головних показників успішної господарської діяльності є рентабельність, але вона не розглядає окремо складові, що забезпечують відповідну конкурентоспроможність. Тому для зручності оцінки конкурентоспроможності було розроблено низку простих і комплексних методів. Зокрема найбільш актуальні та часто використовувані були розроблені та досліджені такими науковцями як М. Портер [2], І. Ансофф [1], І. Максимова, Р. Фатхутдинов [5], Д. Яцковий [6], В. Самуляк [3], Тарнавська [4].

Методи оцінки конкурентоспроможності підприємства незалежно від того до якої класифікаційної групи вони належать мають на меті вирішити наступні питання:

- сформувати актуальну маркетингову інформаційну систему;
- визначити слабкі та сильні сторони підприємства;
- надати найбільш доцільні рекомендації та шляхи вирішення існуючих проблем;
- спрогнозувати наступні зміни та очікувані результати від впроваджуваних інновацій [1-2].

Питання класифікації методів є широким і немає конкретних меж у своїй націленості. Розглянемо базисну класифікацію існуючих методів оцінки конкурентоспроможності підприємства [4,6].

Таблиця 1

Класифікація методів оцінки конкурентоспроможності підприємства

№	Ознака	Похідні групи	Методи
1	Принцип формування інформаційної бази	За критеріями	5 «конкурентних сил» М. Портера; Аналіз конкурентоспроможності фірм Ж.-Ж. Ламбена; "SPACE-аналіз; GAP-аналіз; LOTS-аналіз; PIMS-аналіз; модель аналізу Мак-Кінсі 7S;

			формалізований метод Іванова; методика Ансоффа щодо КСФ; методика Градова щодо детермінантів "національного ромба"; метод інтегрального критерію; метод таксономічного показника
		Експертні	STEP-аналіз; SWOT-аналіз; аналіз конкурентоспроможності за системою 111-555; метод американської асоціації управління; метод порівнянь; метод рангів; метод вивчення профілю об'єкта; графічна методика Зав'ялова
2	Спосіб оцінювання	Індикаторні	Диференційований метод, інтегральний метод, метод різниць, метод балів
		Якісні	SWOT-аналіз, метод експертних оцінок, евристичні методи
3	Форма відображення результатів	Матричні	Матриця БКГ, матриця Мак Кінсі, матриця Shell/DPM, метод PIMS, матриця Ансоффа
		Аналітичні	Інтегральні методи, метод конкурентних переваг, теорія ефективної конкуренції, конкурентоспроможність продукції
		Графічні	Радіальна діаграма, багатокутник конкурентоспроможності, метод профілів

4	Фактори, що оцінюються	Методи, що характеризують ринкові позиції	Модель БКГ, метод Мак Кінсі, модель Shell/DPM, метод PIMS, модель Портера
		Методи, що характеризують рівень менеджменту	Метод LOTS, метод експертної оцінки, ситуаційний аналіз, карти стратегічних груп, бенчмаркінг
		Методи, що характеризують фінансово-економічну діяльність	Методи фінансово-економічного аналізу, методи прогнозування фінансового стану
5	Рівень прийняття рішення	Стратегічні	Модель БКГ, метод Мак Кінсі, модель Shell/DPM тощо
		Тактичні	Інтегральні методи, аналіз конкурентних переваг, теорія ефективної конкуренції, конкурентоспроможність продукції, самооцінка

Згідно запропонованої класифікації відразу помічаємо, що більшість методів відноситься до декількох груп, оскільки за своєю сутністю кожен з них розпочинає свій алгоритм зі збору інформації для відповідних операцій, далі йде основна частина це розрахунки чи надання балів, в кінці відображаються результати, які можуть бути представлені у найзручнішій формі і згідно них приймається рішення, що матиме поширення на коротко- чи довгострокову перспективу. І тому один метод може мати місце у кожній з груп за вказаними ознаками (Теорія конкурентних переваг М. Портера). Проте їх відмінність має місце у конкретизації інформації, що вони надають у якості кінцевих даних.

Завдання класифікації полягає у формуванні систематизованої бази методів для отримання найбільш вдалого для даної ситуації засобу вирішення проблеми.

До нестандартних методів оцінки конкурентоспроможності підприємства на сьогоднішньому етапі розвитку ділового середовищавідносять бенчмаркінг. Дозволяє отримати необхідні дані елементів макро- та мікросередовища підприємства іншої сфери, які потребують вдосконалення та якісних змін у досліджуваному суб'єкті господарювання. Даний метод може бути використаний будь-яким підприємством незалежно від сфери його діяльності.

Перераховані методи у табл. 1 покликані підвищити конкурентоспроможність підприємства за наступними напрямками:

- техніко-економічні параметри та якісні

характеристики продукту;

- відповідність очікуванням споживача;
- порівняння товару з товарами-замінниками

та формування переваг над ними;

- модифікація продукту;
- зміни у цінній політиці підприємства;
- пошук нових сфер застосування товару;
- шляхи формування бренду;
- використання сучасних інструментів

просування продукції/підприємства;

- розширення соціальної діяльності

підприємства [3].

Згідно напрямів, що перераховані вище, можна сформувані теж своєрідні групи методів оцінки конкурентоспроможності. Більшість з них відповідатимуть за дослідження ринкової частки, аналізу товарів-замінників та пошуку нових можливостей для впровадження інновацій. Головним чинником використання методів є потреба мати вищі кількісні та якісні показники господарської діяльності підприємства. Завдяки використанню класифікаторів можна легко та швидко знайти необхідний метод, що є доцільним у вирішенні поточної проблеми. Проте суб'єкти господарювання завдяки цим методам намагаються отримати алгоритм розробки ефективної стратегії розвитку підприємства.

Таким чином, методи оцінки конкурентоспроможності підприємства мають переваги та недоліки, які прямо чи опосередковано впливають на їх використання підприємствами у тій чи іншій галузі національної економіки. Тому для вибору найбільш оптимального методу необхідно спочатку визначитися з цілями та проблемами, які потрібно досягти та вирішити. Класифікаторів може бути ще більше, проте доцільність їх нагромадження прямує до нуля. У даній справі головне чіткість та розуміння наданого розмежування існуючих методів.

Література

1. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия / И. Ансофф. - СПб. Изд-во "Питер", 1999. - 416 с.
2. Портер М. Конкуренция. Москва: Издательский дом «Вильямс», 2001. 95 с.
3. Ольшанська О. В. Сучасні аспекти когнітивістики в економічному розвитку / О. В. Ольшанська // Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. – 2014. – № 6 (81). – С. 78–82.
4. Самуляк В. Ю., Фещур Р. В. Оцінювання рівня розвитку підприємств. Логістика: Вісник НУ «Львівська політехніка». 2008. № 633. С. 627–636.
5. Тарнавська Н. П. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теорія, методологія, практика: моногр. Тернопіль: Економічна думка, 2008. 570 с.
6. Фатхутдинов Р. А. Управление конкурентоспособностью организации: уч. пособ. Москва: Издательство «Эксмо», 2004. 544 с.
7. Яцковий Д. В. Сучасні методики оцінки конкурентоспроможності підприємства. Вісник соціально-економічних досліджень. 2013. Вип.4 (51). С.183–188.