

## **МЕТОДИ ВИЗНАЧЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ СУБ'ЄКТА ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

**Кобзаренко А. О.**

**Науковий керівник: Мозгова Г. В., кандидат економічних наук  
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна**

Одним із першочергових завдань вітчизняних підприємств, особливо в період фінансово-економічної нестабільності, є підвищення рівня конкурентоспроможності і на вітчизняному, і на міжнародному ринках.

Дослідження конкурентоспроможності підприємства в умовах економічної ситуації, яка склалась в Україні, дає змогу розглядати її як комплексну характеристику потенціальних можливостей забезпечення конкурентних переваг в перспективі. Джерелами конкурентних переваг є прогресивна організаційно-технологічна і соціально-економічна база підприємства, вміння аналізувати та своєчасно здійснювати заходи щодо укріплення конкурентних переваг.

Конкуренція на ринку, як суперництво між виробниками товарів за кращі економічно вигідні умови виробництва та реалізації продукції, за отримання найвищого прибутку чи інших переваг, може виступати в різних формах і здійснюватися різними методами. Тому виникає необхідність науково-методичного забезпечення оцінювання та діагностики конкурентоспроможності підприємств. Отже, актуальність теми дослідження визначається її значенням в вирішенні проблеми підвищення рівня конкурентоспроможності

Мета дослідження - на основі аналізу наявних методів оцінювання конкурентоспроможності підприємств визначити переваги та недоліки кожного з них, дослідити етапи оцінювання конкурентоспроможності підприємств, і на цій основі розробити рекомендації щодо ефективного використання певних методів оцінки конкурентоспроможності підприємств на міжнародному ринку.

Конкурентоспроможність підприємств являє собою одну з найважливіших категорій ринкової економіки, яка характеризує можливості й ефективність адаптації підприємства до умов ринкового середовища. За концепцією конкурентної стратегії М. Портера основну увагу приділяють не лише задоволенню потреб споживачів, а й так званим конкуруючим силам ринку – внутрішньогалузевій конкуренції; загрозам із боку товарів-замінників; позиції покупців; загрозам із боку нових конкурентів; позиції постачальників [4].

Варто зазначити, що ряд учених розглядали методи оцінювання конкурентоспроможності. Серед них можна виділити праці А. Сетейнера, А. Літла, А. Юданова, Д. Абея, І. Ансоффа, Г. Купера та ін.

На фоні проведеного аналізу існуючих підходів до визначення конкурентоспроможності підприємства зроблено висновок, що серед науковців не існує єдиної думки щодо ефективності методів її оцінки.

Результати систематизації найбільш ефективних методів визначення та оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємств та їх порівняльна характеристика наведено в таблиці 1.

Таблиця 1

**Порівняння методів оцінювання конкурентоспроможності підприємств**

Методи	Сутність і переваги	Недоліки
Методи, які базуються на аналізі порівняльних переваг	Наявність порівняльних переваг, що можуть забезпечити відносно нижчі витрати виробництва. Простий у розрахунках	Не дає змоги адекватно оцінити конкурентні позиції підприємства; статичність отриманих оцінок.
Методи, що базуються на теорії рівноваги підприємства та галузі	Рівновага підприємств не дає стимулів для переходу на наступну стадію. Дає якісне оцінювання на рівні галузей різних країн.	Значною мірою відображає об'єктивно лише зовнішні умови роботи підприємства; не характеризує можливості до адаптації.
Методи, побудовані на основі теорії ефективної конкуренції	Співставлення положень тих, хто входить у галузь, із тими, які є лідерами та із середніми показниками. Достатньо глибокий аналіз внутрішнього стану.	Важко визначити кінцеву інтегральну оцінку; наявність значних обсягів розрахунків; не дає змоги оцінити динаміку факторів впливу на конкурентоспроможність.
Методи, які базуються на теорії якості товару	Продукція порівнюється з параметрами товару-еталона. Аналіз якості виготовленої продукції; розраховано на споживачів.	Не враховує виробничо-збутової діяльності підприємства; використання лише для виробників одного виду продукції.
Матричні методи оцінювання конкурентоспроможності	Сутністю є побудова матриць та знаходження власної позиції в ній. Дослідження розвитку конкуренції в динаміці.	Високоприбутковий портфель є незбалансованим, оскільки збалансований портфель може бути неприбутковим.
Інтегральний метод	Обчислюються групові показники для дослідження товару. Є досить простим, наочним і дає змогу отримати однозначні оцінки конкурентних позицій виробників.	Неможливість глибокого аналізу і виявлення резервів підвищення рівня конкурентоспроможності; неможливо оцінити підприємства зі значною номенклатурою товарів.
Методи на засадах теорії мультиплікатора	Характеризує ланцюжок послідовних залежностей ефектів та стимулів, що їх викликали.	Є достатньо громіздким методом; результати є об'єктивними лише для нетривалого проміжку часу.
Метод визначення позиції в конкуренції з точки зору стратегічного потенціалу підприємств	Аналізується внутрішнє середовище підприємств із метою виявлення переваг та потенціалу для їх розробки.	Складність отримання інформації для розрахунків; трудомісткий алгоритм; оцінка базується лише на аналізі внутрішніх факторів
Методи, що базуються на порівнянні з еталоном	Може містити будь-яку кількість показників. Є наочним та комплексним при порівнянні.	Не враховані у склад досліджуваних факторів показники, які характеризують силу і напрям впливу ззовні.

Таблицю складено за [6, с. 283-285].

Застосування певного методу для оцінки конкурентоспроможності підприємства є дуже важливим завданням, але, окрім цього, підприємству також необхідно дотримуватися певного алгоритму оцінювання конкурентоспроможності підприємства.

У таблиці 2 наведені підходи до визначення алгоритму оцінювання конкурентоспроможності підприємства з погляду деяких науковців.

Таблиця 2

**Підходи до визначення етапів оцінювання конкурентоспроможності підприємства [5, 7, 8]**

Науковці	Етапи оцінки конкурентоспроможності
І. Синишин	1) аналіз ринку на вибір найбільш конкурентоспроможного підприємства як взірця, бази для проведення й визначення рівнів конкурентоспроможності певного підприємства; 2) визначення набору порівняльних параметрів підприємства; 3) розрахунок інтегрального показника конкурентоспроможності підприємства.
І. А.Тарасенко та В. Д. Рожок	1) обґрунтування набору показників для оцінки конкурентоспроможності підприємства; 2) вибір еталону для порівняння; 3) порівняння технічних, економічних і маркетингових показників підприємства з показниками еталону підприємства; 4) аналіз можливостей підприємства щодо поліпшення цих показників; 5) розрахунок інтегрального рівня конкурентоспроможності підприємства; 6) аналіз конкурентних переваг і недоліків порівняно з конкурентами.
Л. Балабановою	1) проведення дослідницько-інформаційної роботи; 2) формування вимог до певних показників; 3) визначення цілей проведення аналізу конкурентоспроможності 4) визначення переліку параметрів, які підлягають оцінюванню; 5) вибір зразка порівняння; 6) визначення системи показників конкурентоспроможності за узгодженими параметрами; 7) розрахунок комплексного показника конкурентоспроможності; 8) формування висновків про конкурентні переваги підприємства.

На основі аналізу та синтезу вище зазначених методик, зроблено висновок, що спільною їх характеристикою є те, що для оцінки конкурентоспроможності всі вони передбачають вибір еталону, визначення набору параметрів, які підлягають оцінці, розрахунок показників конкурентоспроможності продукції та формування висновків про її рівень.

Отже, проаналізувавши різні підходи до визначення етапів оцінки конкурентоспроможності підприємства, можна сформулювати загальний порядок оцінки конкурентоспроможності підприємства, який охоплює такі принципові етапи:

1) виявлення чинників зовнішнього та внутрішнього середовища, що впливають на рівень конкурентоспроможності підприємства, та оцінка їх значимості;

2) групування чинників, аналіз їх внутрішньогрупових та міжгрупових взаємозв'язків;

3) оцінка впливу обраних для дослідження чинників (або груп чинників) на рівень конкурентоспроможності підприємства та кількісне визначення цього рівня;

- 4) прогнозування змін включених у модель чинників внаслідок можливих змін умов зовнішнього та внутрішнього середовища;
- 5) прогнозування рівня конкурентоспроможності підприємства;
- 6) з'ясування шляхів та методів підвищення конкурентоспроможності;
- 7) розробка комплексу заходів щодо підвищення конкурентоспроможності; оцінка прямих та опосередкованих витрат на реалізацію розроблених заходів;
- 8) вибір критерію ефективності заходів з підвищення конкурентоспроможності;
- 9) визначення ефективності розроблених заходів та вибір оптимального комплексу регулюючих впливів;
- 10) прийняття відповідних управлінських рішень.

Отже, можна зробити висновок, що незалежно від того, який метод оцінки конкурентоспроможності обере для себе підприємство, необхідно дотримуватися певного алгоритму при оцінюванні конкурентоспроможності.

При значній кількості описаних у літературі методик загальним недоліком більшості проаналізованих методів оцінювання конкурентоспроможності підприємств, за винятком матричних, є статичність оцінки конкурентних позицій підприємства, порівнюючи з іншими суб'єктами господарської діяльності, й те, що отримані результати можуть залишатися актуальними лише на короткі проміжки часу.

Розроблення методу оцінювання конкурентоспроможності підприємства, що був би позбавлений указаних недоліків, обґрунтування теоретичних і методологічних підходів із метою подальшої розробки системи заходів щодо зміцнення конкурентних позицій підприємств є предметом подальших досліджень.

#### **Список використаних джерел:**

1. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємств (організацій) : навч. посіб. // за ред. І. Ю. Сіваченка – К. : ЦУЛ, 2003. – 186 с.
2. Азоев Г. Л. Конкуренция : анализ, стратегия и практика / Г. Л. Азоев. – М. : Центр экономики и маркетинга, 1996. – С. 5–11.
3. Каплина О. Оценка конкурентоспособности предприятия на основе процессного подхода / О. Каплина // Маркетинг. – 2005. – № 4(83). – С. 24–38.
4. Павлова В. А. Конкурентоспособность предприятия : оцінка та стратегія забезпечення : монографія / В. А. Павлова. – Д. : Вид-во ДУЕП, 2006. – 276 с.
5. Портер Майкл Э. Конкуренция : пер. с англ. / Э. Майкл Портер. – М. : Изд. дом “Вильямс”, 2005.
6. Методичні засади оцінювання конкурентоспроможності підприємств / В. Ю. Самуляк // Україна – ЄС – Європа : нові виклики та модернізація відносин : VII міжнар. наук.-практ. конф. – К. : Вид. Укр. акад. зовнішньої торгівлі, 2007
7. Лифиц И. М. Теория и практика оценки конкурентоспособности товаров и услуг / И. М. Лифиц. – М. : Юрайт-М, 2001. – 224 с.
8. Еськов О. Л. Стратегия конкурентной борьбы в переходной период / О. Л. Еськов // Економіка промисловості. – 2004. – № 2(24). – С. 151–153.