

Секція. Модернізація економіки та перспективи розвитку фінансової системи країни

**MODERN METHODS OF THE COMPETITIVENESS ASSESSMENT OF
THE WINE-BASED ENTERPRISE**

Babyii O.N.,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Тумченко К.С.
Applicant of educational degree «master»,
Odessa National Economic University.
Odessa, Ukraine

**СУЧАСНІ МЕТОДИ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ
ВИНОРОБНОГО ПІДПРИЄМСТВА**

Бабій О.М.,
к.е.н, доцент,
Тимченко К.С.,
здобувач освітнього ступеня «магістр»,
Одеський національний економічний університет.
м. Одеса, Україна

В умовах ринкового середовища підприємства постійно конкурують між собою за ринки збуту та ресурси. Конкурентоспроможність є найважливішим критерієм ефективності ведення виробничої діяльності підприємства, запорукою успіху в конкурентній боротьбі. В сучасних умовах підприємству стає все складніше підтримувати свої конкурентні позиції, тому є необхідність постійно оцінювати його конкурентоспроможність і вживати заходи щодо її підтримки і розвитку [1, с. 10]. Тому на сучасному етапі розвитку економічних відносин питання оцінки конкурентоспроможності стає особливо актуальним в умовах політичної і економічної кризи, загострення тиску на підприємства з боку держави, фінансових установ, споживачів, постачальників і, в найбільшій мірі, конкурентів.

Виноробна галузь України впродовж кількох десятиліть оцінюється економістами як перспективна і визначається значним потенціальним розвитком. Зважаючи на тенденції активного розвитку світового ринку виноробної продукції, посилення конкуренції з боку винних країн, питання

конкурентоспроможності та можливостей процвітання виноробного підприємства заслуговують на особливу увагу [2, с. 83].

Конкурентоспроможність підприємства виноробної промисловості – це здатність підприємства вчасно й ефективно коригувати параметри своєї господарської діяльності залежно від змін у зовнішньому середовищі для підтримання існуючих і створення нових конкурентних переваг з метою досягнення власних стратегічних цілей. Критерієм конкурентоспроможності підприємства є його міцна та стабільна позиція на виноробному ринку. Своєю чергою, позиція підприємницької структури на ринку залежить від її здатності вести конкурентну боротьбу, правильно обирати стратегію поведінки на ринку, враховуючі свої слабкі та сильні сторони. Але тут необхідно зазначити і певний зворотній зв'язок, тому що оцінка конкурентної позиції підприємницької структури дає можливість розробити заходи щодо підвищення конкурентоспроможності, можливість залучити кошти інвестора в сучасне та перспективне виробництво, здійснити вибір партнера для організації спільного випуску продукції тощо.

Враховуючи досить значну кількість різноманітних методів конкурентоспроможності виноробного підприємства, вважаємо доцільним систематизувати їх, виділивши три групи:

1. Методи, які характеризують ринкові позиції підприємства (продукції):

– формальні моделі дослідження окремого виду діяльності підприємства (модель конкурентної переваги М. Портера, модель продукт-ринок І. Ансоффа, модель накопиченого досвіду, модель життєвого циклу продукту, попиту, технологій);

– матричні (портфельні) методи (метод Бостонської консалтингової групи BCG, метод McKinsey, модель компанії Shell/DPM, модель Hofer/Schendel, метод ADL, метод PIMS).

2. Методи, які характеризують рівень менеджменту підприємства:

– метод комплексного стратегічного аналізу SWOT;

– метод комплексного стратегічного аналізу SPACE;

- метод LOST;
- метод експертного оцінювання;
- метод картування стратегічних груп.

3. Методи, які характеризують рівень фінансово-економічної діяльності підприємства:

- методи фінансово-економічного аналізу;
- методи прогнозування фінансового стану підприємства (екстраполяція, метод термінів оборотності, метод бюджетування, метод складання прогнозної звітності підприємства) [3, с. 78; 4, с. 26].

Таким чином, як показало дослідження, існує безліч методів оцінки конкурентоспроможності. Кожне підприємство самостійно вирішує, який метод застосовувати для оцінки своїх конкурентних позицій. Серед сучасних підприємств найпоширенішим є використання аналітичного методу, що ґрунтуються на теорії ефективної конкуренції. Даний метод є доволі не складним для розрахунку і наглядно демонструє рівень конкурентоспроможності підприємства в порівнянні з аналогами. В основі методу лежить оцінка показників чотирьох сфер діяльності підприємства: 1) виробнича діяльність (витрати виробництва, ефективність використання основних засобів, рентабельність, продуктивність праці); 2) фінансове становище (коефіцієнт платоспроможності, коефіцієнт абсолютної ліквідності, коефіцієнт оборотності оборотних засобів); 3) збут і просування продукції (коефіцієнт завантаження виробничої потужності, рентабельність продажів, коефіцієнт ефективності реклами); 4) конкурентоспроможність продукції (якість і ціна).

Таким чином, процес оцінки конкурентоспроможності за допомогою даного методу охоплює всі важливі сфери діяльності підприємства, він виключає дублювання окремих показників, дозволяє оперативно і об'єктивно отримати картину положення підприємства на ринку. Загалом для того, щоб мати чітку картину про ефективність діяльності підприємства, необхідно постійно здійснювати оцінку його конкурентоспроможності. Це дає змогу

зрозуміти яке місце займає підприємство на ринку, які воно має переваги й недоліки у порівнянні з конкурентами, а також є поштовхом до вибору напрямку стратегічного розвитку підприємства.

ЛІТЕРАТУРА

1. Брижань І.А. Порівняння методів оцінювання конкурентоспроможності підприємства / І.А. Брижань, В.Я. Чевганова // Технологический аудит и резервы производства – 2015. – № 4(5). – С. 10-15.

2. Некрасова Л.А. Аналіз та перспективи розвитку підприємств виноробної галузі в Україні / Л.А. Некрасова, К. І. Некрасова // Причорноморські економічні студії. – 2016. – Вип. 6. – С. 83-87.

3. Беляєва С.В. Методика визначення конкурентоспроможності підприємства (практичний аспект) / С. В. Беляєва, Т. Л. Зубко // Інноваційна економіка, 2013. – Т. 6. – С. 77–81.

4. Карпенко Л.М. Методичні підходи до оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємства / Л. М.Карпенко // Вісник соціально-економічних досліджень. – 2013. – Вип. 3(2). – С. 24-31.