

АНАЛІТИЧНІ МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ РІВНЕМ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Коляда А.Л.

м.Одеса, Одеський національний економічний університет

Діяльність підприємств в сучасних економічних умовах характеризується необхідністю результативного використання всіх наявних ресурсів, що робить можливим як утримання на ринку, так і досягнення прогресивного розвитку, збільшуючи обсяги виробництва і покращуючи показники його ефективності. Враховуючи вище зазначене, управління ефективністю діяльності є одним з основних елементів системи управління.

Оскільки управління ефективністю - це складна економічна категорія, яка відображає ступінь реалізації цілей організації за умови оптимального використання наявних ресурсів і можливостей, то надзвичайно актуальним постає питання вибору із великої кількості аналітичних методів саме тих, які будуть найбільш доцільними, результативними й водночас легкими у застосування на практиці.

Одним із ключових напрямів управління ефективністю функціонування підприємств є управління рівнем конкурентоспроможності. Його можна здійснити за допомогою різновидів стратегічного аналізу, тобто виявлення позитивних і негативних факторів, які можуть вплинути на формування та розвиток елементів потенціалу підприємства у конкурентному середовищі. Досягти дану мету дозволяють такі аналітичні методи, як:

- PEST (STEP)-аналіз;
- SWOT-аналіз;
- SPACE-аналіз;
- GAP-аналіз;
- PIMS-аналіз;
- Метод «Мак-Кінзі»;
- Аналіз п'яти сил Портера;
- SNW-аналіз;
- LOTS-аналіз;
- Матриця БКГ.

Кожен із вище зазначених аналітичних методів має як переваги, так й недоліки.

Зазначимо, що найоптимальнішими для практичного застосування аналітичними методами, які мають суттєві переваги та не дуже істотні недоліки являються (табл.1):

- SWOT-аналіз;
- SPACE-аналіз;
- SNW-аналіз.

Таблиця 1

Аналітичні методи управління рівнем конкурентоспроможності підприємства

Назва методу	Суть методу	Переваги	Недоліки
SWOT-аналіз	метод, який дозволяє виявити фактори внутрішнього і зовнішнього середовища підприємства та поділити їх на чотири категорії: сильні та слабкі сторони, можливості і загрози	метод, який можна застосовувати в різних сферах економіки; можна адаптувати до об'єкта дослідження будь-якого рівня; гнучкий метод з вільним вибором аналізованих елементів залежно від поставлених цілей	показує загальні фактори; для якісного SWOT-аналізу необхідно залучення великих масивів інформації з різних сфер
SPACE-аналіз	метод, призначений для аналізу позиції на ринку і вибору оптимальної стратегії для середніх і малих фірм	дає змогу здійснити оцінку сильних та слабких сторін діяльності невеликих підприємств за відповідними групами критеріїв	залучення експертів із числа внутрішніх чи зовнішніх консультантів
SNW-аналіз	аналіз сильних, нейтральних, слабких сторін підприємства	часто для перемоги в конкурентній боротьбі може виявитися достатнім стан, коли дана конкретна організація щодо всіх своїх конкурентів по всім ключовим позиціям знаходиться в стані N, і лише по одній в стані S	відсутність чітких та конкретних рекомендацій

Висновки. З метою результативного управління ефективністю діяльності в частині управління рівнем конкурентоспроможності, кожен суб'єкт господарювання повинен періодично здійснювати стратегічний аналіз. Саме такі методи як SWOT-аналіз, SPACE-аналіз та SNW-аналіз, дають змогу виявити фактори внутрішнього і зовнішнього середовища, проаналізувати сильні, нейтральні, слабкі сторони підприємства та вдало обрати найоптимальнішу стратегію. Адже, своєчасно проведений аналіз дозволить якнайкраще використати обмежені ресурси, повною мірою скористатися своїми перевагами та зменшити негативний вплив факторів внутрішнього й зовнішнього середовища.

Література

1. Бердникова Т.Б. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: [учеб. пособ.] / Татьяна Борисовна Бердникова. – М., Ось-89, 2013. – 215 с.
2. Скоробогатова В.В. Бизнес-диагностика стратегии трансформации управления на предприятиях в предкризисный экономический период / В.В. Скоробогатова // Економіка: проблеми теорії та практики: зб. наук. праць. – Дніпропетровськ, 2013. – Вип. 173. – Т. 1. – С. 172-181.
3. SWOT-аналіз як інструмент стратегічного менеджмента // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.od.ukrstat.gov.ua>.