

2. Конкурентоспроможність підприємств в умовах глобалізації економіки / І.А. Шаповал, Ю.В. Журавель, Л.В. Дмитрієва та ін. Київ: КНЕУ, 2015.
3. Стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємств / В.М. Кузнецов, В.В. Бондаренко, Н.І. Кузьменко та ін. Київ: КНЕУ, 2017.
4. Формування конкурентоспроможності підприємств в умовах ринкової економіки / В.Г. Бабич, О. М. Завада, В. І. Слюсаренко та ін. Київ: Видавництво Львівської політехніки, 2015.
5. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теорія та практика / В. М. Гринчук, Л.С. Мартич, О.В. Білоусова та ін. Київ: Центр учбової літератури, 2018.
6. Інновації та конкурентоспроможність підприємств / І.М. Іваненко, В.А. Колесник, О.І. Луніна та ін. Київ: КНЕУ, 2015.

**Щербаков Ю. М.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

## **МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНЮВАННЯ КОНКУРЕНТОЗДАТНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТА ЙОГО КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ**

Оцінювання конкурентоспроможності підприємства проводиться з використанням певного інструментарію, що включає в себе сукупність підходів та методів оцінки.

Дослідники-науковці, які довгий час займаються вивченням даної теми пропонують багато методик у оцінці конкурентоспроможності підприємства:

- матричні;
- структурно-функціональні;
- якості;
- теорії ефективної конкуренції та інші.

Такі провідні вчені, як В. Гончаров та О. Ларін існуючі методики оцінки згрупували наступним чином:

- матричні;
- за часткою ринку;
- засновані на «теорії фірми і галузі»;
- засновані на «теорії якості товару», зокрема на «теорії маркетингу» [1].

У сучасній науковій літературі представлена велика кількість методів оцінки з використанням різнобічних показників, критеріїв та механізмів впровадження результатів оцінки. Але визначити єдиний, універсальний метод

не можливо, адже їх використання зумовлено специфікою діяльності суб'єкта підприємництва, галузевими особливостями та безпосередньо цілями оцінювання.

За класичним підходом усю сукупність методів поділяють за такими класифікаційними ознаками [2]:

- за способом відображення кінцевих результатів;
- за можливістю розроблення управлінських рішень;
- за способом оцінки.

В свою чергу науковець С.В. Мілевський запропонував методи оцінки конкурентоспроможності підприємства формувати за наступними групами [3]:

- перша група визначення інтегрального показника конкурентоспроможності підприємства – з використанням виключно експертних оцінок;
- друга група – методи, які дають можливість визначити конкурентний статус підприємства;
- третя група – графічні методи;
- четверта група – методи, які засновані на синтезі інтегрального показника;
- п'ята група – оцінка конкурентоспроможності за одним показником виробничо-господарської діяльності підприємства;
- шоста група – методи, які базуються на визначенні вартості бізнесу.

Більш розгорнутий перелік методів оцінки конкурентоспроможності наводять такі науковці, як Шинкаренко В.Г. та Бондаренко А.С. [4]. Це методи, які базуються на:

- «аналізі порівняльних переваг»;
- «теорії рівноваги фірм та галузі»;
- «теорії ефективної конкуренції»;
- «якості товару»;
- «комплексні методи».

Отже, аналізуючи дослідження науковців, можемо дійти висновку, що оцінювання конкурентоспроможності підприємства – це послідовний процес, який починається з оцінювання ринку та конкурентного середовища, вже поступово переходячи до аналізу позиції підприємства серед конкурентів, закінчуючи оцінювання самого продукту.

**Список використаних джерел:**

1. Гончарова С.Ю. Стратегічне управління: навч. посіб. Харків: Видавництво ХДЕУ, 2004. 172 с.
2. Гаврилюк С.П. Конкурентоспроможність підприємств у сфері туристичного бізнесу: навч. посіб. Київ: Національний торговий економічний університет. 2006. 180 с.
3. Городня Т.А. Сучасні підходи до оцінювання конкурентоспроможності підприємства. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2016. Вип. 20(9). С. 26-29.
4. Шинкаренко В.Г. Управління конкурентоспроможністю підприємства. Харків. 2013. 147 с.