



Міністерство освіти і науки України
ДНУ «Інститут модернізації змісту освіти»
Хмельницька облспоживспілка
Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут
Львівський торговельно-економічний університет
Полтавський університет економіки і торгівлі
Вінницький кооперативний інститут

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ СЬОГОДЕННЯ У СФЕРІ ФІНАНСІВ, ОБЛІКУ ТА АУДИТУ

*Матеріали
VIII Всеукраїнської науково-практичної конференції*



**23 травня 2024 р.
м. Хмельницький**

Колесниченко О.М.,
здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти
Спеціальність 072 Фінанси, банківська справа та страхування
Соловійов І.О.,
д-р екон. наук, професор,
професор кафедри менеджменту та фінансів
ПЗВО «МКУ ім. Пилипа Орлика»

МЕТОДИ ДІАГНОСТИКИ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА

Діагностика конкурентних переваг підприємств є ключовим етапом у стратегічному управлінні, оскільки дозволяє визначити та використовувати сильні сторони компанії для досягнення конкурентних переваг на ринку. Існує кілька методів, які використовуються для діагностики конкурентних переваг підприємств. Розглянемо методи діагностики конкурентних переваг:

Аналіз SWOT є одним з основних і широко використовуваних інструментів у стратегічному управлінні. Цей аналіз дозволяє систематично оцінити сильні і слабкі сторони внутрішнього середовища підприємства, а також можливості та загрози зовнішнього середовища, з якими воно стикається. Він базується на аббревіатурі SWOT, яка включає чотири основні аспекти:

1. Сильні сторони (Strengths) - це переваги або позитивні аспекти внутрішнього середовища підприємства, які дозволяють йому вирішувати завдання ефективніше, ніж конкуренти. Це можуть бути унікальні ресурси, висока якість продукції чи послуг, сильний бренд, висококваліфікований персонал тощо.

2. Слабкі сторони (Weaknesses) - це недоліки або негативні аспекти внутрішнього середовища підприємства, які можуть обмежувати його успішність та конкурентоспроможність. Це можуть бути внутрішні проблеми управління, відсутність ключових ресурсів, неефективні процеси чи низька інноваційність.

3. Можливості (Opportunities) - це зовнішні фактори та тенденції, які

можуть створити нові можливості для підприємства та допомогти йому розвиватися. Це можуть бути зростання попиту на ринку, зміни в законодавстві, розвиток нових технологій, збільшення доступу до нових ринків тощо.

4. Загрози (Threats) - це зовнішні фактори та тенденції, які можуть становити потенційні загрози для успішності підприємства. Це можуть бути зростання конкуренції, зміни в ринкових умовах, політичні чи економічні кризи, зміни відносин з постачальниками чи зміни в законодавстві.

Проведення аналізу SWOT вимагає збору відомостей та даних про підприємство та його зовнішнє середовище, їхнього аналізу та систематизації. Результатом аналізу є матриця SWOT, де сильні і слабкі сторони внутрішнього середовища протиставляються можливостям і загрозам зовнішнього середовища. Ця матриця може використовуватися для формування стратегічних цілей та прийняття рішень щодо розвитку підприємства, наприклад, для визначення стратегічних переваг та загроз і розробки стратегій їхнього збалансування.

Одним із методів діагностики конкурентних переваг є Модель Майкла Портера, яка дозволяє діагностувати конкурентну ситуацію на ринку шляхом аналізу п'яти факторів: загроз нових учасників, загроз замінників, влади постачальників, влади покупців та інтенсивності конкуренції.

Аналіз VRIO допомагає визначити, чи є у підприємства ресурси, які є цінними, рідкісними, непідмінними та організованими (VRIO), і, отже, можуть бути джерелом конкурентних переваг.

Матриця BCG аналізує портфель продуктів або бізнес-одиниць підприємства, класифікуючи їх за часткою ринку та темпами зростання. Це дозволяє виділити ключові продукти або бізнес-одиниці, які можуть бути джерелом конкурентних переваг. Ці методи допомагають підприємствам здійснювати аналіз їхніх конкурентних переваг і визначати оптимальні стратегії для забезпечення успішності на ринку. Кожен з них має свої переваги та обмеження, і їхнє використання залежить від конкретних потреб та умов підприємства.