

## **ДОЦІЛЬНІСТЬ ЗАСТОСУВАННЯ МАТРИЧНИХ МЕТОДІВ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВАМИ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ**

Підприємства харчової промисловості України переживають не найкращі часи. Зниження купівельної спроможності населення, непрозорі умови ведення бізнесу, вплив державних регуляторів та зміна ринкової кон'юнктури негативно вплинули на конкурентоздатність виробників харчової продукції. Особливо відчували зміни представники середнього та малого бізнесу. Задля втримання конкурентних позицій та забезпечення прибутковості діяльності їм потрібно проводити якісну оцінку конкурентоспроможності, визначати фактори (індикатори), які формують її рівень, з метою використання наявних резервів.

Задля цього у світовій практиці широкого застосування знайшли матричні методи оцінки конкурентоспроможності підприємств.

Матричні методи передбачають використання матриці – таблиці впорядкованих за рядками та стовпцями елементів. Основою методики є аналіз двовимірних матриць, що побудовані за принципом системи координат, а суть методу полягає у маркетинговому оцінюванні діяльності підприємств. За наявності релевантної інформації про обсяги реалізації продукції тощо можна отримати достовірну оцінку конкурентоспроможності організації [1, с. 113].

З допомогою матричних методів можна здійснювати порівняння факторів для виявлення домінування одного над іншим, враховуючи показники вагомості розраховувати інтегральні показники, які можуть лягти в основу стратегічного аналізу.

Варто також відзначити, що матричні методи являються універсальними, оскільки дають наочну картину впливу факторів на конкурентоспроможність

підприємств. Цей вплив можна зобразити й графічно – за допомогою діаграм. Таким чином, конкурентоспроможність підприємства порівнюється з основними конкурентами. Діаграма дає можливість побачити, за якими факторами підприємство виграє у своїх основних конкурентів, тобто є більш конкурентоздатним, а за якими – програє.

Натомість, в основу даної групи методів, в основному, покладено експертне опитування. Тому під час проведення досліджень потрібно уникати упередженості. Варто також охоплювати широке коло респондентів для уникнення похибок.

Одним із сучасних методів, який входить до матричних, є індикативний метод оцінки конкурентоспроможності. Він вимагає застосування комплексного методу її оцінки, заснованого на розрахунку інтегрального показника. Максимально об'єктивна оцінка конкурентоспроможності з позицій індикативного підходу вимагає формування адекватного переліку факторів впливу на індикатор.

Значний внесок у розвиток даного напряму досліджень зробив американський вчений Т. Сааті, який сформував математичний інструмент системного підходу до складних проблем прийняття рішень. Згідно методу “аналізу ієрархій”, розробленим цим науковцем, інформація, отримана для подальшого дослідження, має оброблятися методами матричної алгебри [2, с. 57].

Перевагами даного методу є те, що: розраховується похибка відхилення від узгодженості, тобто результати є варійованими; для дослідження можна вибирати різні сфери діяльності підприємства. Недоліком методу є можливість помилки при здійсненні розрахунків або необ'єктивна експертна оцінка.

Застосування методу “аналізу ієрархій” дає можливість отримати варійовані результати, на основі яких можна визначити не лише конкурентні переваги та недоліки кожного суб'єкта господарювання, але й ранги представників ринку на основі виявлення пріоритетності факторів конкурентоспроможності підприємства.

З метою оцінки конкурентоспроможності підприємства харчової промисловості можуть також використовувати методи стратегічного аналізу, зокрема, формувати матриці BCG, GE/McKinsey. На відміну, від попередніх методів, вони не дають можливості оцінювати фактори, що визначають рівень конкурентоспроможності, але чітко вказують на недоліки у конкурентній політиці суб'єктів господарювання.

Таким чином, матричні методи оцінки конкурентоспроможності є найбільш перспективними для підприємств харчової промисловості. Вони дадуть можливість суб'єктам бізнесу визначити існуючі внутрішні резерви, забезпечать стійкі конкурентні позиції та стратегічний розвиток.

### **Список використаної літератури**

1. Кваско А.В. Аналіз методів оцінки конкурентоспроможності підприємства. *Наукові записки*. 2017. № 1 (54). С. 111-118. URL: <http://nz.uad.lviv.ua/static/media/1-54/14.pdf> (дата звернення: 02.04.2019).

2. Саати Т. Принятие решений. Метод анализа иерархий: Пер с англ. Р. Г. Вачнадзе. Москва: Радио и связь, 1993. 320 с.