

ДОСЛІДЖЕННЯ СУЧАСНИХ МЕТОДІВ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

У сучасних умовах на ринку, важливість конкурентоспроможності підприємства стала однією з головних складових економічної системи. Процес оцінки конкурентоспроможності підприємства має велике значення, оскільки він допомагає виявити сильні та слабкі сторони підприємства, потенційні можливості і загрози. Ця оцінка є важливим кроком у розробці стратегії та плануванні діяльності підприємства на основі конкурентних переваг.

Для забезпечення конкурентоспроможності підприємства необхідно мати систему оцінки, яка б враховувала інтереси інвесторів, споживачів, і саме підприємство, а також держави. Ця система є важливою складовою організаційно-економічного механізму, що забезпечує конкурентоспроможність підприємства [1]. Серед зарубіжних і вітчизняних учених вагомий внесок у розвиток теорії конкурентоспроможності та методології її оцінювання зробили Астахова В.І., Долишній М.І., Піддубна А.І., Портер М., Россіхіна О.Є., Савчук О.В., Сміт А., Дикань В. Л., Яцковий Д.В., Левицька А.О., Рибницький Д. О., Фещур Р. В., Яцковий Д. В., Альхасан А., Янковий О. Г., Самуляк В. Ю. та інші.

Незважаючи на вагомий внесок цих вчених, існують окремі аспекти принципів та ознак конкурентоспроможності підприємств, які вимагають подальших досліджень для більш глибокого розуміння та аналізу їх сутності.

Питання оцінки конкурентоспроможності суб'єктів господарювання є однією з найбільш актуальних проблем, пов'язаних з їхнім виживанням і розвитком на сучасному ринку. Дослідження вимагає знаходження оптимальної стратегії управління витратами, яка сприятиме загальному розвитку підприємства та підвищенню його конкурентоспроможності. Цей аспект визначає рівень ефективності функціонування та економічного розвитку організації. Одним із ключових інструментів, які використовують провідні компанії по всьому світу для удосконалення своєї діяльності, є підвищення платоспроможності підприємства, оптимізація витрат та розширення асортименту продукції. Протистояння ринковим викликам та конкурентній боротьбі вимагає ретельного вибору методів оцінки конкурентоспроможності підприємства, глибокого аналізу внутрішнього та зовнішнього середовища, покращення системи управління та системи оцінки конкурентоспроможності.

На сьогоднішній день не існує однозначних підходів до методології дослідження конкурентоспроможності підприємства та складу показників, які використовуються в межах відповідних методів для її оцінювання. Тому актуальним є подальше дослідження методологічних підходів до оцінювання конкурентоспроможності підприємства, оскільки це є важливою частиною його розвитку.

Мета цієї статті полягає у проведенні аналізу існуючих методів оцінки конкурентоспроможності підприємства та визначенні ключових показників, дотримання яких сприятиме якісному проведенню такої оцінки і отриманню надійних результатів.

Оцінка конкурентоспроможності підприємства є складним завданням, яке включає інтерпретацію та оцінку широкого спектру показників, що відображають

різні аспекти діяльності підприємства і формують його конкурентоспроможність [2]. Оцінка рівня конкурентоспроможності підприємства має наступні цілі:

- сформулювати управлінські завдання: визначення підходів до виробництва, технології, маркетингу, трудових ресурсів, фінансування, інформаційного та організаційного забезпечення;
- прийняти управлінське рішення про зменшення витрат, фокусування на конкретному сегменті ринку, укладання контрактів;
- розробити заходи розвитку конкурентних переваг: впровадження інновацій, наступальні заходи для закріплення довгострокових переваг, захисні заходи для запобігання конкуренції, розробка програми для виходу на нові ринки, залучення інвестицій;
- адаптувати підприємство до ринкових умов господарювання, що призводить до перемоги в конкурентній боротьбі за клієнтів та ринки збуту.

Дослідження конкурентоспроможності підприємства в умовах економічної ситуації, яка склалась в Україні, дозволяє розглядати її як комплексну характеристику потенційних можливостей для забезпечення конкурентних переваг у майбутньому. Джерелами конкурентних переваг є організаційно-технологічна та соціально-економічна база підприємства, а також здатність аналізувати та своєчасно приймати заходи щодо зміцнення цих переваг. Низький рівень конкурентоспроможності продукції може виникнути через наступні фактори [1]:

- фізичний та моральний знос основних засобів і технологій;
- низькі темпи науково-технічного прогресу;
- відсутність матеріальних стимулів та мотивації для підвищення якості продукції та розширення її асортименту;
- впровадження міжнародних стандартів, які не відповідають багатьом підприємствам;
- недооцінка значення виробників екологічно чистої продукції харчування.

Для того щоб конкурувати на сучасному ринку, необхідно постійно вдосконалюватися. Головні напрями підвищення конкурентоспроможності продукції включають [2]:

- використання досягнень науки та техніки в процесі проектування;
- забезпечення необхідної оснащеності виробництва;
- удосконалення стандартів та технічних умов, сертифікація продукції;
- впровадження сучасних форм та методів організації та управління виробництвом;
- удосконалення методів контролю та самоконтролю на всіх стадіях виготовлення продукції;
- розширення прямих господарських зв'язків між виробниками та споживачами;
- використання провідного вітчизняного та зарубіжного досвіду щодо підвищення якості та конкурентоспроможності продукції;
- застосування системи прогнозування та планування необхідного рівня якості виробів;
- встановлення прийнятих цін на продукцію для виробників та споживачів;
- використання належної мотивації праці всіх категорій персоналу.

Оцінка конкурентоспроможності підприємства є важливим етапом у процесі управління ним. Вона дозволяє визначити рівень конкурентоспроможності підприємства в певний момент часу, а також проаналізувати його позицію в порівнянні з конкурентами. Це допомагає виявити «вузькі» місця та можливості для підвищення конкурентоспроможності підприємства. Конкурентоспроможність підприємства є комплексним показником його конкурентних можливостей і здатності адаптуватися до змін в мінливому зовнішньому середовищі. Оцінка конкурентоспроможності включає в себе аналіз різних аспектів діяльності підприємства, від технічних аспектів до організаційних та соціально-економічних. За допомогою оцінки конкурентоспроможності підприємства можна вирішити ряд важливих завдань, включаючи визначення її поточного рівня, аналіз змін у цьому

рівні протягом певного періоду, та виявлення можливостей для підвищення конкурентоспроможності. Однак, слід відзначити, що не існує єдиного підходу до методології дослідження конкурентоспроможності підприємства та складу показників для оцінювання. Методики оцінки конкурентоспроможності можуть різнитися в залежності від конкретних цілей та особливостей підприємства.

Таблиця 1 – Класифікація методів оцінювання конкурентоспроможності підприємства

Ознака класифікації	Група методів	Методи
1	2	3
За способом оцінювання	Кількісні	Диференційований метод, інтегральний метод, метод різниць, метод балів
	Якісні	SWOT-аналіз, метод експертних оцінок, евристичні методи
За формою представлення результатів	Матричні	Матриця БКГ, матриця Мак Кінсі, матриця Shell/DPM, метод PIMS, матриця Ансоффа
	Індексні (аналітичні)	Інтегральні методи, метод конкурентних переваг, теорія ефективної конкуренції, конкурентоспроможність продукції
	Графічні	Радіальна діаграма, багатокутник конкурентоспроможності, метод профілів
За показниками і змінними, що використовують під час аналізу	Методи, що характеризують ринкові позиції	Модель БКГ, метод Мак Кінсі, модель Shell/DPM, метод PIMS, модель Портера
	Методи, що характеризують рівень менеджменту	Метод LOTS, метод експертної оцінки, ситуаційний аналіз, карти стратегічних груп, бенчмаркінг
	Методи, що характеризують фінансово-економічну діяльність	Методи фінансово-економічного аналізу, методи прогнозування фінансового стану
За ступенем охоплення аспектів функціонування підприємства	Спеціальні	Конкурентоспроможність продукції, матричні методи
	Комплексні	Індексні, інтегральні методи, метод балів
За рівнем ухвалення рішення	Стратегічні	Модель БКГ, метод Мак Кінсі, модель Shell/DPM тощо
	Тактичні	Інтегральні методи, аналіз конкурентних переваг, теорія ефективної конкуренції, конкурентоспроможність продукції, самооцінка

Джерело: [3, 4]

Якісні методи оцінки характеризуються низьким ступенем математичних розрахунків і часто вимагають експертних оцінок, що може призвести до суб'єктивності та обмеженої точності результатів. Ці методи найчастіше використовуються для оцінки якісних аспектів конкурентоспроможності, таких як репутація підприємства, інноваційність, якість обслуговування тощо. Вони допомагають отримати загальні уявлення про конкурентоспроможність, але не завжди надають можливість точно порівняти індикатори між різними підприємствами.

Кількісні методи оцінки, навпаки, ґрунтуються на математичних розрахунках і дозволяють проводити об'єктивне порівняння між підприємствами. Ці методи використовують різноманітні показники, які можуть бути виміряні або кількісно оцінені. Вони дозволяють здійснювати більш точну та об'єктивну оцінку конкурентоспроможності та приймати зважені рішення щодо стратегії підприємства [3].

Матричні методи оцінки використовуються для порівняння підприємства з конкурентами та для аналізу асортименту продукції. Вони базуються на створенні матриць, де елементи відображають важливі показники. Ці методи дозволяють визначити місце підприємства на ринку та його переваги або недоліки в порівнянні з іншими гравцями. Графічні методи оцінки конкурентоспроможності підприємства базуються на створенні «багатокутника конкурентоспроможності» або «радіальної діаграми конкурентоспроможності». Їх перевагою є простота та наочність. У таких методах усі фактори конкурентоспроможності мають рівносильний вплив один на одного, що гарантує достовірність інтегрального показника лише в таких умовах.

Проте загальним недоліком матричних і графічних методів є їхня нездатність забезпечити системний погляд на конкурентоспроможність і врахувати різний ваговий вплив різних факторів.

Індексні методи виявляються більш комплексними при оцінці конкурентоспроможності підприємств і передбачають декілька етапів. Для порівняння можуть використовуватися галузеві показники, показники лідера ринку або минулі показники оцінюваного підприємства.

Аналітичні або розрахункові методи ґрунтуються на розрахунках та аналізі вхідних даних, що можуть включати як прості арифметичні операції, так і складні обчислення в залежності від методології аналізу. Найбільш обґрунтованими методами оцінки конкурентоспроможності є комплексні методи, які орієнтовані на аналіз широкого спектру ключових параметрів функціонування підприємства. Перевагою цих методів є можливість отримання надійної та точної інформації про конкурентоспроможність підприємства, враховуючи різні переваги та «слабкі» сторони підприємства за найширшим спектром параметрів [3-5]. Завдяки спеціальним методам оцінки, можна провести аналіз конкурентоспроможності підприємства з різних аспектів, таких як виробничий, маркетинговий, фінансовий.

Ці методи дозволяють отримати докладну інформацію про конкурентоспроможність підприємства, враховуючи широкий спектр порівняльних переваг, параметри як внутрішнього, так і зовнішнього середовища. Стратегічні методи, в основному, оцінюють конкурентну позицію підприємства на ринку, тоді як тактичні методи пов'язані з аналізом окремих аспектів діяльності підприємства. Рішення, прийняті на основі результатів тактичних методів, часто стосуються короткострокових періодів. Ця систематизація методів показує, що один і той самий метод може належати до різних груп залежно від характеру систематизації. Наприклад, Бостонська консалтингова група (БКГ) використовує матричний метод для відображення результатів, але водночас, за змістом аналізу, вона оцінює позиції суб'єкта господарювання на ринку. Тому її можна віднести до обох груп - матричних і стратегічних методів. Це свідчить про те, що на практиці методи часто взаємопов'язані і можуть використовуватися в різних підходах. Зокрема, науковці виділяють від 5 до 9 основних груп методик для оцінки

конкурентоспроможності підприємства. Ряд авторів пропонують виокремлювати наступні групи методів [5], а саме методи:

- засновані на аналізі порівняльних переваг;
- що базуються на теорії рівноваги фірми і галузі;
- побудовані на основі теорії ефективної конкуренції;
- засновані на теорії якості товару;
- побудовані на основі матриць;
- інтегральні;
- засновані на теорії мультиплікатора;
- засновані на визначенні позиції в конкуренції з точки зору стратегічного потенціалу підприємства;
- засновані на порівнянні з еталоном.

Головними методами оцінки конкурентоспроможності підприємства є методи, які базуються на аналізі життєвого циклу товару, визначенні частки ринку, застосуванні теорії ефективної конкуренції, оцінці конкурентної переваги, і аналізі конкурентоспроможності продукції та інші методи. Переваги та недоліки цих дев'яти груп методів можна знайти в таблиці 2.

Таблиця 2 – Методичні підходи до оцінювання конкурентоспроможності підприємства

Метод	Переваги	Недоліки
1	2	3
1. Методи, засновані на аналізі порівняльних переваг	Найбільш поширений і простий у розрахунках	Статичність отриманих оцінок, неможливість адекватно оцінити конкурентні позиції підприємства, майже не відображає взаємодію виробника продукції ринком
2. Методи, що базуються на теорії рівноваги підприємства і галузі	Якісне оцінювання на рівні галузей різних країн	Великою мірою об'єктивно відображає лише зовнішні умови роботи, майже не характеризує здатність до адаптації
3. Методи побудовані на основі теорії ефективної конкуренції	Глибокий аналіз внутрішнього стану, можливість порівняння із середньогалузевими показниками	Складне узагальнення результатів аналізу (отримання інтегральної оцінки) та великий обсяг розрахунків, не дозволяє оцінити динаміку факторів, що впливають на рівень конкурентоспроможності

Продовження таблиці 2

1	2	3
4. Методи, основані на теорії якості товару	Аналіз якості виготовленої продукції та значна увага до споживачів	Не враховується ефективність виробничо-збутової діяльності підприємства; використовується для виробників одного виду продукції; відбувається ідентифікація конкурентоспроможності продукції та підприємства
5. Матричні методи	Можливість дослідження розвитку конкуренції у динаміці	Концентрація уваги лише на одній стратегії; обмеженість кількості характеристик, що використовуються для оцінювання конкурентоспроможності
6. Інтегральний метод	Дозволяє отримати однозначні оцінки конкурентних позицій виробника; є досить простим і наочним	Не дає можливості для глибокого аналізу і виявлення резервів підвищення рівня конкурентоспроможності; не враховує галузеві особливості; обмеженість використання для підприємств зі значною номенклатурою товарів
7. Методи, основані на теорії мультиплікаторів	Можливість оцінити велику кількість показників підприємства	Громіздкий метод; результати є об'єктивними для нетривалого проміжку часу
8. Методи визначення позиції в конкуренції з погляду стратегічного потенціалу підприємств	Аналіз окремих елементів потенціалу	Складність інформаційного забезпечення розрахунків, трудомісткий алгоритм, оцінка лише внутрішніх чинників без дослідження впливу зовнішнього середовища
9. Методи, основані на порівнянні з еталоном	Наочний і комплексний при порівнянні	До складу досліджуваних факторів не включають показники, що характеризують силу і напрям впливу зовнішнього середовища

Джерело: [3, 5]

Аналітичні методи вивчення рівня конкурентоспроможності організації, які можна охарактеризувати як кількісні, комплексні і тактичні, представляють значний інтерес для суб'єктів господарювання. Загальний перегляд цих методів показує, що вони часто включають типовий перелік показників, які оцінюють різні аспекти діяльності підприємства. Проведений аналіз підкреслює, що оцінка конкурентоспроможності підприємства є складною завданням з багатьма факторами. Вона вимагає ідентифікації найбільш вагомих числових показників, що відображають різні аспекти конкурентоспроможності, та їх інтеграції для отримання комплексної оцінки. Аналіз підкреслює важливість комплексного та

системного підходу до оцінки конкурентоспроможності підприємства. Призначенням методів оцінки конкурентоспроможності є надання підприємствам інструментів для визначення їхнього стану, виявлення слабких та сильних сторін, а також формування стратегії підвищення конкурентоспроможності. Для покращення оцінки конкурентоспроможності підприємства, враховуючи індивідуальні особливості, важливо враховувати наступні аспекти:

- використання наявних та доступних вихідних даних;
- порівняння з минулими періодами;
- можливість прогнозування.

Зважаючи на ці аспекти, розробка і використання індивідуальної системи оцінки конкурентоспроможності, яка відповідає унікальним потребам та особливостям підприємства, може бути важливим кроком у забезпеченні його успіху на ринку.

Перелік джерел посилання

1. Левицька А. О. Методи оцінки конкурентоспроможності підприємства: вітчизняні та закордонні підходи до класифікації. Механізм регулювання економіки. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2013. № 4. С.155-163.
2. Янковий О. Г. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення: монографія. Одеса: Атлант, 2013. 470 с.
3. Богацька Н. М. Особливості оцінки конкурентоспроможності підприємства. Електронне наукове фахове видання «*Ефективна економіка*». 2020. № 4. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7789>.
4. Швед Т. В., Біла І. С. Оцінка конкурентоспроможності підприємства. Журнал «*Економіка і суспільство*». 2017. Випуск № 8. С. 405-410.
5. Ткаченко А. М., Колесник Е. О. Методи оцінки конкурентоспроможності підприємства. Науковий вісник «*Економіка й управління підприємством*». 2019. № 4. С. 14-21.