

Адаменко І.М.

*здобувач спеціальності «Фінанси, банківська справа та страхування»,
Полтавський державний аграрний університет,
м. Полтава, Україна*

Єгорова О.В.

*к. е. н., доцент, доцент кафедри економічної теорії та економічних досліджень,
Полтавський державний аграрний університет
м. Полтава, Україна*

МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

В сучасних ринкових умовах, коли планова економіка залишилася в минулому, кожне підприємство прагне забезпечити свою конкурентоспроможність. Від правильної її оцінки залежить ефективність функціонування суб'єкта господарювання як на внутрішньому (національному) так і на зовнішніх ринках. Саме оцінка конкурентоздатності, визначення її рівня є початковим етапом планування діяльності будь-якого суб'єкта економічної діяльності. Під час аналізу виявляються слабкі та сильні сторони підприємства, порівнюючи з іншими суб'єктами господарювання у певній галузі, потенційні загрози та можливості вдосконалення усіх видів його діяльності. Зокрема, аналіз конкурентоспроможності дає змогу оцінити фінансову компетенцію підприємства з використання фінансових ресурсів, проведення зваженого маркетингу та менеджменту. Отже, можна сказати, що конкурентоздатність є ключовою складовою успішної та ефективної діяльності підприємства.

Оцінювання конкурентоспроможності передбачає розрахунок комплексу фінансових та економічних показників, які характеризують підприємство з різних боків, включають різні аспекти його діяльності та кожен із видів доходу

На жаль, у сучасній світовій літературі немає загального розуміння сутності конкурентоспроможності та не існує єдиної методики її оцінки. Першочергові й основні проблеми конкурентоздатності підприємства опрацьовані у працях таких закордонних дослідників: Ж. Ламбена, М. Портера, Ф. Котлера, Р. Фатхудинова та ін. Різноманітні аспекти та шляхи забезпечення конкурентоспроможності об'єктів висвітлені у працях таких вітчизняних авторів, як В. Д. Базилевич, Я. Б. Базилук, І. М. Дашко [1], А. В. Кваско [2], А. М. Ткаченко, Е.О. Колесник [3], М. Г. Саєнко та інших. Учені визначають фундаментальні питання діяльності підприємства в умовах ринкової конкуренції, класифікації чинників конкурентоздатності, оцінки й можливості підвищення конкурентоспроможності суб'єкта господарювання та його продукції.

Під час оцінки конкурентоздатності підприємства визначається рівень конкурентоспроможності за період, який досліджується, знаходяться «вузькі» місця та потенційні шляхи розвитку конкретності суб'єкта господарювання на ринку. Ознайомившись із науковими дослідженнями з цього питання можна класифікувати методи оцінки та діагностики конкурентоздатності підприємства (табл. 1).

За результатами оцінювання методи поділяють на ті, що дають числову характеристику та ті, що визначають способи підходу до вивчення конкурентоспроможності.

Кількісні методи оцінки конкурентоздатності являють собою обчислення певних умовних величин (коефіцієнтів, індексів), що визначають рівень конкурентоспроможності конкретно за певними галузями. За допомогою таких методів оцінюються наявні можливості підприємства в конкурентному змаганні за стратегічні зони господарювання та затвердити зважене управлінське рішення. Якісні методи зазвичай базуються на експертній оцінці. Вони доволі гнучкі та надають можливість оцінювати реальні факти, а не умовні показники. Так, методика SWOT і TOWS-аналізу дозволяє побудувати стратегічний баланс негативних і

позитивних факторів, що впливають на підприємство як ззовні, так і з середини, та виконати завдання, які стоять перед аналізом зовнішнього середовища.

Таблиця 1. Класифікація методів оцінки конкурентоспроможності підприємства

Ознака класифікації	Група методів	Методи
За способом оцінювання	Кількісні	Метод балів, диференційований метод, метод різниць, інтегральний метод
	Якісні	Евристичні методи, SWOT і TOWS-аналіз, метод експертних оцінок
За формою представлення результатів	Матричні	Матриця Мак Кінсі, матриця БКГ, матриця Ансоффа, матриця Shell/DPM, матриця PIMS
	Індексні (аналітичні)	Метод конкурентних переваг, конкурентоспроможність продукції, інтегральні методи, теорія ефективної конкуренції
	Графічні	Метод профілів, багатокутник конкурентоспроможності, радіальна діаграма
За показниками та змінними, що характеризують під час аналізу	Методи аналізу ринкових позицій	Модель БКГ, модель Shell/DPM, метод PIMS, модель Портера, метод Мак Кінсі
	Методи аналізу рівня менеджменту	Метод LOTS, бенчмаркінг, метод експертної оцінки, ситуаційний аналіз, карти стратегічних груп
	Методи оцінки загального управління якістю	ABC, CSF, QFD, TCA, TBC, TBC, BSC, ROI, TTM
	Методи фінансово-економічного аналізу	Розрахунок відносних показників-коефіцієнтів, прийоми елімінування
За ступенем охоплення аспектів функціонування підприємства	Спеціальні	Методи оцінки конкурентоспроможності продукції, матричні методи, функціонально-вартісний аналіз
	Комплексні	Метод балів, індексні, інтегральні методи
За рівнем ухвалення рішення	Стратегічні	Модель БКГ, модель Shell/DPM, метод PIMS, метод Мак Кінсі тощо
	Тактичні	Інтегральні методи, аналіз конкурентних переваг, самооцінка, конкурентоспроможності продукції

Джерело: [2; 3]

Матричні методи оцінюють конкурентоспроможність підприємства завдяки матрицям – згрупованим у таблиці показникам. Вони прості у використанні, але мають обмежену кількість показників і не показують причини тих чи інших явищ.

Індексні методи – дають змогу розраховувати індекси (коефіцієнти) за найголовнішими показниками та аспектами діяльності суб'єкта господарювання. Залежно від використання індексних методів, можна робити як прості, так і складні математичні розрахунки.

Графічні методи застосовують побудову діаграм або «багатокутника конкурентоспроможності» і є дуже простими та наочними. Проте цей метод не бере до уваги,

що чинники конкурентоздатності має різні ступені впливу та не дає можливість визначити ступінь загальної конкурентоспроможності, а внаслідок використання великої кількості показників може проявлятися його необ'єктивність.

Серед методів, що дозволяють не лише оцінити рівень конкурентоспроможності, але й підвищити її, перспективним є бенчмаркінг. Під останнім розуміють безупинний систематичний пошук, вивчення кращої підприємницької практики як у власній, так і в інших сферах підприємницької діяльності з метою отримання інформації, корисної для удосконалення власного бізнесу, та на її основі створення і підтримка системи безупинних покращень результативності бізнесу.

Задля оцінки загального управління якістю використовують сукупність методів, зокрема: ABC (Activity Based Costing), CSF (Critical Success Factors), QFD (Quality Function Deployment), TCA (Transaction Cost Analysis), TBC (Time based Competition), BSC (Balanced Scorecard), ROI (Return on investment), TTM (Time-to-market).

Використовуючи групи спеціальних методів з'являється можливість здійснювати оцінку конкурентоздатності підприємства за певними галузями діяльності суб'єкта господарювання – виробничими, маркетинговими, фінансовими тощо.

Комплексні методи враховують велику кількість різних показників, даючи в кінці декілька основних. Використовуючи комплексні методи є можливість отримувати високоточну інформацію про конкурентоздатність підприємства завдяки доволі широкому спектру порівняльних показників, які беруть до уваги параметри як внутрішнього, так і зовнішнього середовища.

Стратегічні методи зазвичай визначають конкурентне положення суб'єкта господарювання на ринку в певний момент часу.

Тактичні методи – здебільшого короткострокові, вони оцінюють конкретні плани роботи підприємства.

Вище зазначена систематизація методів демонструє, що залежно від виду систематизації, один і той самий метод входить до різних груп за певними ознаками. На практиці ж методи взаємопов'язані та використовують декілька підходів водночас.

Проаналізувавши наявні методи визначення та оцінки конкурентоспроможності підприємства можна сказати, що більшість з них використовує один або декілька показників виробничо-господарської діяльності суб'єкта господарювання або використовують експертну оцінку, яка не завжди є об'єктивною.

Ці методи поодиночі не в змозі задовольнити потреби сучасних українських підприємств, оскільки питання вибору універсального об'єктивного та точного показника залишається не вирішеним. Вибір методи для кожного підприємства є індивідуальним та залежить від виду діяльності, величини суб'єкта господарювання, потреб, та великої кількості інших показників.

Список літератури

1. Дашко І. М. Дослідження основних методів оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємств. *Економіка та держава*. 2020. № 5. С. 108-110. DOI: 10.32702/2306-6806.2020.5.108.
2. 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>.
3. Ткаченко А. М., Колесник Е. О. Методи оцінки конкурентоспроможності підприємства. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі*. 2019. № 4 (95). С. 14-21. DOI: <http://doi.org/10.37734/2409-6873-2019-4-2>. URL: http://eir.zp.edu.ua/bitstream/123456789/5923/1/Tkachenko_Competitiveness.pdf.