

## МЕТОДИ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Вінницький національний технічний університет

### Анотація

*У статті розглянуто основні методи оцінки конкурентоспроможності підприємства та виявлено їх переваги і недоліки.*

**Ключові слова:** конкуренція, конкурентоспроможність, оцінка конкурентоспроможності, методи оцінювання конкурентоспроможності підприємства, інтегральна оцінка.

### Abstract

*The article discusses the main methods for assessing the competitiveness of an enterprise, as well as their advantages and disadvantages.*

**Keywords:** competition, competitiveness, assessment of competitiveness, methods of assessing the competitiveness of enterprise, integral assessment.

### Вступ

Надзвичайне посилення останнім часом конкурентної боротьби та нестабільності економічного становища спонукає суб'єктів господарювання шукати нові підходи до формування конкурентної стратегії їхнього розвитку. Адже здатність виживання суб'єктів господарювання в умовах ринкової економіки залежить передусім від їх конкурентоспроможності. Найголовнішими факторами, які визначають конкурентоспроможність підприємств на ринку є ефективність їх функціонування, яка передбачає, зокрема, здатність відповідати високим вимогам ринку та якісне задоволення споживчого попиту.

За умов гострої конкуренції, розвинутих методів конкурентної боротьби, динаміки споживчих уподобань великої актуальності набуває дослідження методологічних підходів до оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства як головної складової його розвитку. Значну увагу дослідженню методичних аспектів оцінки конкурентоспроможності загалом та конкурентоспроможності підприємств, зокрема, приділено у наукових працях зарубіжних та вітчизняних учених, зокрема: М. Портера, В. А. Гросула, С. М. Клименка, Т. В. Омельяненка, Т. В. Шведа, В. М. Кобелева та ін.

Метою роботи є аналіз основних методів оцінки конкурентоспроможності підприємства, а також визначення їх переваг та недоліків.

### Виклад основних результатів дослідження

Конкуренція є центральним поняттям, яка виражає сутність ринкових відносин та є найголовнішою ланкою всієї системи ринкового господарства. Термін «конкуренція» (з лат. concurrentia) означає суперництво, боротьбу між відокремленими виробниками продукції, робіт, послуг для задоволення своїх інтересів, які пов'язані з продажем цієї продукції, виконаних робіт, наданих послуг одним і тим самим споживачам [1].

Спроможність до конкуренції є конкурентоспроможністю. Дане поняття введено М. Портером в праці «Стратегія конкуренції», в якій він розглядає цю категорію як сукупність певних конкурентних переваг об'єкта серед аналогічних на ринку [2].

Вихідним моментом управління конкурентоспроможністю суб'єкта господарювання є оцінка її рівня. Будь-яке підприємство має знати, в якій мірі воно є конкурентоспроможним відносно інших суб'єктів господарювання, тому що високий ступінь його конкурентоспроможності є гарантом отримання високих економічних показників, а також забезпечує йому виживання в умовах конкурентної боротьби.

Сьогодні оцінку конкурентоспроможності можна здійснити за низкою методів, що пояснюється неоднозначністю наявних методичних підходів у дослідженні конкурентоспроможності суб'єкта

господарювання. Систематизація методів оцінювання конкурентоспроможності підприємства полягає у їхньому поділі на певні групи за різними ознаками. Найбільш поширеною такою ознакою виступає форма представлення отриманих результатів оцінювання, згідно якої виокремлюють такі методи, як: матричні, графічні, аналітичні, а також комбіновані [3].

Матричні методи оцінки конкурентоспроможності підприємства ґрунтуються на застосуванні матриці, тобто таблиці впорядкованих по стовпцях і рядках елементів [4]. Цей метод дає змогу провести аналіз окремих аспектів діяльності підприємства, його ринкової позиції, середовища функціонування, а також виявити головні напрями його подальшого розвитку. Найвідомішими прикладами, які належать до цього методу є: матриця «Бостонської консалтингової групи» (БКГ); матриця МакКінсі; матриця конкурентних стратегій М. Портера. Перевагами матричного методу є те, що за його допомогою можна визначити розвиток конкуренції у динаміці, а також, завдяки існуючій достовірній та чіткій інформації про обсяги реалізації, матричний метод забезпечує високу репрезентативність оцінки. А недолік цього методу полягає в тому, що він в основному описовим, та не враховує чіткі числові, зокрема фінансові показники діяльності підприємства.

Графічні методи оцінки конкурентоспроможності підприємства забезпечують найбільший рівень сприйняття кінцевих результатів оцінки, які відображаються у графічних об'єктах, тобто у вигляді графіків, діаграм, рисунків, щодо наведення належних розрахунків та логічних висновків [4]. До цієї групи методів належать: розрахункові графіки; графіки порівнянь; ілюстративні графіки; діаграми; картограми тощо. Перевагою цього методу є те, що він простий у використанні та наочний. Недолік методу полягає в тому, що він не дає можливості визначити значення узагальненого критерію конкурентоспроможності суб'єкта господарювання.

Аналітичні методи оцінки конкурентоспроможності ґрунтуються на проведенні розрахунково-аналітичних операцій з наявними вхідними даними. Ця група методів поділяється на специфічні та комплексні. Специфічні методи дають можливість здійснити оцінку конкурентоспроможності за певними аспектами діяльності суб'єкта господарювання, наприклад, фінансовим, інноваційним, виробничим тощо. Комплексні методи зорієнтовані на визначення зведеного (інтегрального) показника рівня конкурентоспроможності, який реалізується на основі аналізу ресурсів, що має підприємство, оцінки ефективності їх використання та визначення рівня конкурентоспроможності підприємства відносно тих суб'єктів господарювання, які здійснюють свою діяльність в одній галузі. Цей метод передбачає визначення узагальненого показника, який характеризує ступінь задоволення потреб споживача, а також рівень ефективності виробництва. Перевагою комплексного методу є його наочність, простота, а також однозначність оцінки. Проте, існує й певний недолік, який полягає в тому, що цей метод не дає можливості для здійснення детального аналізу та виявлення резервів підвищення рівня конкурентоспроможності.

Також існують ключові методи оцінювання конкурентоспроможності підприємства, до яких належать методи, в основі яких лежить: життєвий цикл товару або послуги; оцінка конкурентоспроможності одиниці продукції; частка ринку; теорія ефективної конкуренції; конкурентна перевага та ін. [5]. Розглянемо ключові методи більш детально.

1. Метод, який ґрунтується на оцінюванні конкурентоспроможності продукції підприємства. Він являє собою здійснення оцінки рівня конкурентоспроможності суб'єкта господарювання виходячи зі споживчої цінності виготовленої продукції. Цей метод дає можливість зрозуміти, що конкурентоспроможність підприємства є тим вищою, чим вищою є конкурентоспроможність продукції, яку він виробляє. Перевагою цього методу є те, що він враховує найважливіший критерій, який впливає на конкурентоспроможність підприємства – це конкурентоспроможність товару. Недоліком є те, що при використанні цього методу не враховується рівень виробничо-збутової діяльності суб'єкта господарювання; а також цей метод доцільний для виробників лише одного виду продукції.

2. Метод, який ґрунтується на аналізі порівняльних переваг підприємств-конкурентів. Цей метод базується на теорії міжнародного поділу праці, згідно з якими передумовою досягнення підприємством стійких конкурентних позицій є відносно нижчі витрати виробництва, ніж у його конкурентів. Перевагою методу є його простота у використанні. А недоліком є те, що при його використанні неможливо зробити цілісний загальний висновок про рівень конкурентоспроможності, так як використання оціночного критерію винятково виробничих витрат не демонструє процеси взаємодії виробника продукції безпосередньо із ринком [5].

3. Метод, який базується на основі теорії рівноваги підприємства та галузі. Відповідно до цього методу критерієм конкурентоспроможності суб'єкта господарювання є наявність у виробників факторів виробництва, які можуть бути використані з більшою ефективністю порівняно з конкурентами [6]. Перевагою цього методу є здійснення якісної оцінки на рівні галузей різних країн, а недоліком є те, що він не враховує вплив внутрішніх факторів.

4. Метод, який заснований на теорії ефективної конкуренції. Він є одним із найефективніших для оцінки конкурентоспроможності підприємства. Найголовнішим інструментом оцінювання конкурентоспроможності є зіставлення показників стану розвитку підприємства з показниками підприємств-конкурентів, згідно якого більш конкурентоспроможними є ті підприємства, в яких найкраще організована робота всіх підрозділів, оцінка ефективності яких передбачає оцінку ефективності використання ресурсів суб'єкта господарювання. Відповідно, це дає можливість визначити як сильні так і слабкі сторони одного підприємства у порівнянні з іншим [7-8]. Перевагою цього методу є те, що при його використанні здійснюється суттєвий аналіз господарської діяльності підприємства, а також відбувається оцінка його стану на галузевому рівні. Недоліком цього методу є складність узагальнення результатів оцінки, а також те, що для отримання достовірної оцінки потрібно здійснювати трудомісткі розрахунки.

### Висновки

Отже, на сьогоднішній день існують різноманітні методи, за допомогою яких можна здійснити оцінку конкурентоспроможності підприємства. Зокрема, за формою представлення отриманих результатів виділяють матричні, графічні, аналітичні та комбіновані методи. Також існують ключові методи, до яких належать: метод, який ґрунтується на оцінюванні конкурентоспроможності продукції підприємства; метод, який ґрунтується на аналізі порівняльних переваг підприємств-конкурентів; метод, який базується на основі теорії рівноваги підприємства та галузі; метод, заснований на теорії ефективної конкуренції. У результаті проведеного дослідження проаналізовано вищеперераховані методи оцінки конкурентоспроможності підприємства та визначено їх переваги та недоліки. Вибір суб'єктом господарювання конкретного методу оцінки конкурентоспроможності залежить від специфіки його господарської діяльності та галузі, у якій функціонує підприємство. Використання запропонованих методів дозволить суб'єктам господарювання отримати оперативну інформацію про їх конкурентну позицію на ринку, визначити сильні та слабкі сторони, спланувати свою подальшу діяльність, сформувати правильну стратегію конкурентоспроможності, що допоможе швидко та ефективно реагувати на прояви зовнішнього середовища.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Кривіцька В. В. Теоретичні підходи до визначення поняття «конкурентоспроможність підприємства» [Електронний ресурс] / В. В. Кривіцька // Матеріали XLVIII Науково-технічної конференції факультету менеджменту та інформаційної безпеки (2019). – Режим доступу: <https://conferences.vntu.edu.ua/index.php/all-fm/all-fm-2019/paper/view/6597/5467>
2. Портер М. Стратегія конкуренції: методика аналізу галузей і діяльності конкурентів: навчальний посібник / М. Портер – К.: Основи, 1998. – 390 с.
3. Кривіцька В. В. Інтегральна оцінка конкурентоспроможності підприємства альтернативного водозабезпечення / Кривіцька В. В., Несен Л. М. // Ефективна економіка. – 2019. – №5. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7074>
4. Гросул В. А. Методичний інструментарій оцінки конкурентоспроможності бізнес-моделі торговельного підприємства / В. А. Гросул, С. О. Зубков // Бізнес-інформ. – 2017. – №10. – С. 252-258.
5. Управління конкурентоспроможністю підприємства: навчальний посібник / С. М. Клименко, Т. В. Омеляненко, Д. О. Барабась, О. С. Дуброва, А. В. Вакуленко. – К.: КНЕУ, 2008. – 520 с.
6. Швед Т. В. Оцінка конкурентоспроможності підприємства / Т. В. Швед, І. С. Біла // Економіка і суспільство. – 2017. – №8. – С. 405-410.
7. Кобелев В. М. Оцінка конкурентоспроможності підприємства та фактори її підвищення / В. М. Кобелев, В. І. Болтенко // Вісник НТУ «ХПІ». – 2015. – №60. – С. 60-64.
8. Спіфанова І. Ю. Конкурентоспроможність підприємства як економічна категорія / В. В. Дзеджула, І. Ю. Спіфанова, В. С. Гуменюк // Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. – 2018. – № 6. – С. 116-121.

**Вікторія Віталіївна Кривіцька** – студентка групи МФК-19м, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, email: [viktoria.victory98@gmail.com](mailto:viktoria.victory98@gmail.com)

Науковий керівник: **Віталій Володимирович Зянько** – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри фінансів та інноваційного менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: [fk.zank@gmail.com](mailto:fk.zank@gmail.com)

**Viktoriya V. Kryvitska** – student, faculty of management and informational security, Vinnytsya National Technical University, Vinnitsa, email: viktoriya.victory98@gmail.com.

Supervisor: **Zianko Vitalii V.** – doctor of economics, Professor, Head of the Department of Finance and innovative management, Vinnytsya National Nechnical University, Vinnytsia, e-mail: fk.zank@gmail.com