

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНЮВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Вінницький національний технічний університет

Анотація

У статті розглядаються основні методичні підходи до оцінювання конкурентоспроможності підприємства в умовах динамічного ринкового середовища. Проаналізовано класифікацію методів за різними ознаками, зокрема за способом оцінювання, формою представлення результатів, характеристиками аналізованих показників та рівнем прийняття управлінських рішень.

Ключові слова: конкурентоспроможність підприємства, методи оцінювання, стратегічне управління, ринкові позиції.

Abstract

The article considers the main methodological approaches to assessing the competitiveness of an enterprise in a dynamic market environment. The classification of methods according to various criteria is analyzed, in particular, by the method of assessment, the form of presentation of results, the characteristics of the analyzed indicators, and the level of managerial decision-making.

Keywords: enterprise competitiveness, evaluation methods, strategic management, market positions.

Вступ

У сучасних умовах глобалізації та зростаючої конкуренції на ринку здатність підприємства зберігати та зміцнювати свої позиції залежить від рівня його конкурентоспроможності. Саме конкурентоспроможність виступає ключовим чинником довгострокового розвитку, ефективного функціонування та досягнення стратегічних цілей будь-якого суб'єкта господарювання. Для того щоб об'єктивно оцінити свої переваги та виявити слабкі сторони, підприємство має застосовувати ефективні методи аналізу, які дозволяють визначити його місце серед конкурентів.

Різноманітність підходів до оцінювання конкурентоспроможності вимагає чіткого розуміння їх класифікації, особливостей та практичного застосування. У цьому контексті важливим є систематизований огляд наявних методичних підходів, який дозволяє обрати найбільш доцільний інструментарій для прийняття стратегічних і тактичних рішень.

Результати дослідження

Конкурентоспроможність підприємства — це інтегральна порівняльна характеристика, що відображає рівень його переваг над іншими суб'єктами ринку за сукупністю економічних, організаційних, технічних та маркетингових показників діяльності протягом визначеного періоду часу. Вона демонструє здатність підприємства ефективно функціонувати в умовах ринкової конкуренції, адаптуватися до змін середовища та забезпечувати стабільне зростання прибутковості.

Інакше кажучи, рівень конкурентоспроможності визначається шляхом порівняльного аналізу позицій кількох підприємств, що працюють на одному ринку, з урахуванням їхніх стратегій, ресурсів і результатів діяльності [1].

Для ефективного аналізу конкурентоспроможності підприємства важливо обрати відповідний підхід до її оцінювання. Існує широкий спектр методів, які класифікуються за різними ознаками — від способу оцінювання та форми подання результатів до специфіки показників і рівня прийняття управлінських рішень. Нижче подано узагальнену класифікацію методів оцінювання конкурентоспроможності підприємства, яка дозволяє обрати найбільш релевантний інструментарій залежно від поставлених цілей та умов аналізу (табл. 1) [2]:

Таблиця 1 – Класифікація методів до оцінювання конкурентоспроможності підприємства

Ознака класифікації	Група методів	Методи
За способом оцінювання	Кількісні	Диференційований метод, інтегральний метод, метод різниць, метод балів
	Якісні	SWOT-аналіз, метод експертних оцінок, евристичні методи
За формою представлення	Матричні	Матриця БКГ, матриця Мак Кінсі, матриця Shell/DPM, метод PIMS, матриця Ансоффа
	Індексні	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
	Тактичні	Інтегральні методи, аналіз конкурентних переваг, теорія ефективної конкуренції, конкурентоспроможність продукції, самооцінка

Кількісні методи оцінювання конкурентоспроможності базуються на розрахунку числових показників, таких як коефіцієнти, індекси та інші відносні величини, що відображають рівень ключових характеристик підприємства в межах певних аспектів конкурентної боротьби. Ці дані об'єднуються в групові та інтегральні показники, що дозволяє здійснювати об'єктивну оцінку конкурентного потенціалу підприємства, зокрема у сферах стратегічного управління. Однак такі методи можуть містити елемент суб'єктивності, адже часто потребують застосування вагових коефіцієнтів, які визначаються експертним шляхом.

Якісні методи, навпаки, мають низький рівень математичної формалізації й базуються на описовому аналізі реальних обставин, подій та процесів. Вони не дозволяють отримати точні числові показники, однак є незамінними для аналізу нематеріальних чинників, таких як репутація компанії, інноваційність, якість менеджменту тощо.

Матричні методи використовують двовимірні аналітичні матриці, в основі яких лежить концепція координатної системи. Завдяки цьому можна оцінити позицію компанії за ключовими стратегічними параметрами, такими як частка ринку, темпи зростання галузі, конкурентні переваги. Водночас недоліком є обмеженість у кількості врахованих факторів та спрощеність підходу.

Індексні методи є різновидом кількісних підходів, що передбачають розрахунок окремих індексів за основними напрямками діяльності підприємства, а потім їх об'єднання в інтегральний

індикатор конкурентоспроможності. Цей метод дає змогу здійснювати як детальний аналіз, так і зведене оцінювання загального стану компанії за допомогою простих математичних операцій.

Графічні методи, зокрема побудова конкурентного багатокутника або профільних діаграм, забезпечують наочне представлення рівня конкурентоспроможності за різними критеріями. Вони прості у використанні та зручні для візуального аналізу, однак не враховують вагомість окремих факторів і не дають чіткого інтегрального оцінювання.

Комплексні методи передбачають всебічний аналіз діяльності підприємства з урахуванням широкого спектру показників — як внутрішніх (організаційних, фінансових, виробничих), так і зовнішніх (ринкових, економічних, екологічних). Вони дозволяють отримати найбільш обґрунтовану та точну оцінку рівня конкурентоспроможності компанії.

Стратегічні методи зосереджені на довгостроковій оцінці конкурентних позицій компанії в галузі та на ринку загалом. Вони допомагають формувати бачення майбутнього розвитку підприємства.

Тактичні методи орієнтовані на короткостроковий аналіз конкретних аспектів діяльності, результатом якого є оперативні управлінські рішення, що здебільшого мають тимчасовий характер, але можуть значно впливати на поточну конкурентоспроможність.

Результативність застосування будь-якого методу оцінювання конкурентоспроможності значною мірою залежить від професіоналізму, досвіду та творчого підходу команди фахівців, яка здійснює аналіз. Методи оцінювання конкурентоспроможності підприємства мають бути системно організовані таким чином, щоб вибір кожного конкретного методу ґрунтувався не лише на його теоретичних перевагах, а й на практичній ефективності у порівнянні з альтернативними підходами.

В умовах постійних змін ринкового середовища та економічної нестабільності керівники підприємств усіх рівнів мають не лише теоретично розуміти, але й активно впроваджувати на практиці дієві механізми зміцнення конкурентних позицій. Це включає глибоке усвідомлення чинників, що впливають на конкурентоспроможність, визначення пріоритетних напрямів її підвищення та впровадження адаптивних управлінських стратегій, орієнтованих на довгостроковий розвиток [3].

Висновки

Оцінювання конкурентоспроможності підприємства є важливим інструментом стратегічного і тактичного управління, що дозволяє виявити сильні та слабкі сторони підприємства, обґрунтувати напрями розвитку і забезпечити стійке положення на ринку. Різноманітність методичних підходів, представлена у дослідженні, свідчить про необхідність системного та диференційованого підходу до вибору інструментів оцінювання, враховуючи специфіку діяльності підприємства, доступні ресурси, а також цілі та завдання аналізу.

У сучасних умовах глобальної конкуренції та динамічних змін економічного середовища, важливим завданням стає постійне удосконалення підходів до аналізу конкурентоспроможності, розвиток методичних основ оцінювання та впровадження гнучких управлінських стратегій, спрямованих на довготривалу конкурентну перевагу підприємства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Бочко О. Ю., Кожушко П. І. Теоретичні підходи до дефініції «Конкурентоспроможність підприємства». *Економіка та суспільство*. 2024. № 61. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-61-82>
2. Суханова А. Методичні підходи до оцінювання конкурентоспроможності підприємства. *Економіка та суспільство*. 2021. №26. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/382>
3. Колісніченко Я. В. Методичні підходи щодо оцінювання конкурентоспроможності підприємства сфери послуг. *Економічний журнал*. 2024. № 2 (28). URL: <https://economics.net.ua/ejopu/2024/No2/35.pdf>

Ляшук Марина Миколаївна – студентка групи МБА-23мз, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: marinagrebin22@gmail.com;

Краєвська Алла Станіславівна – кандидат економічних наук, доцент кафедри ПЛМ, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: kraevska@vntu.edu.ua.

Liashuk Marina – student of the MBA-23mz group, Faculty of Management and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: marinagrebin22@gmail.com;

Kraevska Alla - candidate of economic sciences, associate professor of the PLM department, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: kraevska@vntu.edu.ua.