

DOI: 10.15276/EJ.02.2024.4
DOI: 10.5281/zenodo.12746986
UDC: 338.462
JEL: C13

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ЩОДО ОЦІНЮВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА СФЕРИ ПОСЛУГ

METHODICAL APPROACHES TO ASSESSING THE COMPETITIVENESS OF A SERVICE SECTOR ENTERPRISE

Yurii V. Kovtunenکو, Doctor of Economic Sciences, Professor
Odesa Polytechnic National University, Odesa, Ukraine
ORCID: 0000-0001-8528-605X
Email: y.v.kovtunenکو@op.edu.ua

Yana V. Kolisnichenکو
Odesa Polytechnic National University, Odesa, Ukraine
ORCID: 0000-0002-9683-0599
Email: kolisnichenکو.8865100@stud.op.edu.ua

Received 23.05.2024

Ковтуненکو Ю.В., Коліснiченکو Я.В. Методичнi пiдходи щодо оцiнювання конкурентоспроможностi пiдприємства сфери послуг. Оглядова стаття.

Розглянутi методичнi та практичнi пiдходи до визначення рiвня конкурентоспроможностi пiдприємства як передумови для його стратегiчного розвитку. В статтi зазначаються рiзнi пiдходи до оцiнки конкурентоспроможностi пiдприємств, зокрема в контекстi сфери послуг: iндикативний метод, метод аналізу iєрархiї, конкурентнi переваги, експертнi оцiнки, таксономiя iнтегральних оцiнок, матричнi методи та iншi. Окремо вiдзначається важливість врахування внутрiшнiх та зовнiшнiх факторiв, а також поєднання кiлькiсних та якiсних показникiв для отримання об'єктивної оцiнки. Запропоновано алгоритм загального плану оцiнки конкурентоспроможностi. Найбiльш об'єктивнi результати можна досягти через комбiноване використання рiзних методiв, що дозволяє врахувати всi релевантнi аспекти дiяльностi пiдприємства.

Ключовi слова: конкурентоспроможнiсть, конкурентнi переваги, конкуренцiя, метод, оцiнка конкурентоспроможностi, показник

Kovtunenکو Yu.V., Kolisnichenکو Ya.V. Methodological Approaches to Assessing the Competitiveness of a Service Sector Enterprise. Review article.

The article considers methodical and practical approaches to determining the level of competitiveness of an enterprise as a prerequisite for its strategic development. The article identifies various approaches to assessing the competitiveness of enterprises, in particular in the context of the service sector: indicative method, hierarchy analysis method, competitive advantages, expert assessments, taxonomy of integral assessments, matrix methods, and others. The importance of taking into account internal and external factors, as well as a combination of quantitative and qualitative indicators to obtain an objective assessment is separately noted. An algorithm for a general plan for assessing competitiveness is proposed. The most objective results can be achieved through the combined use of various methods, which allows taking into account all relevant aspects of the enterprise.

Keywords: competitiveness, competitive advantages, competition, method, evaluation competitiveness index

Сучасна економіка України стикається з численними проблемами, що потребують негайного вирішення. Для успішного включення у міжнародну економічну систему, країні необхідно вирішити низку економічних завдань та конфліктів. Однією з головних проблем, що стоять перед українськими підприємствами у контексті глобальної інтеграції, є забезпечення їх конкурентоспроможності на світових ринках.

Нинішня ринкова економіка неможлива без конкуренції, яка визнається як ключовий елемент. Науковці розуміють конкуренцію як суперництво між суб'єктами ринку за переваги у діловій діяльності та збільшення прибутку. Вона виникає тоді, коли суб'єкти ринку функціонують незалежно, керуючись ринковими умовами та бажаннями. У світі, наявність конкурентних переваг у підприємств є передумовою їх виживання на ринку. Високий рівень конкурентоспроможності підприємства свідчить про його ефективність, гнучкість у пристосуванні до змін середовища, високу якість продукції, адекватну цінову політику та позитивне сприйняття споживачами його бренду та персоналу.

У сучасних умовах глобалізації, конкуренція між підприємствами також глобалізується, особливо з відомими світовими брендами. Оскільки нові ринки важко знаходити, підвищення конкурентоспроможності власних товарів та послуг стає пріоритетним завданням.

Це важлива проблема, яка постійно перебуває у центрі уваги влади, бізнес-середовища та суспільства. Підприємства, у пошуку нових можливостей та резервів для покращення конкурентоспроможності, постійно адаптуються до зростаючого ризику на ринку. Отже, у зв'язку з постійним зростанням рівня ризиків у сучасній бізнес-сфері, проблема підвищення конкурентоспроможності є надзвичайно

актуальною та важливою. Необхідно забезпечити ефективне функціонування та швидку адаптацію до змін у ринковому середовищі, що є об'єктивним процесом. Конкурентоспроможність виступає ключовим фактором забезпечення безпеки підприємства (його виживання в умовах економічної кризи та зниженого попиту) і його подальшого успішного розвитку. Дослідження теоретичних та практичних аспектів управління конкурентоспроможністю підприємств в цьому випадку вимагає системного та комплексного підходу, заснованого на загально методичних принципах, а також на аналізі спеціалізованої літератури та досвіду підприємств.

Аналіз останніх досліджень та публікацій

Проблеми, пов'язані з конкурентоспроможністю підприємств, завжди привертала увагу багатьох вчених-економістів як за кордоном, так і в Україні. Серед них можна виокремити таких відомих науковців, як Майкл Портер (M. Porter, 1985), Філіп Котлер (P. Kotler, 1967), Джордж Сталкер й Томас Хоут (G. Stalk & T. Hout, 1990), Гері Хамел й К. Прахалад (G. Hamel & K. Prahalad, 1994) та інші. Сталкер та Хоут у своїй праці аналізують концепцію конкуренції, заснованої на швидкості реагування підприємства на зміни ринкових умов, в той час як Котлер розглядає маркетинг як ключовий фактор конкурентоспроможності та детально аналізує, як маркетингові стратегії можуть впливати на конкурентні позиції підприємства.

У вітчизняній економічній науці цим питанням приділяли увагу такі вчені, як І.З. Должанський, Л.В. Балабанова, І.С. Благун, А.З. Воронкова, А.С. Гальчинський, Н.А. Хрущ, В.І. Крамаренко, Т.О. Загорна та інші. Аналіз найновіших досліджень свідчить про результативність комплексних досліджень щодо розвитку та впровадження елементів конкурентного аналізу на підприємствах. Однак, незважаючи на значимість цієї теми та її активне вивчення, досі не визначено єдині підходи до аналізу шляхів підвищення конкурентоспроможності підприємств в умовах сучасного ринку. Крім того, зазвичай автори не проводять системного аналізу ланцюга вартості та взаємозв'язків між його окремими елементами, і не враховують вплив цих елементів на загальний рівень розвитку. Тому деякі аспекти комплексної оцінки конкурентоспроможності підприємств потребують подальшого розроблення теорії та методичних підходів, що визначає актуальність обраної теми дослідження.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми

Потреба в перегляді та вдосконаленні теоретичних і методичних засад оцінки конкурентоспроможності сучасних підприємств обумовлена особливостями розвитку як вітчизняної, так і світової економіки. Основні стимули включають активізацію процесів глобалізації та інтеграції, функціонування і розвиток сучасних економічних систем на різних рівнях відкритості, входження економіки в новий цикл, що супроводжується кризовими явищами, і значну динаміку трансформації економічних процесів під впливом активного розвитку новітніх технологій, інформатизації та інтелектуалізації суспільства та економіки в цілому [7].

Економічне середовище, у якому зараз діють підприємства, характеризується значним зростанням динаміки всіх економічних процесів, зокрема у конкурентній боротьбі. Саме через це стає надзвичайно важливим управління конкурентоспроможністю підприємств. Велика кількість досліджень, присвячених проблемам конкурентоспроможності та її управління, свідчить, перш за все, про об'єктивну складність визначення основних категорій цього процесу. Незважаючи на широке використання терміну «конкурентоспроможність» у різних сферах, загально визнане розуміння цієї категорії є неоднозначним. Також немає чіткого розуміння інших ключових аспектів управління конкурентоспроможністю підприємств, що спонукає до вивчення та систематизації існуючих наукових підходів для їх подальшого вдосконалення та використання у наукових дослідженнях.

Формування конкурентної стратегії – актуальна тема нашого часу. Багато концепційних підходів, методів, інструментів та технологій створення та реалізації стратегії було практично визнано та використано у практичній діяльності підприємств. Проте, за будь-яких обставин, провідна роль у визначенні напрямків подальшого розвитку конкурентної стратегії залишається належністю практики. Тому вищеописане підтверджує необхідність дослідження механізмів створення та реалізації конкурентних стратегій підприємств у різних сферах діяльності [7].

Для успішної конкурентної боротьби та досягнення поставлених цілей необхідно вибрати оптимальний метод оцінки конкурентоспроможності підприємства на ринку, постійно проводити дослідження та аналіз внутрішнього та зовнішнього середовища, а також вдосконалювати процес управління конкурентоспроможністю підприємства.

Метою статті є обґрунтування методичних принципів для оцінки рівня конкурентоспроможності підприємств, що діють у сфері послуг.

Виклад основного матеріалу дослідження

Для підприємства є важливим провести аналіз конкурентів та умов конкуренції у відповідній галузі з метою визначення сильних та слабких сторін, виявлення потенційних можливостей і, відповідно до цього, сформулювати висновки, які допоможуть розробити ефективну конкурентну стратегію та забезпечити підтримку конкурентних переваг.

Спроби впровадження єдиного показника конкурентоспроможності виникають через низку проблем і труднощів, перш за все, пов'язаних з обмеженою кількістю параметрів, які можна аналізувати кількісно.

Більшість чинників, таких як соціальні, політичні, естетичні, які також впливають на успіх у конкурентній боротьбі, практично неможливо оцінити кількісно. Для вирішення проблеми оцінки рівня конкурентоспроможності використовуються різноманітні підходи: індикативний, метод аналізу ієрархій, конкурентні переваги, експертні оцінки, таксономія інтегральних оцінок, матричні методи та інші. Також є різні методи формування конкурентних стратегій підприємства, в яких оцінка його конкурентних позицій є одним з ключових інструментів. Цей підхід суттєво співвідноситься з процесом оцінки конкурентоспроможності підприємства.

Для оцінки конкурентоспроможності підприємства Ф. Котлер пропонує провести порівняння з існуючими конкурентами – benchmarking, згідно з яким підприємство повинно постійно порівнювати свої товари чи послуги, ціни, канали збуту і методи стимулювання збуту з тими, які використовують його найбільші конкуренти. У такий спосіб підприємство може знайти місця своїх невикористаних потенційних конкурентних переваг [2]. Особливості бенчмаркінгу включають системний характер (охоплюючи всі аспекти діяльності компанії та її фундаментальні зміни як цілісної системи); чітку спрямованість на досягнення вищого рівня; прикладну орієнтацію на здобуття конкурентних переваг (знаходження практичних рішень на питання «Як здійснити необхідні покращення?»).

Різні підприємства можуть дотримуватися різних методів оцінки, адже це залежить від мети та завдання оцінки конкурентоспроможності, доступного обсягу даних, сфери застосування тощо. Наприклад, компанія General Electric представила комплексний підхід до планування бізнес-портфелю, відомий як «матриця стратегічного планування бізнесу». Цей метод використовує показники привабливості галузі та стійкості бізнесу. Для оцінки стійкості бізнесу у цьому підході використовується спеціальний індекс, який враховує такі показники: розмір ринку, динаміка зростання частки ринку, розгалуженість дистрибуційної мережі, лояльність клієнтів та інші.

Відома модель ADL/LCD, розроблена організацією Артуром Д. Літлом, ґрунтується на концепції життєвого циклу галузі. Цей життєвий цикл включає чотири послідовні стадії: народження, зростання, дозрівання, старіння. Конкурентна позиція бізнесу відображається у понятті конкурентоспроможності підприємства, в яке включаються такі показники, як загальна конкурентоспроможність, патенти, ефективність виробництва, гарантійне обслуговування, вертикальна інтеграція та підхід менеджменту до ризику [1].

Підприємство Shell розробило та впровадило в практику свою власну модель стратегічного аналізу й планування, яка отримала назву «Матриця спрямованої політики» [2]. Згідно з цією моделлю, конкурентна позиція організації оцінюється на основі таких критеріїв: відносна частка ринку, охоплення дистрибуторської мережі, ефективність дистрибуторської мережі, технологічні навички, ширина та глибина товарної лінії, обладнання та місцезнаходження, ефективність виробництва, крива досвіду, виробничі запаси, якість продукції, науково-дослідний потенціал, економія внаслідок масштабу виробництва та після продажне обслуговування.

Тим не менш, усі методи оцінки рівня конкурентоспроможності, описаних в роботах вітчизняних і зарубіжних учених, загалом можна згрупувати у дев'ять груп:

1. Методи, які ґрунтуються на аналізі порівняльних переваг.
2. Методи, що базуються на теорії рівноваги фірми і галузі.
3. Методи, побудовані на основі теорії ефективної конкуренції.
4. Методи, які ґрунтуються на теорії якості товару чи послуги.
5. Матричні методи оцінки конкурентоспроможності.
6. Комплексні методи (у тому числі інтегральні).
7. Метод, який ґрунтуються на теорії мультиплікатора.
8. Метод визначення позицій в конкуренції з погляду стратегічного потенціалу підприємства.
9. Методи, які ґрунтуються на порівнянні з еталоном (модифікація методів із застосуванням інтегральних оцінок) [2].

Найпоширенішим підходом до аналізу та оцінки конкурентоспроможності підприємств є дослідження на основі теорії міжнародного розподілу праці. Згідно з цим підходом, ключовим чинником для здобуття сильних конкурентних позицій у галузі або для підприємства є наявність порівняльних переваг, які дозволяють знизити витрати на виробництво порівняно з конкурентами. Зазвичай оцінка рівня конкурентоспроможності підприємства полягає в порівнянні його показників з аналогічними показниками конкурентів, і більш високий рівень цих показників вважається показником більшої конкурентоспроможності. Однак значним недоліком цього підходу є його статичність, оскільки він не враховує процес розвитку конкурентних переваг. Крім того, цей підхід не дозволяє оцінити ефективність адаптації підприємства до змін у зовнішньому середовищі.

У підході оцінки рівня конкурентоспроможності виробника, яка заснована на теорії рівноваги фірми і галузі А. Маршалла та теорії факторів виробництва, рівновага визначається як стан, коли виробник не має стимулів для зміни кількісно-якісного стану [6]. Оцінкою конкурентоспроможності за цим методом є наявність у виробника факторів виробництва, які можуть бути використані з більшою продуктивністю, ніж у конкурентів. Для аналізу використовуються такі показники, як відсоткові ставки за кредитами, відносна вартість устаткування, заробітні плати, вартість матеріальних ресурсів і т.д. Головним недоліком

цього підходу є те, що він в основному відображає зовнішні умови функціонування підприємства, які вже існують, і мало враховує його здатність адаптуватися до змін у середовищі.

Методи визначення конкурентоспроможності, що базуються на теорії ефективної конкуренції, зазвичай розглядають три основні групи показників: результативність виробничо-збутової діяльності підприємства, його власна виробнича діяльність та фінансова стабільність. Він базуються на судженні, що найбільш конкурентоспроможними є ті підприємства, де найкращим чином організована робота всіх підрозділів і служб. Оцінка виконується шляхом порівняння окремих і комплексних показників роботи підприємств з відповідними показниками конкурентів і середніми значеннями у галузі [4]. Проте цей підхід має свої недоліки: перші дві групи показників часто взаємозалежні, а їх відокремлення є умовним; складно узагальнити результати аналізу, навіть за групами показників, і особливо складно обґрунтувати підсумкову оцінку конкурентоспроможності; метод не передбачає оцінки динаміки факторів, які впливають на рівень конкурентоспроможності.

Оцінка конкурентоспроможності, заснована на теорії якості послуги, зазвичай полягає у дослідженні того, яка цінність споживачів надається послуги, при цьому основні параметри порівнюються з аналогічними параметрами послуги конкурентів [3].

Матричні методи оцінки конкурентоспроможності підприємства базуються на динаміці процесів конкуренції, і головним їх недоліком є складність застосування для підприємств сфери послуг. Теоретичною основою таких методів є концепція життєвого циклу товару (ЖЦТ) та технології, а також підприємства (ЖЦП), крива досвіду і база даних PIMS (Profit Impact Market Strategy) – «вплив ринкової стратегії на прибуток» [4]. Згідно з цією концепцією, будь-який товар або технологія пройшовши від появи на ринку до зникнення проходить певні стадії життєвого циклу (впровадження, зростання, насичення, спад), на кожній з яких виробник може реалізувати товар або продукт певної технології в певних обсягах, що відображається у частці ринку і динаміці продажів. Проте, головною перевагою даного методу є можливість відслідковування розвитку конкуренції в динаміці. Найчастіше використовуються двовимірні матриці, де порівнюються такі показники, як темп зростання продажу, відносна конкурентна позиція, стадія життєвого циклу, частка ринку, привабливість галузі й ін.

Суть методики комплексної оцінки об'єктів у конкурентному середовищі полягає в створенні матриці безрозмірних показників характеристик на основі опису властивостей досліджуваних підприємств. Ця матриця подальше перетворюється у результативну матрицю, що вказує на рівень конкурентоспроможності кожного підприємства. Кожна група характеристик включає ряд показників, які описують фактори, що визначають процес забезпечення високого рівня конкурентоспроможності підприємств. Також в цьому випадку враховуються фактори впливу внутрішнього та зовнішнього середовища.

До методів оцінки конкурентоспроможності підприємства відноситься підхід, що базується на теорії мультиплікаторів. Механізм мультиплікації відображає послідовну послідовність залежностей між ефектами і стимулами, які їх породили. Загалом, теорію мультиплікації можна узагальнити наступним чином: під впливом початкового збурення (наприклад, капітальні інвестиції) у першому періоді виникають один або кілька первинних ефектів (дохід, збереження і т. д.); в другому періоді, під впливом первинних ефектів, виникають вторинні ефекти, аналогічні за характером, але менші за розміром, а також за початковим збуренням, і так далі. Представивши цей ланцюг ефектів у вигляді числової моделі послідовної залежності, можна визначити, чи є сума первинного, вторинного та всіх подальших ефектів кінцевою величиною, і яка саме ця величина. Якщо сума є кінцевою, то можна зробити висновок, що існує певне відношення між сумою ефектів однакового характеру і первинним ефектом. Це відношення і є мультиплікатор, на який слід множити первинний ефект для отримання сукупного ефекту [3].

У теорії і практиці оцінки конкурентоспроможності підприємств також використовується метод визначення позиції в конкуренції через аналіз стратегічного потенціалу підприємства. Цей підхід має на меті дослідження внутрішнього середовища підприємства для виявлення конкурентних переваг та потенціалу для їх розвитку. Стратегічний потенціал підприємства суттєво впливає на процес розробки його стратегії. Шляхом удосконалення внутрішньої структури, оптимізації використання ресурсів та підтримки балансу різних видів ресурсів підприємство посилює свої можливості.

Теоретичні засади визначення та класифікації параметрів для оцінки конкурентоспроможності підприємства відрізняються різноманітністю авторських підходів. Серед них розглядають оцінку конкурентоспроможності підприємства з таких позицій: конкурентоспроможністю продукції; ступенем задоволення потреб споживача та ефективністю господарювання; якістю задоволення споживчого попиту, ефективністю використання ресурсного потенціалу; фінансовою стійкістю, діловою активністю та соціальною значущістю; ефективністю діяльності, платоспроможністю і ліквідністю, ефективністю збуту та просуванням товару; репутацією підприємства, його ринковою стратегією, інноваційною діяльністю; економічним потенціалом та його використанням [4].

Загальний план оцінки конкурентоспроможності підприємства сфери послуг можна узагальнити у наступному алгоритмі, який представлений на рис. 1.

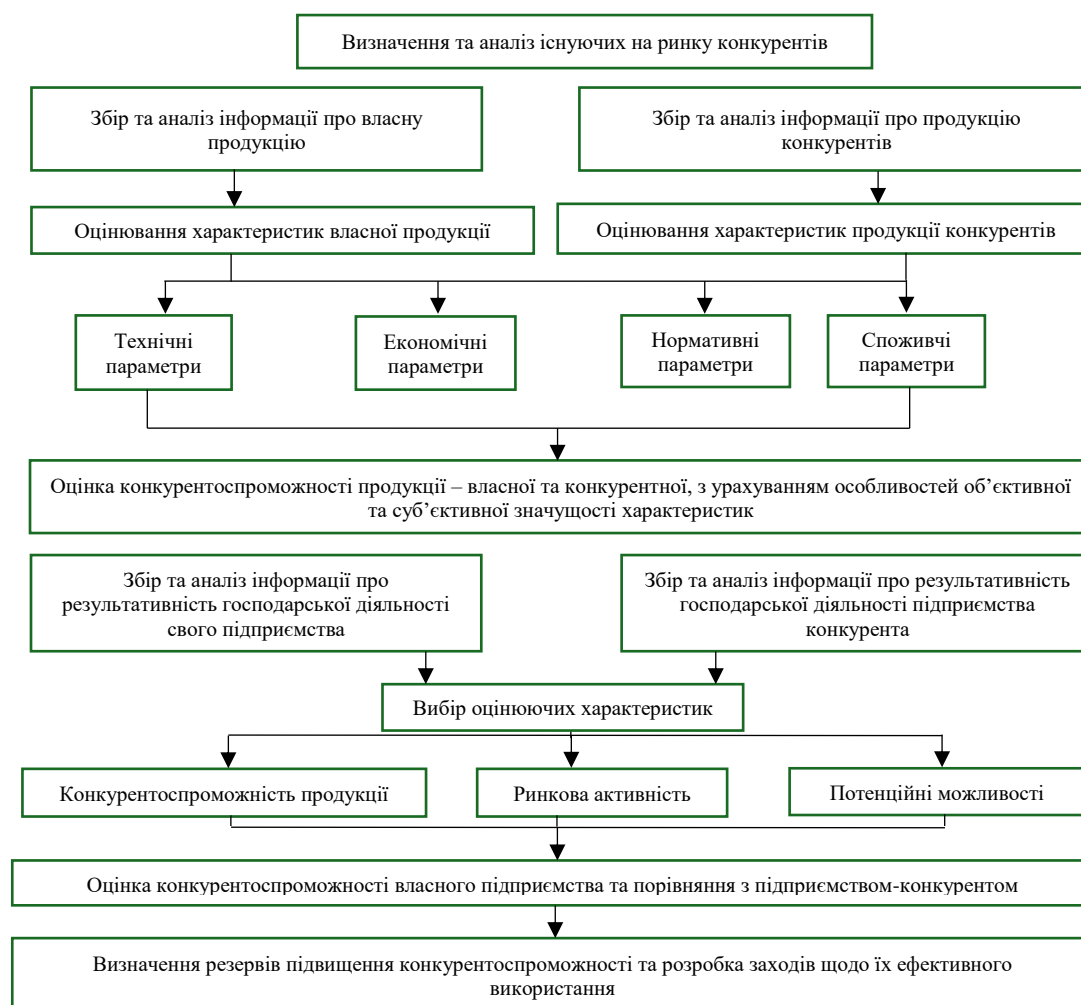


Рисунок 1. Схема оцінки конкурентоспроможності підприємства
Джерело: складено авторами за матеріалами [2]

Перевага даної схеми в тому, що вона комплексно враховує обрані характеристики, чинники впливу як внутрішнього, так і зовнішнього середовища. Комплексні методи оцінки конкурентоспроможності орієнтовані на аналіз усіх ключових параметрів діяльності підприємства та є найбільш детальними серед існуючих методів. Їхньою перевагою є отримання найточнішої та найнадійнішої інформації про конкурентоспроможність підприємства, його сильні сторони та «вузькі місця» [2]. Таким чином, підприємство може отримати більш релевантний аналіз позиції на ринку, на базі якої будуть прийняті рішення для підвищення рівня конкурентоспроможності.

Так, багато з існуючих методів оцінки конкурентоспроможності підприємства засновані на визнанні того, що конкурентоспроможність підприємства безпосередньо відбивається конкурентоспроможністю його продукції. Проте важливо зауважити, що конкурентоспроможність продукції є лише однією з необхідних умов для конкурентоспроможності підприємства, але не достатньою з наступних причин:

- по-перше, конкурентоспроможність продукції визначається за короткий з економічної точки зору період часу, оцінка ж конкурентоспроможності підприємства здійснюється за тривалий період;
- по-друге, рівень конкурентоспроможності продукції визначається для кожного його виду, а оцінка конкурентоспроможності підприємства охоплює не тільки всю номенклатуру продукції, що випускається підприємством, але й такі сфери його діяльності як маркетинг, фінанси, управління і т.д.;
- по-третє, в оцінці конкурентоспроможності підприємства зацікавлене керівництво, визначаючи доцільність виробничої діяльності; споживач же при оцінці конкурентоспроможності продукції не цікавиться витратами на виробництво [4].

Сфера послуг має свої особливості, які відрізняють її від інших секторів економіки. Підприємства, що надають послуги, часто пропонують продукти і послуги, які важко розділити одне від одного. Наприклад, у готельному бізнесі це може бути оренда номеру разом із прибиранням, або послуги харчування, які можуть входити до вартості проживання. Іноді важко відділити матеріальну частину послуги (товар) від її нематеріальної складової (послуга), що ускладнює класифікацію за стадіями життєвого циклу продукції. Також специфіка діяльності підприємств сфери послуг робить експериментальні методи дуже складними у використанні.

Методи оцінки конкурентоспроможності повинні бути структуровані таким чином, щоб вибір конкретного методу був обґрунтованим не лише його перевагами, але й порівняльною ефективністю в порівнянні з іншими методами, а також доцільністю його застосування для вирішення конкретної задачі.

Важливо зазначити, що повна та комплексна оцінка конкурентоспроможності можлива лише за умови врахування як кількісних, так і якісних показників. Це дозволить отримати більш об'єктивну оцінку конкурентоспроможності підприємства та чітко визначити його конкурентні позиції.

Рекомендується розмежувати сфери використання різних методів. Матричні методи, в основному, мають сенс для підприємств з диверсифікованим асортиментом послуг [1]. Вони допомагають визначити становище підприємства на ринку відносно конкурентів та діагностувати асортиментну структуру продукції. Матричні методи є простою формою оцінки різних сфер діяльності підприємства. Вони базуються на матриці, що складається з декількох полів та графічно описує і порівнює стан різних видів діяльності підприємства за такими змінними, як темп зростання ринку, частка підприємства на ринку, загальна привабливість сектора тощо.

Для визначення стратегічного стану підприємства, а також формулювання та оцінки альтернативних варіантів його стратегії, недостатньо застосовувати лише матричний аналіз. Іноді необхідно провести стратегічний аналіз з використанням методів, що оцінюють рівень фінансово-економічної діяльності підприємства. Це зумовлено тим, що матричні методи не враховують усі аспекти функціонування підприємства, зокрема механізми організації управління. Дослідження показують, що методи фінансового аналізу використовуються недостатньо, і здебільшого вважається, що фінансовий аналіз має ретроспективний характер. Однак, саме перспективний фінансово-економічний аналіз дозволяє отримувати порівняльні оцінки та слугує основою для складання прогнозів майбутніх фінансових ситуацій підприємства, відповідних різним варіантам його стратегії [2]. Методи прогнозування фінансового стану підприємства дають змогу оцінити фінансову ситуацію з точки зору її відповідності стратегії розвитку, враховуючи зміни у внутрішніх та зовнішніх умовах функціонування.

У всіх методах існують свої переваги та недоліки, які визначають можливість їх використання в практиці українських підприємств. У багатьох методах автори залишають можливість вибору досліджуваних змінних на розсуд дослідника, що дає змогу враховувати галузеві, технічні та інші специфічні особливості. Зрозуміло, що найбільш повну інформацію можна отримати шляхом одночасного застосування різних методів, але це можливо лише після їх глибокої адаптації до української специфіки.

Ефективність використання будь-якого методу залежить від інтенсивної та креативної роботи висококваліфікованої команди професіоналів. Якщо така команда відсутня, краще відмовитися від складних моделей і спробувати вирішити проблеми за допомогою простіших інструментів. В сучасних складних умовах керівники різних рівнів ієрархії чітко повинні розуміти та враховувати на практиці умови, шляхи та фактори підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств [5].

Висновки

Отже, у статті розглянуто методичні підходи до оцінки конкурентоспроможності підприємств сфери послуг. Запропонована концепція може бути застосована для оцінки конкурентного потенціалу та привабливості інноваційно-інвестиційного сектора, виокремлення можливих напрямків розвитку і змін. Результати дослідження свідчать про те, що більшість існуючих систем класифікації методів оцінки конкурентоспроможності підприємств не враховують усі можливі методи в повному обсязі. Це вказує на необхідність подальшої розробки методичних аспектів оцінки конкурентоспроможності підприємств, які діють у умовах обмеженої доступності достовірної інформації про їх конкурентів. У майбутньому важливо розширювати існуючі розробки для створення комплексних показників оцінки конкурентоспроможності підприємства, що сприятиме успішному розвитку підприємств в умовах конкурентного середовища сучасної економіки.

Проведене дослідження дозволило проаналізувати особливості використання різних методів, виявити їхні переваги та недоліки. Встановлено, що оцінка конкурентоспроможності підприємства в сучасних умовах розвитку економічної діяльності повинна базуватися на комплексному та багатовимірному підході. У процесі оцінювання слід враховувати вплив як внутрішнього, так і зовнішнього середовища, рівень фінансової стійкості підприємства, а також реальне становище підприємств-конкурентів.

Предметом подальших наукових досліджень є розробка методики оцінки конкурентоспроможності підприємств сфери послуг, що буде враховувати специфіку їхньої діяльності.

Abstract

The main purpose of this study is to substantiate methodical principles for assessing the level of competitiveness of enterprises operating in the service sector. This paper examines various methods of assessing the competitiveness of enterprises, emphasizing the importance of a comprehensive approach that considers both internal and external environmental factors. The primary advantage of such a scheme is its ability to provide a relevant market position analysis, which is essential for making informed decisions to enhance competitiveness.

The evaluation of competitiveness, often linked to the competitiveness of products, is a necessary but not sufficient condition for overall enterprise competitiveness. This distinction arises due to the short-term nature of

product competitiveness assessment versus the long-term evaluation of the enterprise's overall performance. Additionally, enterprise competitiveness encompasses broader areas such as marketing, finance, and management.

The service sector presents unique challenges for competitiveness assessment, particularly due to the inseparability of products and services, making classification and lifecycle stage identification complex. This paper outlines various methods for evaluating competitiveness, including product lifecycle concepts, experience curves, and strategic analysis models like the ADL/LCD matrix and Shell's Directed Policy Matrix.

Complex assessment methods are highlighted, involving the creation of matrices based on enterprise characteristics and converting these into outcome matrices indicating competitiveness levels. The paper also discusses multiplier theory-based approaches and strategic potential analysis, emphasizing the importance of both quantitative and qualitative indicators for a holistic evaluation.

The research underscores the necessity of adapting these methods to the specific context of Ukrainian enterprises, suggesting that combining multiple methods can yield the most comprehensive insights. However, it also cautions against the overuse of complex models without a skilled team, recommending simpler tools in such cases. Overall, this paper provides a detailed examination of competitiveness assessment methods, tailored to the needs of service enterprises and considering the unique economic context of Ukraine.

Список літератури:

1. Красняк О.П., Мицик В.О. Конкурентоспроможність і конкурентні переваги підприємства в сучасних ринкових умовах. Ефективна економіка. 2019. №11. С. 10-18.
2. Дмитрієв І.А., Кирчата І.М., Шершенюк О.М. Конкурентоспроможність підприємства: навч. посібник. Харків. 2020. 340 с.
3. Жалдак Г.П., Мамаджанов А.Р. Напрями та методи оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства. Економічний вісник НТУУ. 2022. №22. С. 52-59.
4. Виноградова О.В., Куценко О.В. Методичні підходи до оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємств сфери послуг. Економіка. Менеджмент. Бізнес. 2015. № 2. С. 97-101.
5. Коваленко О.М., Станіславик О.В. Актуальні шляхи та фактори підвищення конкурентоспроможності вітчизняного підприємства. Економічний форум. 2020. №2. С. 223-230.
6. Гутарева Ю.В., Петрова Г.О. Конкурентоспроможність підприємства: Сутність, визначення, складові. Матеріали одинадцятої міжнар. наук.-практ. конф. 09-10 вересня 2022 р. Одеса: ОНЕУ. 2022. С. 15-17.
7. Карпенко Л.М. Методичні підходи до оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємства. Вісник соціально-економічних досліджень. 2013. Вип. 3(2). С. 24-31.

References:

1. Krasniak, O.P., & Mytsyk, V.O. (2019). Competitiveness and competitive advantages of the enterprise in modern market conditions. *Effective economy*, 11, 10-18 [in Ukrainian].
2. Dmitriev, I.A., Kirchata, I.M., Shchereniuk, O.M. (2020). Competitiveness of the enterprise. Kharkiv [in Ukrainian].
3. Zhaldak, G.P., & Mamadzhyanov, A.R. (2022). Directions and methods for assessing the level of competitiveness of an enterprise. *Economic Bulletin of NTUU*, 22, 52-59 [in Ukrainian].
4. Vinogradova, O.V., & Kutsenko, O.V. (2015). Methodological approaches to assessing the level of competitiveness of service enterprises. *Economics. Management. Business*, 2, 97-101 [in Ukrainian].
5. Kovalenko, O.M., & Stanislavik, O.V. (2020). Actual ways and factors of increasing the competitiveness of the domestic enterprise. *Economic Forum*, 2, 223-230 [in Ukrainian].
6. Gutareva, Yu.V., & Petrova, G.O. (2022). Competitiveness of an enterprise: Essence, definition, components: materialy Mizhnar. naukovopraktychnoyi konf. (pp. 15-17). Odessa: ONEU [in Ukrainian].
7. Karpenko, L.M. (2013) Methodical approaches to assessing the level of competitiveness of an enterprise. *Visnyk socialjno-ekonomichnykh doslidzhenj*, 3(2), 24-31 [in Ukrainian].

Посилання на статтю:

Ковтуненко Ю.В. Методичні підходи щодо оцінювання конкурентоспроможності підприємства сфери послуг / Ю.В. Ковтуненко, Я.В. Колісниченко // *Економічний журнал Одеського політехнічного університету*. – 2024. – № 2 (28). – С. 35-41. – Режим доступу до журн.: <https://economics.net.ua/ejopu/2024/No2/35.pdf>. DOI: 10.15276/EJ.02.2024.4. DOI: 10.5281/zenodo.12746986.

Reference a Journal Article:

Kovtunenکو Yu.V. Methodological Approaches to Assessing the Competitiveness of a Service Sector Enterprise / Yu.V. Kovtunenکو, Ya.V. Kolisnichenko // *Economic journal Odessa polytechnic university*. – 2024. – № 2 (28). – P. 35-41. – Retrieved from: <https://economics.net.ua/ejopu/2024/No2/35.pdf>. DOI: 10.15276/EJ.02.2024.4. DOI: 10.5281/zenodo.12746986.

