

УДК 65.012

DOI: 10.31891/2307-5740-2021-298-5(1)-36

ДРАЖНИЦЯ С. А.

ORCID: 0000-0001-5390-1054

e-mail: sergiyd76@gmail.com

ДРАЖНИЦЯ О. С.

e-mail: sergiyd76@gmail.com

Хмельницький національний університет

## СУЧАСНІ МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ РІВНЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ПОСЛУГ

У даній статті автори конкретизують зміст конкурентоспроможності підприємств сфери послуг, фактори впливу на неї та послідовність оцінки рівня конкурентоспроможності. Основними етапами оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємств сфери послуг є вибір підприємств-конкурентів для порівняння, збір необхідної інформації про конкурентів, розробка системи оцінювання показників, розрахунок одиничних показників конкурентоспроможності досліджуваного підприємства та його конкурентів і побудова порівняльних таблиць. Беручи до уваги, що основними факторами ефективної діяльності підприємств сфери послуг є складові їх маркетингового комплексу, автори пропонують визначити основними критеріями оцінювання рівня конкурентоспроможності цих підприємств п'ять показників, в основі яких лежать відомі 4Р, доповнивши їх ще одним фактором – продуктивність. Розглянувши різні підходи до класифікації методів оцінювання конкурентоспроможності, пропонуємо таку, яка дозволить комплексно оцінити об'єкт на кожному етапі дослідження.

*Ключові слова:* ефективність, конкурентоспроможність, критерії оцінювання, методи оцінювання конкурентоспроможності.

SERHII DRAZHNYTSIA,

OLEH DRAZHNYTSIA

Khmelnytsky National University

## MODERN METHODS FOR ASSESSING THE LEVEL OF COMPETITIVENESS OF ENTERPRISES IN THE SERVICE SPHERE

The main trends in the development of service enterprises are the increase of foreign capital, the formation of new economic ties, the integration of the domestic market of services in European and world markets. At the same time, the positive dynamics of development of the domestic market of services is constantly accompanied by unpredictable changes, primarily related to the economic situation in Ukraine.

The purpose of this study is to form a modern classification of methods for assessing the competitiveness of service enterprises. To achieve this goal, a range of research tasks was determined, including: 1) study of the essence of the efficiency and competitiveness of the activities of enterprises in the service sector, the order and main criteria for their assessment; 2) characteristics of existing methods for assessing the level of competitiveness of enterprises; 3) the formation of a modern classification of methods for assessing the level of competitiveness of enterprises in the service sector. Having studied different approaches to defining the essence of the efficiency and competitiveness of enterprises, the authors give their generalized definition, which defines the essence of the competitiveness of enterprises as a complex integral characteristic of its effective activity. Therefore, evaluating the efficiency of an enterprise, we also evaluate its competitiveness. Based on the above characteristics of existing methods for assessing the level of competitiveness of service enterprises, the authors propose a modern classification of these methods, which is based on the assertion that assessing the competitiveness of an enterprise is a sequential process that begins with assessing the market and the competitive environment, smoothly moving on to analyzing the position of the enterprise among competitors, and ending with the evaluation of the product (service) itself.

*Keywords:* efficiency, competitiveness, assessment criteria, methods for assessing competitiveness.

### Постановка проблеми у загальному вигляді

#### та її зв'язок з важливими науковими чи практичними завданнями

Основними тенденціями розвитку підприємств сфери послуг є збільшення іноземного капіталу, формування нових економічних зв'язків, інтеграція вітчизняного ринку послуг в європейський і світовий ринки. Водночас, позитивна динаміка розвитку вітчизняного ринку послуг постійно супроводжується непередбачуваними змінами, насамперед, пов'язаними з економічною ситуацією в Україні.

Особливістю розвитку конкуренції на вітчизняному ринку послуг є те, що вона значною мірою передбачає формування кожним підприємством найбільш привабливого комплексу послуг. Осмислення специфіки сервісної галузі в сфері конкурентної боротьби, а саме концентрація зусиль одночасно на всіх елементах комунікації зі споживачами послуг, зумовило необхідність дослідження проблем оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємств сфери послуг.

### Аналіз досліджень та публікацій

Дослідженню проблем ефективності та конкурентоспроможності присвячено ряд праць вчених-економістів, серед яких М.Я. Городецький, А.П. Гречан, С.А. Дражниця, С.А. Матюх та багато інших. У працях зазначених авторів визначено суть та фактори ефективності і конкурентоспроможності, описано основні методи і критерії оцінювання рівня ефективності та конкурентоспроможності підприємств. Проте

стрімкий розвиток суспільства, пандемія та діджиталізація економіки держави диктують нові підходи до методики і організації оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємств сфери послуг. Тому, дане дослідження покликане сформуванню альтернативну класифікацію сучасних методів оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємств сфери послуг.

### Формулювання цілей статті

Метою цього дослідження є формування сучасної класифікації методів оцінювання конкурентоспроможності підприємств сфери послуг.

Для досягнення зазначеної мети було визначено наступні завдання:

- вивчення суті ефективності і конкурентоспроможності діяльності підприємств сфери послуг, порядку та основних критеріїв їх оцінювання;
- характеристика існуючих методів оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємств;
- формування сучасної класифікації методів оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємств сфери послуг.

### Виклад основного матеріалу

Оцінка конкурентоспроможності підприємства є систематичним і неупередженим аналізом багатьох чинників, що формують конкурентні переваги підприємства [2]. Оцінка полягає в поглибленому аналізі очікуваних і реалізованих досягнень, вивченні ланцюжка результатів процесів, зовнішніх чинників і причинно-наслідкового зв'язку, що дозволяє визначити характер досягнень або їх відсутність. Мета аналізу полягає в створенні системи, що дозволяє визначити стан та взаємодію ресурсів, які зумовлюють конкурентні переваги, їх ефективне використання та перспективи розвитку.

В сучасних умовах ринку все більшої популярності набирають комплексні підходи до оцінювання конкурентоспроможності підприємства [1]: метод, що заснований на теорії ефективної конкуренції; підходи до оцінки конкурентоспроможності підприємства, що пов'язують її рівень з показниками якості (конкурентоспроможності) продукції, що випускається; методи, засновані на теорії конкурентної переваги; метод бенчмаркінгу; методи, засновані на методиках комплексного оцінювання фінансово-господарської діяльності підприємства та інші.

Названі методи кардинально відрізняються за своєю сутністю та базою формування показників конкурентоспроможності. Використання їх може бути зручним у різних ситуаціях залежно від специфіки галузі, до якої належить досліджуваний об'єкт.

У науковій літературі достатньо різних параметричних показників, що враховують певні критерії конкурентоспроможності. Розглянемо, що пропонують фахівці для оцінювання конкурентоспроможності підприємств ринку послуг.

С.П. Гаврилук виділила такі етапи оцінювання конкурентоспроможності підприємств ринку послуг [3, с. 77–78]: вибір підприємств-конкурентів для порівняння; збір необхідної інформації про конкурентів; розробка системи оцінних показників; розрахунок одиничних показників конкурентоспроможності досліджуваного підприємства та конкурентів; побудова порівняльних таблиць, визначення та оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємства за найбільш прийнятним методом.

Критерії конкурентоспроможності можемо розподілити між складниками комплексу маркетингу 4P, який взято за основу та доповнено ще одним складником «productivity» – 5P (рис. 1).

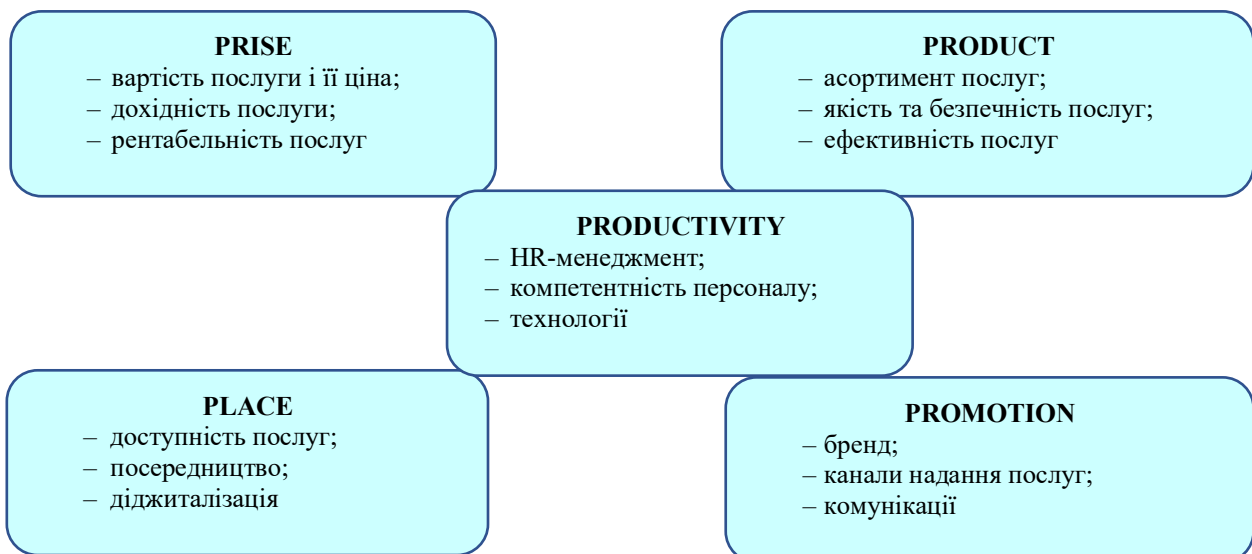


Рис. 1. Комплекс показників «5P» для оцінювання конкурентоспроможності підприємств сфери послуг  
Серед показників, що характеризують конкурентоспроможність діяльності сервісної компанії, часто

використовують середню вартість сервісного обслуговування, середні платежі до бюджету від одного сервісного підприємства, продуктивність сервісної компанії, ефективність роботи сервісної фірми, дохід на одного працівника, загальну кількість клієнтів у розрахунку на одного працівника тощо. Значною помилкою, при цьому, є використання застарілих методів аналізу діяльності підприємства, які можуть повною мірою оцінити діяльність дослідницького підприємства. Вирішенням даної проблеми є формування С.А. Матюхом структурованої та упорядкованої класифікації сучасних методів (табл. 1).

Таблиця 1

**Класифікація методів оцінювання ефективності функціонування підприємства за співвідношенням об'єктивних і суб'єктивних чинників [5]**

Група методів	Підгрупа методів	Вид методу
1. Неформалізовані (нематематизовані, аналітичні, суб'єктивні, евристичні)	1.1. Вироблення системи показників	Збалансована система показників, економічна додана вартість, ринкова додана вартість, показник сукупної акціонерної прибутковості, грошовий потік віддачі на інвестиційний капітал
	1.2. Методи порівнювання	Порівняння за заданим критерієм у динаміці, ранжування з використанням відносних показників, порівняння із середньогалузевим значенням
	1.3. Методи експертного оцінювання	Дельфійський метод, морфологічний аналіз, метод сценаріїв, мозковий штурм, репертуарні решітки
1. Неформалізовані (нематематизовані, аналітичні, суб'єктивні, евристичні)	1.4. Методи читання аналізу фінансової звітності	Горизонтальний аналіз, вертикальний аналіз, трендовий аналіз
	1.5. Методи деталізації	Ранжування, факторний аналіз
2. Формалізовані (математизовані, аналітичні, об'єктивні, математичні)	2.1. Елементарні методи мікроекономічного аналізу	Балансовий метод, прийомних ланцюгових підстановок, інтегральний метод, прийом вирівнювання початкових точок аналізу
	2.2. Традиційні методи економічної статистики	Метод порівняння величин, індексний метод, метод угруповання
	2.3. Математико-статистичні методи вивчення зв'язків	Кореляційний аналіз, регресійний аналіз, кластерний аналіз
	2.4. Методи теорії прийняття рішення	Імітаційне моделювання, аналіз чутливості, метод побудови дерева рішень
	2.5. Методи фінансових обчислень	Дисконтування та нарощування, методи оцінювання грошових потоків

Важливо відзначити, що ефективність, а відповідно і конкурентоспроможність діяльності підприємства, вимагає певних затрат, що і визначає її вартість (ціну) [4].

Конкурентоспроможність підприємства – це комплексна інтегральна характеристика його ефективної діяльності. Тому очевидним є те, що, оцінюючи ефективність діяльності підприємства, стикаємося з питанням оцінювання конкурентоспроможності підприємства. Оцінювання конкурентоспроможності підприємства проводиться з використанням певного інструментарію, що охоплює сукупність підходів і методів оцінювання. Науковці пропонують чимало методик оцінювання конкурентоспроможності на рівні підприємства: бази порівняльних переваг, рівноваги фірм і галузі; структурно-функціональні; «профілів» і якості; матричні; теорії ефективної конкуренції; семантичного позиціонування та інші.

В сучасній науковій літературі є значна кількість методів оцінювання з використанням різномісних показників, критеріїв і механізмів впровадження його результатів. Однак визначити єдиний, універсальний метод неможливо, адже їх використання зумовлено специфікою діяльності суб'єкта підприємництва, галузевими особливостями та безпосередньо цілями оцінювання.

Таблиця 2

**Класифікація методів оцінювання конкурентоспроможності підприємств сфери послуг**

Класифікаційна ознака: етап дослідження	Методи
Оцінювання конкурентного середовища	PEST-аналіз, SWOT-аналіз, теорія конкурентних переваг М. Портера, 5 конкурентних сил за Портером, побудова конкурентної карти ринку
Оцінювання позиції підприємства відносно конкурентів	Метод набору конкурентоспроможних елементів, індексний метод, ранговий метод, бенчмаркінг, бальний метод
Оцінювання конкурентоспроможності продукту	Інтегральний показник конкурентоспроможності товару, побудова профілю об'єкта
Вироблення конкурентної стратегії	Матриця McKinsey, матриця БКГ, аналіз конкурентоспроможності фірм Ж.-Ж. Ламбена, матриця Shell, модель Артура Д. Літла (ADL), матриця І. Ансоффа, SPACE аналіз, Матриця А. Томпсона і А. Дж. Стрікланда

Розглянувши різні підходи до класифікації методів оцінювання конкурентоспроможності, пропонуємо таку, яка дозволить комплексно оцінити об'єкт на кожному етапі дослідження.

Оцінювання конкурентоспроможності підприємства – це послідовний процес, який починається з

оцінювання ринку та конкурентного середовища, вже поступово переходячи до аналізу позиції підприємства серед конкурентів, закінчуючи оцінюванням самого продукту. У таблиці 2 виокремлено методи оцінювання конкурентоспроможності підприємства. Отже, методи оцінювання конкурентоспроможності підприємства відрізняються як за способом проведення оцінювання, так і за способом інтерпретації вихідних результатів. Таке різноманіття цих методів зумовлено, насамперед, цілями, які вкладаються в оцінювання, а також кількістю підприємств-конкурентів, способом отримання інформації та її доступністю. Тому для кожного окремого підприємства треба вибирати той метод, який в конкретному випадку найбільше прийнятний.

### Висновки з дослідження і перспективи подальших розвідок у цьому напрямі

Отже, метод аналізу ієрархій є ефективним для вибору оптимального маршруту перевезення. Метод ієрархій дозволяє менеджеру з продажу більш широко розглянути велику кількість критеріїв та надає можливість обрати коректний варіант перевезення для кожного клієнта, зважаючи на його пріоритети при перевезенні вантажу – ціна, час, ефективність тощо. Проте, з розвитком суспільно-економічних відносин змінюються і підходи до організації та управління господарською діяльністю суб'єктів бізнесу, серед яких і представники транспортно-логістичної сфери, що має стати об'єктом наших подальших досліджень у цій галузі. Таким чином, конкурентоспроможність послуги виявляється через цінності, які дає послуга конкретному споживачеві. Разом з тим цінність послуги можна визначити як набір характеристик, які формують якість послуги. На відміну від якості товарів, якість послуг – набагато ширше поняття. Головна ідея сучасних методів оцінювання конкурентоспроможності підприємств сфери послуг полягає в тому, щоб інтегрувати всі одиничні показники в єдину величину, яка й буде характеризувати конкурентоспроможність підприємства. Подальші дослідження будуть спрямовані на доопрацювання системи показників та подання загальної моделі оцінювання конкурентоспроможності підприємства ринку послуг. Оцінювання конкурентоспроможності можливе з використанням різноманітних кількісних і якісних методів, які досить широко подані в науковій літературі.

### Література

1. Андросова Т.В. Конкуренція як економічна категорія ринкового господарювання / Т.В. Андросова, О.Ю. Ляшенко // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. – 2011. – Вип. 1. С. 17–26. – URL : [http://nbuv.gov.ua/jpdf/esprstp\\_2011\\_1\\_5.pdf](http://nbuv.gov.ua/jpdf/esprstp_2011_1_5.pdf)
2. Городецький М.Я. Аналітичне оцінювання управління конкурентоспроможністю автосервісних підприємств України / М.Я. Городецький // Інститут бухгалтерського обліку, контроль та аналіз в умовах глобалізації. – 2019. – Випуск 3-4. – С. 54–67.
3. Гаврилук С.П. Конкурентоспроможність підприємств у сфері туристичного бізнесу : навч. посіб. / С.П. Гаврилук. – Київ : КНТЕУ, 2006. – 180 с.
4. Дразниця С.А. Ціна ефективності комерційної діяльності торговельного підприємства / С.А. Дразниця // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2018. – № 3. Т. 2. – С. 220–224.
5. Матюх С.А. Дослідження сучасних методів оцінки ефективності діяльності організації / С. А. Матюх // Економічний аналіз. – 2014. – Т. 15, № 3. – С. 79–85. – URL : <https://www.econa.org.ua>

### References

1. Androsova T.V. Konkurentsiiia yak ekonomichna katehoriia rynkovoho hospodariuvannia / T.V. Androsova, O.Iu. Liashenko // Ekonomichna stratehiia i perspektvyu rozvytku sfery torhivli ta posluh. – 2011. – Vyp. 1. S. 17–26. – URL : [http://nbuv.gov.ua/jpdf/esprstp\\_2011\\_1\\_5.pdf](http://nbuv.gov.ua/jpdf/esprstp_2011_1_5.pdf)
2. Horodetskyi M.Ia. Analitychne otsiniuvannia upravlinnia konkurentospromozhnistiu avtoservisnykh pidpriemstv Ukrainy / M.Ia. Horodetskyi // Instytut bukhhalterskoho obliku, kontrol ta analiz v umovakh hlobalizatsii. – 2019. – Vypusk 3-4. – S. 54–67.
3. Havryliuk S.P. Konkurentospromozhnist pidpriemstv u sferi turystychnoho biznesu : navch. posib. / S.P. Havryliuk. – Kyiv : KNTEU, 2006. – 180 s.
4. Drazhnytsia S.A. Tsina efektyvnosti komertsiiinoi diialnosti torhovelnogo pidpriemstva / S.A. Drazhnytsia // Herald of Khmelnytskyi National University. – 2018. – № 3. Tom 2. – S. 220–224.
5. Matiukh S.A. Doslidzhennia suchasnykh metodiv otsinky efektyvnosti diialnosti orhanizatsii / S. A. Matiukh // Ekonomichnyi analiz. – 2014. – T. 15, № 3. – S. 79–85. – URL : <https://www.econa.org.ua>

Надійшла / Paper received : 02.09.2021

Надрукована/Printed : 04.10.2021