

МЕТОДИ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

А. М. ТКАЧЕНКО, доктор економічних наук, професор
(Запорізький національний технічний університет)

Е. О. КОЛЕСНИК
(Класичний приватний університет)

Анотація. Мета статті полягає в аналізі існуючих методів оцінки конкурентоспроможності підприємства та визначенні показників, дотримання яких сприятиме якісному проведенню такої оцінки й отриманню достовірних показників. **Методика дослідження.** У дослідженні проаналізовано методи, які найчастіше застосовуються для визначення конкурентоспроможності, зокрема метод аналізу ієрархій, який характеризується систематизованою процедурою подання деталей, що розкривають значення проблеми. **Результати.** За результатами дослідження розроблено рекомендації до оптимальної системи оцінювання конкурентоспроможності підприємства. **Практична значущість результатів дослідження.** У статті обґрунтовано умови до оптимальної системи оцінки конкурентоспроможності, дотримання яких зведе до мінімуму всі недоліки попередніх методик оцінювання конкурентоспроможності підприємства.

Ключові слова: конкурентоспроможність підприємства, оцінка конкурентоспроможності, методи оцінки конкурентоспроможності, показники конкурентоспроможності, продукція.

Постановка проблеми в загальному вигляді та зв'язок із найважливішими науковими чи практичними завданнями. Кожне підприємство в сучасних умовах господарювання потребує пошуків нових підходів щодо формування стратегій свого розвитку, тому що конкуренція посилюється, а економічний стан нестабільний. В умовах постійного конкурентного змагання, можливість виживання підприємства залежить від його конкурентоспроможності. Рівень, наскільки підприємство конкурентоспроможне, відображає стан підприємства, що визначає перспективи його подальшого розвитку, можливість досягнення стратегічних цілей та завдань. Основними критеріями, завдяки яким визначають конкурентоспроможність підприємства, є: здатність відповідати високим вимогам ринку, якість задоволення споживчого попиту та ресурсний потенціал. Зокрема, актуальним є дослідження методів оцінки конкурентоспроможності підприємства як складової його розвитку.

Аналіз основних досліджень і публікацій. У сучасній світовій літературі тео-

ретичні проблеми конкуренції і конкурентоспроможності досліджуються досить докладно, однак і досі автори не прийшли до єдиної думки щодо визначення конкурентоспроможності. Фундаментальні основи окремих проблем конкурентоспроможності підприємства висвітлені у працях таких зарубіжних дослідників: М. Портера, Ж. Ламбена, Р. Фатхудинова, Ф. Котлера та ін. Різні аспекти забезпечення конкурентоспроможності об'єктів є предметом дослідження таких вітчизняних авторів, як Я. Б. Базилук, З. С. Варналій, В. Д. Базилевич, Я. А. Жаліло, В. М. Геєць, С. К. Реверчук, Б. Є. Кваснюк та ін. Учені у своїх працях розглядають питання діяльності підприємства в умовах конкуренції, класифікації чинників конкурентоспроможності національної економіки, оцінки й підвищення конкурентоспроможності підприємства та його продукції. Ставлячись із повагою до безперечних досягнень вітчизняної та зарубіжної економічної думки, варто зазначити, що в літературі виділено лише окремі аспекти проблеми оцінки конкурентоспроможності підпри-

емства, тобто відсутній комплексний підхід, який би ґрунтувався на структуризації оцінки та визначенні ієрархії чинників конкурентоспроможності.

Формування цілей статті (постановка завдання). Метою статті є аналіз існуючих методів оцінки конкурентоспроможності підприємства та визначення показників, дотримання яких сприятиме якісному проведенню такої оцінки та отриманню достовірних показників.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих

наукових результатів. Здійснюючи оцінку конкурентоспроможності підприємства, слід виконати такі завдання: установити рівень конкурентоспроможності за визначений період часу; дослідити, як може змінюватися конкурентоспроможність за досліджуваній період; знайти «вузькі» місця та можливості підвищення конкурентоспроможності суб'єкта господарювання. Зробивши висновки щодо наукових досліджень із цього питання, можна класифікувати методики діагностики та оцінки конкурентоспроможності підприємства (табл. 1).

Таблиця 1

Класифікація методів оцінки конкурентоспроможності підприємства
[складено авторами за [1–3]]

Ознака класифікації	Група методів	Методи
За способом оцінювання	Кількісні	Метод балів, диференційований метод, метод різниць, інтегральний метод
	Якісні	Евристичні методи, SWOT-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 використовують під час аналізу	Методи, що характеризують ринкові позиції	Модель БКГ, модель Shell/DPM, метод PIMS. Модель Портера, метод Мак Кінсі
	Методи, що характеризують рівень менеджменту	Метод LOTS, бенчмаркінг, метод експертної оцінки, ситуаційний аналіз, карти стратегічних груп
	Методи, що характеризують фінансово-економічну діяльність	Методи прогнозування фінансового стану, методи фінансово-економічного аналізу
За ступенем охоплення аспектів функціонування підприємства	Спеціальні	Конкурентоспроможність продукції, матричні методи
	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, теорія ефективної конкуренції, самооцінка, конкурентоспроможність продукції, аналіз конкурентних переваг

Кількісні методи оцінки конкурентоспроможності пов'язані переважно з обчисленням умовних величин (індексів, коефіцієнтів), що характеризують рівень визначальних показників за окремими аспектами конкурентоспроможності (сферами діяльності) та їхніми наступними об'єднаннями у групові й інтегральні показники. За їхньою допомогою можна оцінити існуючі можливості організації в конкурентному змаганні за стратегічні зони господарювання та затвердити зважене управлінське рішення. Проте деякі кількісні методи застосовують вагові коефіцієнти, визначені експертами, отже, методика не позбавлена суб'єктивізму.

Якісні методи оцінки здебільше мають невисокий рівень математичної формалізації і пов'язані з оцінками експертів. Вони не дають можливість застосування оцінки конкурентоспроможності організації у процесі аналізу, не вирізняються науковою суворістю, їм характерна суб'єктивність та умовність. Проте якісні методи доволі гнучкі, це дає перспективу для оцінювання реальних фактів, а не абстрактні цифри, якщо застосовувати правдиве інформування.

Матричні методи здійснюють використання матриці – таблиці організованих за рядками та стовпцями елементів. Основою цієї методики є розгляд двовимірних матриць, які побудовані за принципом системи координат, а сутність методу передбачає маркетингову оцінку діяльності суб'єктів господарювання. Існує можливість одержати достовірну оцінку конкурентоспроможності підприємства, якщо є присутність релевантної інформації про об'єми реалізації продукції. Такі методи різняться простотою у використуванні. Недоліком матричних методів є: обмеження кількості характеристик, над якими виконують оцінку; відсутність розгляду причин та врахування недостатньої кількості чинників; труднощі з оцінюванням темпів збільшення ринку та ринкової частки суб'єкта господарювання.

Індексні методи – це розрахункові, кількісні методи, пов'язані з визначенням одиничних індексів (коефіцієнтів) за найголовнішими показниками та аспектами діяльності підприємства, їх зведенням до інтегрального показника. Залежно від використування індексних методів, можна робити як складні розрахунки, так і прості математичні операції.

Графічні методи застосовують під час побудови багатокутника конкурентоспроможності

або радіальної діаграми. Перевагами графічних методів є простота й наглядність. Однак цей метод не бере до уваги неоднакову важливість чинників конкурентоспроможності й не дає можливості визначити ступінь сумарного критерію конкурентоспроможності, а використання великої кількості характеристик може згладжувати його наглядність.

За допомогою груп спеціальних методів є можливість здійснювати оцінку конкурентоспроможності підприємства за окремими планами діяльності підприємства – виробничими, маркетинговими, фінансовими тощо. Комплексні методи – це комплексний підхід, такі методи не передбачають розгляд усього спектра найважливіших параметрів функціонування суб'єкта господарювання. За допомогою комплексних методів є можливість для отримання самої точної інформації про конкурентоспроможність суб'єкта господарювання на базі доволі широкого переліку порівняльних привілей узяти до уваги параметри як внутрішнього, так і зовнішнього середовища. Стратегічні методи здебільшого визначають конкурентне положення суб'єкта господарювання на ринку. Тактичні методи пов'язані з оцінюванням окремих планів роботи суб'єкта господарювання, а рішення, що постановляють за їхніми результатами, стосуються найчастіше короткострокового періоду.

Розглянута систематизація методів демонструє, що залежно від особливості систематизації, один і той самий метод може входити до різноманітних груп. Наприклад, матриця Бостонської консалтингової групи (БКГ) є матричним методом за формою подання результатів. Одночасно, за даними (змінними) аналізу, вона визначає позиції на ринку суб'єкта господарювання, а за рівнем ухвалення рішення входить до групи стратегічних методів. Отже, на практиці методи є взаємопов'язаними, водночас застосовуючи декілька підходів.

Сучасна економіка має велику кількість методичних підходів до оцінки конкурентоспроможності суб'єкта господарювання, установлює відокремлення груп методів поряд із їх загальною систематизацією. Існує від п'яти до дев'яти таких груп. Головними методами оцінки конкурентоспроможності підприємства є методи, які базуються на життєвому циклу товару, частці ринку, теорії ефективної конкуренції, конкурентній перевазі, оцінці конкурентоспроможності продукції тощо. Переваги та недоліки найпоширеніших дев'яти груп наведено в табл. 2.

Таблиця 2

Методичні підходи до оцінювання конкурентоспроможності підприємства

[складено авторами за [1, 4–7]

Метод	Переваги	Недоліки
1. Методи, засновані на аналізі порівняльних переваг	Найбільш поширений і простий у розрахунках	Статистичність отриманих оцінок, неможливість адекватно оцінити конкурентні позиції підприємства, майже не відображає взаємодію виробника продукції з ринком
2. Методи, що базуються на теорії рівноваги підприємства й галузі	Якісне оцінювання на рівні галузей різних країн	Великою мірою об'єктивно відображає тільки зовнішні умови роботи, майже не характеризує здатність до адаптації
3. Методи, побудовані на основі теорії ефективної конкуренції	Глибокий аналіз внутрішнього стану, можливість порівняння із середньогалузевими показниками	Складне узагальнення результатів аналізу (отримання інтегральної оцінки) та великий обсяг розрахунків, не дозволяє оцінити динаміку факторів, що впливають на рівень конкурентоспроможності
4. Методи, засновані на теорії якості товару.	Аналіз якості виготовленої продукції та значна увага до споживачів	Не враховується ефективність виробничо-збутової діяльності підприємства; відбувається ідентифікація конкурентоспроможності продукції та підприємства; використовується для виробників одного виду продукції
5. Матричні методи	Можливість дослідження розвитку конкуренції в динаміці	Концентрація уваги лише на одній стратегії; обмеженість кількості характеристик, що використовуються для оцінювання конкурентоспроможності
6. Інтегральний метод	Дозволяє отримати однозначні оцінки конкурентних позицій виробника; є досить простим і наочним	Не дає можливості для глибокого аналізу й виявлення резервів підвищення рівня конкурентоспроможності; не враховує галузеві особливості; обмеженість використання для підприємств зі значною номенклатурою товарів
7. Методи, засновані на теорії мультиплікаторів	Можливість оцінити велику кількість показників підприємства	Громіздкий метод; результати є об'єктивними для нетривалого проміжку часу
8. Методи визначення позиції в конкуренції з погляду стратегічного потенціалу підприємств	Аналіз окремих елементів потенціалу	Складність інформаційного забезпечення розрахунків, трудомісткий алгоритм, оцінка лише внутрішніх чинників без дослідження впливу зовнішнього середовища
9. Методи, засновані на порівнянні з еталоном	Наочний і комплексний при порівнянні	До складу досліджуваних факторів не включають показники, що характеризують силу й напрям впливу зовнішнього середовища

Для підприємств вагомим зацікавленість посідають аналітичні методи дослідження рівня конкурентоспроможності організації, які можна охарактеризувати як кількісні, комплексні, тактичні. Узагальнення найпоширеніших із них підтвердило використання типового переліку показників, що розкривають окремі аспекти діяльності підприємства.

Для оцінювання конкурентоспроможності підприємства Ф. Котлер радить здійснити порівняння з наявними суперниками – benchmarking, згідно з яким підприємство повинно безперервно порівнювати власні виробничі процеси, ціни, канали збуту й методи стимулювання з тими, які застосовують його першочергові суперники. За допомогою цього способу, суб'єкт господарювання має

зможу відшукати ті місця власних незадіяних потенційних конкурентних переваг [8].

Бувають підходи до формування конкурентних стратегій підприємства, у яких одним з інструментів є оцінка його конкурентних позицій, що наближена за значенням до рівня конкурентоспроможності підприємств.

Запропонувала комплексний метод планування бізнес-портфеля компанія General Electric, під найменуванням «матриця стратегічного планування бізнесу». У цьому методі для оцінки застосовують особливий індекс, який ураховує такі показники: зростання ринкової частки, умовна частина ринку, простір охоплення дистриб'юторською сіткою, захопленість покупця продукцією та ін.

Прославлена модель ADL/LCD, яка була розроблена товариством Артур Д. Літл [8], застосовує задум життєвого циклу галузі. Цей цикл включає чотири послідовних етапи: зародження, ріст, зрілість, старіння. Конкурентне становище різновиду підприємництва відповідає досліджуваному визначенню конкурентоспроможності підприємства, до якого автори залучили такі показники: загальна конкурентоспроможність, патенти, гарантійне обслуговування, ефективність виготовлення продукції, вертикальна інтеграція, взаємозв'язок менеджменту й ризику.

Підприємство Shell розробило й залучило в діяльність стратегічного аналізу та планування свою модель, що здобула назву матриці спрямованої політики. Згідно з цією моделлю конкурентна роль фірми визначається з таких критеріїв: умовна частина ринку, ефективність дистриб'юторської мережі, охоплення дистриб'юторської мережі, технологічні методи, простір та безмежжя товарного напрямку, оснащення та місцезнаходження, крива досвіду, виробничі запаси, ефективність продукції, що виробляється, якість продукції, науково-дослідний потенціал, заощадливість у наслідок обсягу виготовлення, післяпродажне обслуговування.

Вищенаведені моделі вбачають такі власні недоліки: зосередженість на формуванні конкурентних стратегій та брак зосередженості й комплексності під час погляду на конкурентні позиції підприємства. Представлені показники характеризують як конкурентоспроможність підприємства, так і його конкурентну поведінку та витримку. Загалом слід зазначити, що часткові показники вбачають загальний характер і важко підлягають високоякісному виміру [9].

Метод, який найчастіше застосовується для визначення конкурентоспроможності, – метод аналізу ієрархій (MAI), який характеризується

систематизованою процедурою подання деталей, що розкривають значення проблеми. Цей метод полягає в розподілі проблеми на складові й подальшій їх обробці напрямом порівняння.

Етапи, з яких складається MAI: визначення перелічених критеріїв, визначення аналогів і встановлення за ними значень критеріїв, порівняльна оцінка критеріїв за вагою, порівняльна оцінка об'єктів за кожним із критеріїв, обробка матриць порівнянь критеріїв. Оцінка вагомості критеріїв за MAI відбувається курсом їх попарного зіставлення. Головними двома умовами обрання показників рейтингової оцінки є віддзеркалення фінансової та господарської роботи та перспектива розрахунку на основі дійсної інформації. Істотним фактором під час складання рейтингової вартості є динаміка часткових даних ефективності поведінки та фінансової стабільності, що зобов'язана враховуватися в підсумковій баловій оцінці підприємства через коригувальний коефіцієнт. Рейтинг підприємства визначається на базі розрахунку його заключного бала в результаті оцінки.

Оцінка конкурентоспроможності на базі ступеня продаж базується на тому, що рівень конкурентоспроможності – це умовна характеристика продукції, яка відтворює ступінь його привілею на цьому ринку порівняно з товаром-аналогом. У подібному випадку критерієм конкурентоспроможності виступає частка продажу оцінюваного товару порівняно з конкурентом. У подібному випадку загальний рівень частини продажу розраховується так:

$$B_{oi} = \frac{M_o}{M_o + M_i}, \quad (1)$$

де M_o – обсяг продажів товару за період;

M_i – обсяг продажів товару-конкурента за

той же період.

Ступінь конкурентоспроможності можна охарактеризувати як імовірність того, що на цьому ринку споживач, здійснюючи покупку, надасть привілеї товару указаному i -му його конкуренту-аналогу. Імовірність – це перевага одного товару над іншим. Подібний результат можна отримати за допомогою експертних методів. Отримані значення дозволяють установити оцінки передбачуваної частини продажів на ринку товарів (B_o) та аналогів (B_j):

$$B_o = 1 / \left\{ 1 + \sum_{i=1}^N (1 - B_{oi}) \right\}; \quad (2)$$

$$B_j = 1 / \left\{ 1 + \sum_{i=1}^N (1 - B_{ij}) / B_{ij} \right\}. \quad (3)$$

Представлені формули дають змогу встановити позицію, яку займають товари на ринку, що в результаті й визначає рівень конкурентоспроможності підприємства [10]. Перевагою в цьому методі є те, що враховується дія багатоманітних чинників зовнішнього середовища та є перспектива визначити позицію товару на ринку. Основу методу становлять експертні оцінки, це вважають мінусом методу.

Проведений аналіз укотре виділяє, що оцінка конкурентоспроможності підприємства становить заплутану багатофакторну задачу, яка зобов'язана зводитися до виявлення найбільш вагомих числових показників (система показників) конкурентоспроможності та їх наступного інтегрування [9].

Висновки із зазначених проблем і перспективи подальших досліджень у поданому напрямі. Проаналізувавши існуючі методи визначення конкурентоспроможності, можемо зробити висновок, що ті методи, які існують, використовують один або декілька показників ефективності виробничо-господарської діяльності, або користуються експертним оцінюванням, результати якого не завжди є об'єктивними.

Недоліки існуючих підходів до оцінки конкурентоспроможності полягають у тому, що вони не до кінця відповідають вимогам системності та комплексності, а тому не один із вищенаведених методів не пристосований для використання системного відбору та аналізу всіх чинників, які можуть впливати на конкретні переваги підприємства.

Отже, можемо чітко сформулювати вимоги до оптимальної системи оцінювання конкурентоспроможності, яка зведе до мінімуму всі недоліки попередніх методик: використання вихідних даних, які є наявними та доступними для розрахунку; можливість порівняння поточного рівня конкурентоспроможності з минулими періодами; можливість зробити прогноз на майбутнє.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Войчак А. В. Конкурентні переваги підприємства: сутність і класифікація / А. В. Войчак, Р. В. Камишніков // Маркетинг в Україні. – 2005. – № 2. – С. 50–53.
2. Левицька А. О. Методи оцінки конкурентоспроможності підприємства: вітчизняні та закордонні підходи до класифікації / А. О. Левицька // Механізм регулювання економіки. – 2013. – № 4. – С. 155–163.
3. Тарнавська Н. П. Управління конкуренто-

спроможністю підприємств : теорія, методологія, практика : монографія / Н. П. Тарнавська. – Тернопіль : Економічна думка, 2008. – 570 с.

4. Драган О. І. Управління конкурентоспроможністю підприємства: теоретичні аспекти : монографія / О. І. Драган. – Київ : ДАКККіМ, 2006. – 155 с.
5. Саєнко М. Г. Стратегія підприємства : підручник / М. Г. Саєнко. – Тернопіль : Економічна думка, – 2006. – 390 с.
6. Самуляк В. Ю. Оцінювання рівня розвитку підприємств / В. Ю. Самуляк, Р. В. Фещур // Логістика: Вісник НУ «Львівська політехніка». – 2008. – № 633. – С. 627–636.
7. Самуляк В. Ю. Методи оцінювання конкурентоспроможності підприємств / В. Ю. Самуляк Р. В. Фещур, Т. В. Лебідь, // Вісник Волинського національного університету ім. Л. Українки. Сер. : Економічні науки. – 2010. – № 4. – С. 27–32.
8. Котлер Ф. Маркетинг. Менеджмент / Ф. Котлер. – Санкт-Петербург : Питер, 2012. – 752 с.
9. Кирчата І. М. Оцінка конкурентного потенціалу в системі управління конкурентоспроможністю підприємства : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами» / І. М. Кирчата. – Маріуполь : ПрДТУ. – 2007. – 28 с.
10. Печенкин А. Об оценке конкурентоспособности товаров и производителей / А. Печенкин, В. Фомин // Маркетинг. – 2000. – № 2. – С. 34–38.

REFERENCES

1. Voichak, A. V. & Kamyshnikov, R. V. (2005). Konkurentni perevahy pidprijemstva: sutnist i klasyfikatsiia [Competitive advantages of the enterprise: essence and classification]. *Marketing in Ukraine - Marketing in Ukraine*, 2, 50–53 [in Ukrainian].
2. Levytska, A. O. (2013). Metody otsinky konkurentospromozhnosti pidprijemstva: vitchyzniani ta zakordonni pidkhody do klasyfikatsii. *Mekhanizm rehuliuвання ekonomiky* [Methods of assessing the

- competitiveness of the enterprise: domestic and foreign approaches to classification]. *Mekhanizm rehulyuvannya ekonomiky - The mechanism of regulation of the economy*, 4, 155–163 [in Ukrainian].
3. Tarnavs'ka, N. P. (2008). *Upravlinnya konkurentospromozhnistyu pidpryyemstv : teoriya, metodolohiya, praktyka [Management of enterprise competitiveness: theory, methodology, practice]*. Ternopil' : Ekonomichna dumka [in Ukrainian].
 4. Drahan, O. I. (2006). *Upravlinnia konkurentospromozhnistiu pidpryyemstv: teoretychni aspekty [Enterprise competitiveness management: theoretical aspects]*. Kiev : DAKKKiM [in Ukrainian].
 5. Saienko, M. H (2006). *Stratehiia pidpryyemstva [Enterprise strategy]*. Ternopil : Economic thought [in Ukrainian].
 6. Samuliak, V. Yu. & Feshchur, R. V. (2008). *Otsiniuvannya rivnia rozvytku pidpryyemstv [Assessment of the level of enterprise development]. Lohistyka: Visnyk NU "L'vivs'ka politekhnika" – Logistics: Bulletin of Lviv Polytechnic National University*, 633, 627–636 [in Ukrainian].
 7. Feshchur, R. V., Lebid, T. V. & Samuliak, V. Yu. (2010). *Metody otsiniuvannya konkurentospromozhnosti pidpryyemstv [Methods of assessing the competitiveness of enterprises]. Visnyk Volyns'koho natsional'noho universytetu im. L.Ukrayinky. Seriya "Ekonomichni nauky" – Bulletin of Volyn National University. L.Ukrainka. Economic Sciences Series*, 4, 27–32 [in Ukrainian].
 8. Kotler, F. (2012). *Marketing. Menedzhment [Marketing. Management]*. SPb : Piter [in Russian].
 9. Kyrchata, I. M. (2007). *Otsinka konkurentnoho potentsialu v systemi upravlinnya konkurentospromozhnistyu pidpryyemstva [Assessment of competitive potential in the enterprise competitiveness management system]. Candidate's thesis*. Mariupol : PrSTU [in Ukrainian].
 10. Pechenkin, A. & Fomin, V. (2000). *Ob otsenke konkurentosposobnosti tovarov i proizvoditeley [On the assessment of the competitiveness of goods and manufacturers]. Marketing – Marketing*, 2, 34–38 [in Russian].

А. М. Ткаченко, доктор экономических наук, профессор (Запорожский национальный технический университет); **Э. А. Колесник** (Классический частный университет). *Методы оценки конкурентоспособности предприятия.*

Аннотация. Цель статьи заключается в проведении анализа существующих методов оценки конкурентоспособности предприятия и определения показателей, использование которых, будет содействовать качественному проведению такого оценивания и получению достоверных показателей. **Методика исследования.** В исследовании проанализированы методы, которые чаще всего применяются для определения конкурентоспособности предприятия. В частности, метод анализа иерархий, который характеризуется систематизированной процедурой предоставления деталей, которые раскрывают суть проблемы. **Результаты.** По данным результатам исследования, были разработаны рекомендации для оптимальной системы оценивания конкурентоспособности предприятия. **Практическая значимость результатов исследования.** В статье аргументированы условия, к оптимальной системе оценки конкурентоспособности, придерживаясь которых, можно свести к минимуму все недостатки предыдущих методик оценивания конкурентоспособности предприятия.

Ключевые слова: конкурентоспособность предприятия, оценка конкурентоспособности, методы оценки конкурентоспособности, показатели конкурентоспособности, продукция.

A. Tkachenko, Dc. Econ. Sci., professor (Zaporizhzhya National Technical University); **E. Kolesnik** (Classical private university). **Competitiveness evolution methods of the enterprise.**

Annotation. Purpose. The article is to analyze existing methods for assessing the competitiveness of an enterprise and determine indicators, the use of which will contribute to the quality of such an assessment and to obtain reliable indicators. **Methodology of research.** The study analyzes the methods that are most often used to determine the competitiveness of an enterprise. In particular, the

method of analysis of hierarchies, which is characterized by a systematic procedure for providing details that reveal the essence of the problem. The considered systematization of methods demonstrates that, depending on the peculiarities of the systematization, the same method can belong to different groups. For example, the matrix of the Boston Consulting Group (BCG) is a matrix method in the form of presentation of results. At the same time, according to the (variables) of the analysis, it determines the position in the market of the entity, and by the level of decision making is included in the group of strategic methods. So, in practice, the methods are interrelated, while applying several approaches. **Findings.** Having analyzed the existing methods of determining competitiveness, we can conclude that those methods that exist are using one or more indicators of the efficiency of economic activity, or are using expert evaluation, the results of which are not always objective. The disadvantages of existing approaches to assessing competitiveness are that they do not fully meet the requirements of systematic and comprehensive, and therefore none of the above methods are not adapted to use systematic selection and analysis of all factors that can act on the specific benefits of the enterprise. In this way, we can clearly formulate the requirements for an optimal competitiveness assessment system that minimizes all the shortcomings of the previous methodologies: the use of raw data that is available and available for calculation, the ability to compare the current level of competitiveness with past periods and the ability to make a forecast for the future **Practical value.** The analysis which has been conducted, which once again highlights that the assessment of the competitiveness of the enterprise is a confusing multifactorial task, which must reduce to the identification of the most important numerical indicators (system of indicators) of competitiveness and their subsequent integration. The article argues the conditions for an optimal system for assessing competitiveness, adhering to which, one can minimize all the shortcomings of previous methods for assessing the competitiveness of an enterprise.

Keywords: Enterprise competitiveness, competitiveness assessment, competitiveness assessment methods, competitiveness indicators, products.