

УДК 378.4.091.33

DOI: <https://doi.org/10.32782/2520-2200/2021-1-17>**Зрибнєва І.П.**

кандидат економічних наук,
доцент кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку
Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича

Zrybnieva Iryna

Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University

ВИБІР МЕТОДИКИ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА З УРАХУВАННЯМ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА

THE CHOICE OF METHODS FOR ASSESSING THE COMPETITIVENESS OF INNOVATIVE ENTREPRENEURSHIP, WITH CONSIDERATION TO THE EXTERNAL ENVIRONMENT

Стаття присвячена вивченню питання методики оцінки конкурентоспроможності інноваційного підприємства. Незважаючи на відносно глибоке вивчення проблеми забезпечення конкурентоспроможності, єдиного підходу до її кількісної оцінки досі немає. Проблеми оцінки конкурентоспроможності складні і багатогранні. Успішність конкуренції на ринку діяльності залежить від наявності конкурентних переваг або ключових компетенцій, які утворені сукупністю складових (ціннісних і цінових). Правильна і об'єктивна оцінка конкурентоспроможності суб'єктів інноваційного підприємства дозволяє менеджменту приймати доцільні і правильні рішення, які спрямовані на досягнення поставлених стратегічних цілей. На даний момент науковцями розглядається досить багато методів для оцінки конкурентоспроможності, однак відсутня загальноприйнята методика, що була б визнана як і науковцями так і практиками. Досліджуючи методи і моделі оцінки конкурентоспроможності господарюючих суб'єктів автор приходить до висновку, що всі підходи сфокусовані на багатокритеріальній оцінці будь-якої однієї функціональної області, яка описує конкурентоспроможність суб'єктів інноваційного підприємства. Тому, вважає доцільним розробити авторський підхід до оцінки конкурентоспроможності суб'єктів інноваційного підприємства.

Ключові слова: методика, метод, методологія, оцінка, інноваційне підприємство, конкурентоспроможність.

Статья посвящена изучению вопроса методики оценки конкурентоспособности инновационного предприятия. Несмотря на относительно глубокое изучение проблемы обеспечения конкурентоспособности, единого подхода к ее количественной оценке пока нет. Проблемы оценки конкурентоспособности сложные и многогранные. Успешность конкуренции на рынке деятельности зависит от наличия конкурентных преимуществ или ключевых компетенций, которые образованы совокупностью составляющих (ценностных и ценовых). Правильная и объективная оценка конкурентоспособности субъектов инновационного предпринимательства позволяет менеджменту принимать целесообразные и правильные решения, направленные на достижение поставленных стратегических целей. На данный момент учеными рассматривается достаточно много методов для оценки конкурентоспособности, однако отсутствует общепринятая методика, которая была бы признана как учеными, так и практиками. Исследуя методы и модели оценки конкурентоспособности, хозяйствующих субъектов автор приходит к выводу, что все подходы сфокусированы на многокритериальной оценке какой-либо одной функциональной области, которая описывает конкурентоспособность субъектов инновационного предпринимательства. Поэтому, видит целесообразным разработать авторский подход к оценке конкурентоспособности субъектов инновационного предпринимательства.

Ключевые слова: методика, метод, методология, оценка, инновационное предприятие, конкурентоспособность.

The article is devoted to the study of the method of assessing the competitiveness of an innovative enterprise. Despite a relatively in-depth study of the problem of ensuring competitiveness, there is still no single approach to its quantification. Problems of competitiveness assessment are complex and multifaceted. The success of competition in the market depends on the presence of competitive

advantages or key competencies, which are formed by a set of components (value and price). The correct and objective assessment of the competitiveness of the subjects of innovative entrepreneurship allows management to make appropriate and correct decisions that are aimed at achieving strategic goals. At present, scientists are considering quite a few methods for assessing competitiveness, but there is no generally accepted methodology that would be recognized by both scientists and practitioners. Examining the methods and models of assessing the competitiveness of economic entities, the author concludes that all approaches are focused on multicriteria assessment of any one functional area, which describes the competitiveness of innovative entrepreneurs. Therefore, he considers it expedient to develop an author's approach to assessing the competitiveness of innovative entrepreneurs. The competitiveness of innovative entrepreneurship is formed through the successful transformation of resources into the final product with which the business entity is represented in the market. Thus, it is established that, first, the indicator of competitiveness is a measure or reflection of the effectiveness of the operation and development of the subject of innovative entrepreneurship. And, secondly, the actual indicator of competitiveness is an integrated assessment, incorporates a number of indicators that characterize the ability of the business entity to convert resources into results and maximize the effects. Competitiveness of innovative entrepreneurs can be seen as the ability or combination of their abilities aimed at achieving almost one goal – maximizing entrepreneurial benefits – through comprehensive actions based on organizational knowledge and key competencies aimed at improving and / or optimizing the functioning of subsystems management of functioning and development of subjects of innovative business. Given that the competitiveness of innovative entrepreneurs is considered by us as a multi-criteria category, which is formed under the influence of many external and internal factors, as well as environmental determinants, respectively, it should be assumed that the most important role in competitiveness is played by social, technological and economic aspects.

Key words: methods, method, methodology, evaluation, innovative enterprise, competitiveness.

Постановка проблеми. В умовах нестабільного і вельми часто агресивного зовнішнього середовища функціонування і розвитку суб'єктів інноваційного підприємництва вміння передбачати зміни в зовнішніх тенденції і забезпечити поряд з цим зміни у внутрішньому середовищі стає головним принципом проактивного стратегічного управління, їх діяльністю, яка повинна характеризуватися належним рівнем конкурентоспроможності. Тому важливість вироблення методик оцінки конкурентоспроможності суб'єктів інноваційного підприємництва є незаперечним фактом і потребує детального вивчення.

Аналіз останніх досліджень. Вивченню питання методики оцінки конкурентоспроможності підприємств присвятили свої дослідження такі науковці як: В.Д. Адріанова, А.П. Градова, І.Н. Герчикова, П.Р. Діксон, Е. Дихтль, М.Г. Долинська, І.В. Зулькарпаєва, Л.Р. Ільсова, З.А. Калугіна, Ф. Котлер, І.У. Ліпсиц, В.С. Мисакова, С.І. Савчук, А. Селезнева, І.А. Соловійова, Р.А. Фатхутдінов, Х. Хершген, О.Г. Янков та ін.

Мета статті. Дослідити та виробити методику оцінки конкурентоспроможності суб'єктів інноваційного підприємництва.

Виклад основного матеріалу. Перш ніж безпосередньо приступити до вироблення методики оцінки конкурентоспроможності суб'єктів інноваційного підприємництва, необхідно визначитися з поняттями, які, з одного боку, є схожими, а з іншого боку, є різні категорії.

До таких понять в першу чергу необхідно віднести терміни «метод», «методика», «мето-

дологія». У філософському словнику даний термін трактується двояко: в загальному сенсі – це спосіб досягнення мети, конкретно – це певним чином упорядкована діяльність. Отже, метод є способом пізнання досліджуваного предмета або об'єкта, що узгоджується з визначенням, яке дається в словнику С.І. Ожегова: «метод – спосіб теоретичного дослідження або практичного здійснення чого-небудь».

Очевидно, що основою для даних визначень служить посил до того, що метод – є спосіб досягнення мети за рахунок будь-яких конкретних дій, прийомів або операцій. Фактично в основі терміна «метод» лежить діяльнісний підхід, який невіддільний від теорії.

Таким чином, стосовно оцінки конкурентоспроможності суб'єктів інноваційного підприємництва метод являє собою спеціальний прийом, спосіб, правило і набір необхідних дій для вибору, розробки та подальшого використання аналітико-оцінного інструментарію. В даному випадку методи оцінки конкурентоспроможності суб'єктів інноваційного підприємництва ґрунтуються на загальній теорії управління, інноваційному менеджменті, загалом і в стратегічному менеджменті як наукових дисциплінах. І очевидно, що методичні підходи до оцінки конкурентоспроможності суб'єктів інноваційного підприємництва повинні базуватися на міждисциплінарному підході.

Розширеними поняттями, які виходять також з терміна «метод» (в тому числі і метод оцінки конкурентоспроможності), є поняття «методика» і «методологія».

При цьому в словнику С.І. Ожегова дається таке визначення терміна «методика» – це «сукупність методів практичного виконання чого-небудь». Навпаки, в філософському словнику відсутній трактування терміна «методика» і дається визначення терміна «методологія» як «сукупність пізнавальних засобів, методів, прийомів, використовуваних в будь-якій науці, або область знання, що вивчає засоби, передумови і принципи організації пізнавальної і практично-перетворюючої діяльності».

Очевидно, що поняття «метод» в повній мірі включено в терміни «методика» і «методологія», при цьому якщо методика – є агрегування практичних (діяльнісних) методів, то методологія – є агрегування теоретичних і практичних методів. Тому якщо метод можна розглядати як засіб або спосіб вирішення будь-якої частини завдання, то методика можна розглядати як засіб або спосіб комплексного вирішення завдання. Оскільки формування оцінки конкурентоспроможності суб'єктів інноваційного підприємства базується на міждисциплінарному підході, то, відповідно, сукупність використовуваних підходів, інструментів і засобів характеризує склад використовуваних методів, тобто являє собою методика. Методика в практичному плані спрямована на вирішення завдання формалізації інструментів оцінки конкурентоспроможності суб'єктів інноваційного підприємства і методологічно, з урахуванням теоретичних і нормативно-законодавчих положень, регламентує систему і структуру управління діяльністю зазначених суб'єктів.

Незважаючи на відносно глибоку опрацьованість проблеми забезпечення конкурентоспроможності, єдиного підходу до її кількісної оцінки досі немає. Проблеми оцінки конкурентоспроможності складні і багатогранні.

Свій внесок у вирішення цих проблем внесли такі зарубіжні та вітчизняні вчені, як М. Портер, Ф. Котлер, Е. Дихтль і Х. Хершген, які розробляли теоретичні та методичні аспекти оцінки конкурентоспроможності господарюючих суб'єктів. Однак до сих пір немає чіткої систематизація отриманих результатів досліджень.

Слід ще раз звернути увагу на те, що до недавнього часу конкурентоспроможність господарюючих суб'єктів, в тому числі суб'єктів інноваційного підприємства, розглядалася виключно в маркетинговому аспекті, як в плані теорії, так і в плані методології. Однак в даний час такий підхід є помилковим, оскільки конкурентоспроможність розглядається як системоутворююча аналітико-оцінна категорія.

Конкурентоспроможність становить основу сталого розвитку господарюючих суб'єктів, в тому числі суб'єктів інноваційного підприєм-

ництва. Успішність конкуренції на ринку діяльності залежить від наявності конкурентних переваг або ключових компетенцій, які утворені сукупністю складових (ціннісних і цінових). Правильна і об'єктивна оцінка конкурентоспроможності суб'єктів інноваційного підприємства дозволяє менеджменту приймати доцільні і правильні рішення, які спрямовані на досягнення поставлених стратегічних цілей.

У науковій літературі представлений ряд методів і моделей оцінки конкурентоспроможності різних бізнес-структур, в тому числі, інноваційного підприємства. В теорії та практиці прийнято виділяти дві групи методів оцінки конкурентоспроможності господарюючих суб'єктів – це група аналітичних методів і група графічних методів (Рис. 1).

Згідно з концепцією, використання тих чи інших методів оцінки конкурентоспроможності має бути диференційовано залежно від об'єктів оцінки. Об'єктом оцінки може бути власне господарюючий суб'єкт, в тому числі суб'єкт інноваційного підприємства, або продукція, що випускається даним господарюючим суб'єктом.

Всі представлені на рис. 1 методи і моделі оцінки конкурентоспроможності традиційні, існує досить великий досвід їх наукового і практичного застосування. Але в той же час ці методи і моделі не позбавлені недоліків. Зокрема, матриця БКГ, матриця Портера – це статичні оціночні моделі, модель Розенберга і модель на основі оцінки споживчої вартості багато в чому суб'єктивні, інші методи також не відрізняються достатньою об'єктивністю і динамічністю, крім цього, дані моделі не дозволяють оцінювати здатність господарюючих суб'єктів використовувати в як ключовий переваги психолого (когнітивні) ресурси. Тому використовувати запропоновані методи і моделі для оцінки конкурентоспроможності суб'єктів інноваційного підприємства не доцільно.

Крім вище описаних методів і моделей оцінки конкурентоспроможності господарюючих суб'єктів, існує ще близько десяти методичних підходів, серед них варто виділити: метод порівняльних переваг, який, по суті, являє собою порівняльну оцінку ключових компетенцій, що забезпечують здатність суб'єкта до конкуренції на ринку діяльності; метод оцінки профілів якості продукції, який передбачає визначення рівня якості самого продукту і здатності цього продукту задовольняти основні споживчі запити; метод бенчмаркінгу, в рамках якого оцінюється кращий досвід діяльності суб'єкта підприємства, в розглянутому сегменті – краща пропозиція товарної продукції; на основі зіставлення визначається рівень від-

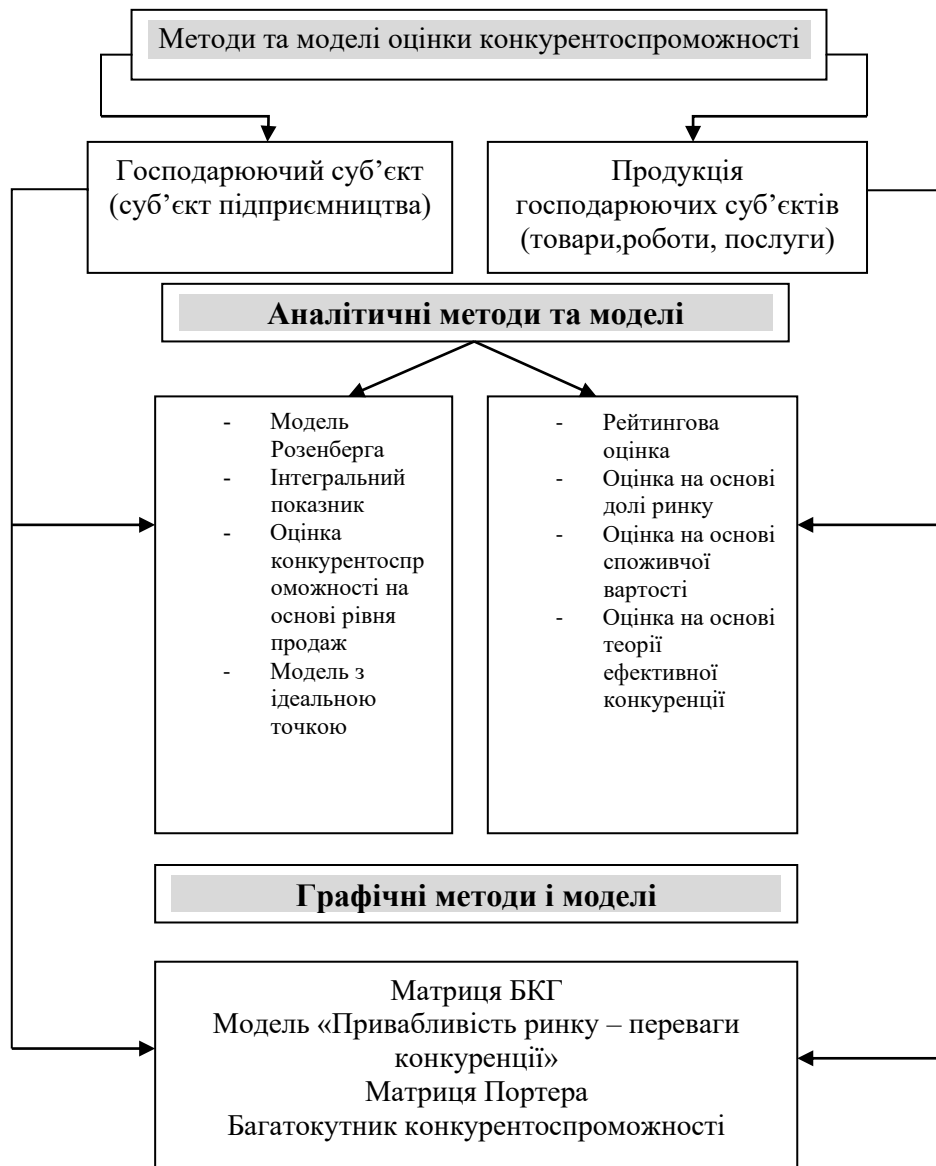


Рис. 1. Методи оцінки конкурентоспроможності господарюючих суб'єктів, які використовуються на практиці

повідності аналізованого суб'єкта і його продукту кращого досвіду.

Систематизація методів оцінки конкурентоспроможності господарюючих суб'єктів, дозволила умовно класифікувати їх за трьома основними групами: методи, що інтегрують конкурентоспроможність товару і конкурентний потенціал суб'єкта; методи, що оцінюють рівень конкурентоспроможності тільки господарюючого суб'єкта (окремо взятого господарюючого суб'єкта); методи, засновані на оцінці конкурентоспроможності товарної продукції, при цьому не враховується конкурентоспроможність виробника.

Очевидно, що існує досить багато підходів до оцінки конкурентоспроможності господарюючих суб'єктів, але кожен них не тільки володіє

певними недоліками, але і не розкриває методичну специфіку проведення оцінки, набору використовуваних показників або критеріїв в оцінці, використовуваного економіко-аналітичного інструментарію. Більш того, необхідно відзначити, що жодна з розглянутих вище методик не дозволяє оцінювати конкурентоспроможність суб'єктів інноваційного підприємництва, оскільки не враховує специфіку ведення такої діяльності.

Якщо звернутися безпосередньо до досліджень, що розкриває сутність методичних підходів до оцінки конкурентоспроможності суб'єктів інноваційного підприємництва, то можна відзначити, що в даному випадку методи оцінки конкурентоспроможності ґрунтуються також на використанні багатокритеріального підходу. Розрахунок комплексного показника,

який включає бально-рейтингову оцінку таких основних критеріїв включає: ринкову активність; матеріально-технічна сферу; організаційно-управлінську сферу; конкурентоспроможність продукції; інноваційно-інвестиційна сфера; фінансова сфера.

Можна відзначити, що будь-які бально-рейтингові методики засновані на використанні для оцінки експертної думки, що може бути причиною зниження її об'єктивності, тому в таких методиках необхідно використовувати додаткові аналітичні інструменти, що дозволяють оцінювати узгодженість думок експертів. Одним з таких інструментів є розрахунок коефіцієнта конкордації, що підвищує рівень складності проведення оціночних процедур.

Можна оцінювати конкурентоспроможність суб'єктів інноваційного підприємства по підставі наявності результатів інтелектуальної діяльності і здатності комерціалізувати дані результати. На нашу думку, такий підхід не є в повній мірі вірним, оскільки не враховує значимість і затребуваність ринком результатів інтелектуальної діяльності.

Інноваційна культура персоналу являє собою ключовий фактор інноваційності самого господарюючого суб'єкта, який переходить на новий рівень розвитку за рахунок використання організаційних знань (інтелектуального капіталу) своїх співробітників.

Безумовно, інтелектуальний капітал являє собою значимий ресурс інноваційного розвитку суб'єктів підприємства, в той же час, на нашу думку, інтелектуальний капітал – це один з факторів формування конкурентних переваг, який не завжди використовується в практиці управління функціонуванням і розвитком господарюючих суб'єктів, в тому числі суб'єктів інноваційного підприємства.

В науковій літературі зустрічається думка, що конкурентоспроможність всіх без винятку суб'єктів господарювання утворена деяким безліччю факторів, серед яких найголовнішими є:

1) фактор цінової конкуренції, який полягає в зниженні ціни на продукцію з метою збільшення прибутку за рахунок подальшого зростання обсягів реалізації. Збільшення обсягів продажів обумовлене як залученням покупців, раніше користуються аналогічним товаром інших виробників, так і залученням покупців з ринкового сегмента з більш низьким доходом. Завданням цінової конкуренції є забезпечення зростлого попиту необхідним рівнем фірмового пропозиції. Мета цінової конкуренції вважається досягнутою, якщо в результаті зниження цін відбулося збільшення прибутку;

2) фактор якісної конкуренції, який полягає в підвищенні попиту на продукцію суб'єкта

підприємства, в тому числі інноваційного, шляхом пропозиції ринку товарів більш високої якості. В основу концепції покладено правило – більш висока якість є причиною підвищеної уваги споживачів до товару. Якість продукції розуміється як сукупність реалізованих в товарі споживчих властивостей (функцій), здатних задовольняти потреби покупців. Якісна конкуренція заснована або на створенні перевершує параметра споживчої функції, або на реалізації нового споживчого властивості, здатного задовольнити додаткову потребу. Поліпшення якості товару дозволяє підвищити ціну його реалізації в порівнянні з аналогічними, але менш якісними товарами на ринку. Мета якісної конкуренції вважається досягнутою, якщо в результаті поліпшення якості товару відбулося збільшення попиту і прибутку;

3) фактор збутової конкуренції, який полягає в управлінні збутом з метою підвищення прибутку. Носієм керуючого впливу при цьому виступає канал збуту. Концепція збутової конкуренції заснована на тому, що доступність товару для потенційних покупців підвищує попит на нього. Збільшення кількості каналів підвищує обсяг продажів і, відповідно, прибуток. Скорочення кількості посередників збільшує частку виробника в кінцевій ціні товару. Завданням збутової конкуренції є всебічний охоплення цільового ринку каналами збуту. Мета збутової конкуренції вважається досягнутою, якщо в результаті створення додаткового каналу збуту відбулося збільшення кількості продажів з подальшим зростанням прибутку;

4) фактор комунікаційної конкуренції, який полягає у впливі на споживача за допомогою комунікаційних маркетингових засобів з метою підвищення попиту на продукцію фірми. Мета комунікаційної конкуренції – збільшення прибутку – в даному випадку досягається за рахунок реалізації продукції за підвищеними цінами. Підвищення цін обумовлюється як підвищеним попитом на товар, так і необхідністю відшкодування витрат на використання комплексу маркетингових комунікацій. Підвищення попиту відбувається за рахунок розширення ринку збуту. Мета комунікаційної конкуренції вважається досягнутою, якщо в результаті використання маркетингових засобів відбулося збільшення прибутку.

Очевидно, що з одного боку такий підхід, є дещо застарілим в науковому плані, а з іншого боку, являє собою не методичні основи оцінки конкурентоспроможності, а методичні основи оцінки функцій управління конкурентоспроможністю суб'єктів господарювання, в тому числі суб'єктів інноваційного підприємства.

Існує також підхід до оцінки конкурентоспроможності суб'єктів інноваційного підприємства, який передбачає аналіз попиту на створені суб'єктом нематеріальні активи, а також аналіз ліквідності таких активів. Зокрема, такого підходу дотримується, який вказує, що нематеріальні активи є ключовим ресурсом інноваційного розвитку сучасних організацій. Але варто зазначити, що це не зовсім вірне твердження, оскільки нематеріальний актив – це вже результат використання тих чи інших ресурсів. Тому, незважаючи на важливість володіння суб'єктом підприємства нематеріальними активами, їх наявність саме по собі не дозволяє оцінювати рівень конкурентоспроможності даного суб'єкта, в тому числі здійснює свою безпосередню діяльність в сфері інноваційного підприємства.

Очевидно, що всі вищеописані підходи сфокусовані на багатокритеріальній оцінці будь-якої однієї функціональної області, яка описує конкурентоспроможність суб'єктів інноваційного підприємства. Тому далі представляється доцільним розробити авторський підхід до оцінки конкурентоспроможності суб'єктів інноваційного підприємства.

При цьому необхідно розуміти, що забезпечення конкурентоспроможності будь-яких господарюючих суб'єктів, в тому числі суб'єктів інноваційного підприємства, має певну цільову спрямованість. І якщо раніше на меті досягнення конкурентоспроможності господарюючих суб'єктів полягала в забезпеченні виживання на ринку діяльності, то в даний час на меті забезпечення конкурентоспроможності господарюючих суб'єктів, в тому числі суб'єктів інноваційного підприємства, полягає в забезпеченні збалансованого економічного зростання, що дозволяє даному суб'єкту постійно розвиватися.

Конкурентоспроможність інноваційного підприємства формується за рахунок успішного перетворення ресурсів в кінцевий продукт, з яким суб'єкт підприємства представлений на ринку. Отже, встановлено що, по-перше, показник конкурентоспроможності є міра або відображення ефективності діяльності функціонування і розвитку суб'єкта інноваційного підприємства. А, по-друге, власне показник конкурентоспроможності являє собою інтегральну оцінку, інкорпорує деякий безліч індикаторів, що характеризують здатність суб'єкта підприємства перетворювати ресурси в результати і максимізувати одержувані ефекти.

Висновки. Таким чином, варто зазначити, що конкурентоспроможність суб'єктів інноваційного підприємства може розглядатися як здатність або сукупність їх здібностей, спрямованих на досягнення практично однієї мети – максимізації підприємницьких вигод – за рахунок комплексних дій, заснованих на організаційних знаннях і ключових компетенціях і спрямованих на вдосконалення і/або оптимізацію функціонування підсистем в системі управління функціонуванням і розвитком суб'єктів інноваційного підприємства. З огляду на те, що конкурентоспроможність суб'єктів інноваційного підприємства розглядається нами як багатокритеріальна категорія, яка формується під впливом безлічі зовнішніх і внутрішніх факторів, а також середовищних детермінантів, відповідно, варто припустити, що найголовнішу роль у формуванні здібностей до конкурентної боротьби відіграють соціальні, технологічні та економічні аспекти. Дані аспекти, з одного боку, формують необхідні умови і продукують необхідні ресурси для розвитку інноваційної активності, а з іншого боку, сприяють накопиченню нових якостей, необхідних для успішної конкуренції на ринку діяльності.

Список використаних джерел:

1. Економіка й організація інноваційної діяльності : підручник / за ред. О.І. Волкова, М.П. Денисенка. Київ : Професіонал, 2011. 960 с.
2. Заблоцький Б.Ф. Економіка й організація інноваційної діяльності : навч. посіб. Львів : Новий Світ-2000, 2008. 456 с.
3. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення : [монографія / за заг. ред. О.Г. Янкового]. Одеса : Атлант, 2013. 470 с.
4. Портер М.Э. Конкуренция : учеб. Пособ./ пер. с англ. Москва : Изд. Дом «Вильямс», 2001. 495 с.

References:

1. Volkova O.I., & Denisenko M.P. (2011). Economics and organization of innovation. Kyiv: Profecional [in Ukrainian].
2. Zablotsky B.F. (2008). Economics and organization of innovation. Lviv: Novyi Svit-2000 [in Ukrainian].
3. Yankov O.G. (2013). Competitiveness of the enterprise: assessment of the level and directions of increase. monohrafiya [a monograph]. Odesa: Atlant [in Ukrainian].
4. Porter M.E. (2001) Competition: textbook. Manual. Moskva: Ed. House "Williams".