

УДК 658.012.2

JEL M11

DOI: 10.31471/2409-0948-2024-1(29)-115-125

Зелінська Галина Олексіївна
доктор економічних наук, професор,
професор кафедри прикладної економіки
Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу
76019, Івано-Франківськ, вул. Карпатська, 15
e-mail: zelinska_haluna@i.ua
ORCID <https://orcid.org/0000-0003-2175-4883>

Андрусів Уляна Ярославівна
кандидат економічних наук, доцент
доцент кафедри туризму, рекреації та регіонального розвитку
Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу
76019, Івано-Франківськ, вул. Карпатська, 15
e-mail: andrusivu@ukr.net
ORCID ID <https://orcid.org/0000-0003-1793-0936>

Микитюк Наталія Євгенівна
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту та адміністрування
Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу
76019, Івано-Франківськ, вул. Карпатська, 15
E-mail: nataliamykytiukmmm@gmail.com
ORCID ID: <http://0000-0002-3194-3891>

Михайлюк Юрій Романович
аспірант
Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу
76019, Івано-Франківськ, вул. Карпатська, 15
e-mail: wowan-1989@ukr.net

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ЩОДО ОЦІНЮВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СУБЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Анотація. Метою статті є обґрунтування теоретико-методичних засад та розробка практичних рекомендацій щодо формування й підвищення конкурентних переваг субєктів господарювання з використанням факторного аналізу. Цей метод дозволяє ідентифікувати ключові фактори, які впливають на конкурентоспроможність субєктів господарювання, а також визначити їхню вагомість. В статті висвітлені теоретичні засади формування конкурентних переваг субєктів господарювання. Встановлено, що оцінка конкурентоспроможності субєктів господарювання є важливим етапом в управлінні бізнесом. Конкурентоспроможність визначається здатністю субєктів господарювання ефективно конкурувати на ринку, забезпечуючи високу якість продукції або послуг, конкурентні ціни, інноваційні рішення та відмінний сервіс для клієнтів.

Сформовано методичні підходи щодо управління конкурентоспроможністю субєктів господарювання, які дозволять їм зрозуміти й визначити свої конкурентні переваги та недоліки, а також розробити стратегію для підвищення своєї конкурентоспроможності на ринку. Обґрунтовано організаційно-економічні заходи щодо підвищення конкурентних переваг субєктів господарювання комплексу. Обґрунтовано, що інтегрована

корпоративна структура має на меті створення сприятливих умов для підвищення конкурентоспроможності суб'єктів господарювання шляхом оптимізації внутрішніх бізнес-процесів, ресурсів та управління. Запропоновані теоретичні напрями дозволяють робити більш обґрунтовані висновки про стан конкурентоспроможності господарюючих суб'єктів і сприятимуть прийняттю управлінських рішень щодо поліпшення окремих аспектів їх діяльності. Аналіз отриманих результатів дозволить ідентифікувати проблемні сфери, визначити пріоритетні напрямки розвитку та розробити конкретні заходи для їх вирішення. Таким чином, дослідження допомагає суб'єктам господарювання зосередитися на ключових аспектах своєї діяльності та досягти ефективних результатів у конкурентному середовищі.

Ключові слова: конкурентоспроможність, методичні підходи, суб'єкт господарювання, переваги, інтегровані системи.

Zelinska Halyna Oleksiivna
doctor of economics, professor
professor of the Department of Applied Economics
Ivano-Frankivsk National Technical University oil and gas
76019, Ivano-Frankivsk, street. Carpathian, 15
e-mail: zelinska_haluna@i.ua

Andrusiv Uliana Yaroslavivna
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Associate Professor of the Department of Tourism, Recreation and Regional Development
Ivano-Frankivsk National Technical University oil and gas
76019, Ivano-Frankivsk, street. Carpathian, 15
e-mail: andrusivu@ukr.net

Mykytiuk Natalia Yevgenivna
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Associated professor of management and administration department
76019, Ivano-Frankivsk, st. Karpatska, 15
E-mail: nataliamykytiukmmm@gmail.com
ORCID ID: [http:// 0000-0002-3194-3891](http://0000-0002-3194-3891)

Mykhailiuk Yury Romanovych
postgraduate
Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas
76019, Ivano-Frankivsk, str. Karpatska, 15
e-mail: wowan-1989@ukr.net

METHODOLOGICAL APPROACHES TO COMPETITIVENESS ASSESSMENT BUSINESS ENTITIES

Abstract. The purpose of the article is to substantiate the theoretical and methodological principles and develop practical recommendations for the formation and improvement of the competitive advantages of economic entities using factor analysis. This method makes it possible to identify key factors that affect the competitiveness of economic entities, as well as to determine their importance. The article highlights the theoretical foundations of the formation of competitive advantages of economic entities. It has been established that assessing the competitiveness of business entities is an important stage in business management. Competitiveness is determined by the ability of business entities to compete effectively on the market, providing high quality products or services, competitive prices, innovative solutions and excellent customer service.

Methodical approaches to managing the competitiveness of economic entities have been formed, which will allow them to understand and determine their competitive advantages and disadvantages, as well as to develop a strategy to increase their competitiveness in the market. The organizational and economic measures to increase the competitive advantages of the business entities of the complex are substantiated. It is substantiated that the integrated corporate structure aims to create favorable conditions for increasing the competitiveness of economic entities by optimizing internal business processes, resources and management. The proposed theoretical directions make it possible to draw more reasonable conclusions about the state of competitiveness of economic entities and will contribute to the adoption of managerial decisions regarding the improvement of certain aspects of their activity. The analysis of the obtained results will allow to identify problem areas, to determine the priority areas of development and to develop specific measures for their solution. Thus, research helps business entities to focus on key aspects of their activities and achieve effective results in a competitive environment.

Keywords: competitiveness, methodical approaches, business entity, advantages, integrated systems.

Вступ. Виробництво високоякісної продукції та ефективність функціонування суб'єктів господарювання є особливо актуальними в умовах поширення інтеграційних процесів. Останніми роками суб'єкти господарювання функціонують в умовах нестабільного конкурентного середовища, що потребує впровадження науково обґрунтованих підходів управління конкурентоспроможністю з метою забезпечення стабільного конкурентного становища господарюючого суб'єкта в стратегічній перспективі. Враховуючи сучасні ринкові відносини, які характеризуються зростаючою конкуренцією, обмеженим фінансовим забезпеченням товаровиробників, невизначеністю та мінливістю політичних, економічних і соціальних факторів, головним завданням для функціонуючого суб'єкта господарювання стає прийняття ефективних управлінських рішень. Забезпеченню конкурентоспроможного розвитку суб'єктів господарювання перешкоджають безсистемність і розпорошеність надходжень коштів у модернізацію їх виробничої діяльності, низька інвестиційна активність, відсутність комплексного застосування інноваційних технологій, недосконалість економічного механізму управління виробничими бізнес-процесами.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання методології вибору та практики реалізації напрямів підвищення конкурентоспроможності суб'єктів господарювання досліджені у роботах вчених-економістів: Воловодюк С. [1], Кобиляцького Л. [2], Тарнавської Н. [3], Янкового О. [4] Андрусів У. [5, 6, 7] та ін. Проте недостатньо дослідженими залишаються питання системного підходу до розуміння конкурентоспроможності як комплексної економічної категорії, її взаємозв'язку з конкурентними перевагами суб'єктів господарювання та організаційно-економічними заходами реалізації конкурентного потенціалу суб'єктів ринку.

Метою статті є обґрунтування теоретико-методичних засад та розробка практичних рекомендацій щодо формування й підвищення конкурентних переваг суб'єктів господарювання.

Виклад основного матеріалу. Об'єктивна необхідність організації процесу управління конкурентоспроможністю суб'єктів господарювання в промисловому секторі обґрунтовується такими положеннями:

- збільшення конкуренції на ринку: промисловий сектор характеризується великою конкуренцією, тому суб'єктам господарювання необхідно постійно вдосконалювати свою конкурентоспроможність, щоб зберегти свої позиції і активно залучати нових клієнтів;
- швидкі зміни у технологіях: промисловий сектор постійно розвивається і впроваджує нові технології, тому суб'єктам господарювання важливо бути готовими до швидкого реагування на зміни і вдосконалювати свої бізнес-процеси;

- глобалізація ринків: суб'єкти господарювання мають конкурувати не лише на внутрішньому ринку, а й на міжнародному рівні. Це вимагає від них високої конкурентоспроможності, адаптації до міжнародних стандартів і вимог, а також розвитку ефективних стратегій міжнародного бізнесу;

- зміни в споживчих вподобаннях: споживачі постійно змінюють свої вподобання і очікування, тому суб'єктам господарювання необхідно постійно вдосконалювати свою продукцію і послуги, щоб задовольняти потреби ринку;

- ріст вартості ресурсів: в умовах зростання вартості енергоресурсів, сировини та інших ресурсів, суб'єкти господарювання стикаються з ускладненням умов виробництва. Це може призвести до збільшення витрат на виробництво, зниження прибутковості та конкурентоспроможності суб'єктів господарювання. Для того, щоб ефективно управляти цими ризиками, суб'єкти господарювання повинні впроваджувати стратегії зменшення споживання ресурсів, використання енергоефективних технологій, пошук альтернативних джерел енергії та сировини, а також розробляти плани дії на випадок подальшого зростання вартості ресурсів.

Тільки таким чином, суб'єкти господарювання зможуть забезпечити стійке функціонування і успішний розвиток в умовах зростання вартості ресурсів. Крім того, важливо також розглядати можливості диверсифікації джерел постачання ресурсів, укладання довгострокових угод з постачальниками, а також впровадження інноваційних рішень у сфері виробництва та управління ресурсами. Необхідно також активно співпрацювати з урядовими органами та галузевими асоціаціями для розробки спільних стратегій забезпечення стійкості в умовах змін на ринку ресурсів.

Здатність господарюючих суб'єктів вести конкурентне суперництво з іншими виробниками в межах певного ринкового простору, є суттю категорії конкурентоспроможності. Конкурентоспроможність виробника показує його пристосованість у стратегічній перспективі до зовнішніх змін. Одні автори [8] під конкурентоспроможністю суб'єкта розуміється комплекс взаємопов'язаних економічних характеристик (факторів), впливаючи на які, можна досягти ринкової переваги. Інші дослідники [1,5,7] визначають конкурентоспроможність суб'єкта як здатність максимально ефективно використовувати наявний потенціал з метою забезпечення вигідної ринкової позиції. Наявність багатьох трактувань конкурентоспроможності та відсутність єдиного методичного підходу до її оцінки свідчить про важливість проблеми і необхідність подальшого її дослідження. Не заперечуючи трактування вищезгаданих авторів щодо категорії конкурентоспроможності пропонуємо власне її визначення. Під *конкурентоспроможністю* суб'єкта господарювання будемо розуміти багатофакторну характеристику, яка відображає здатність суб'єкта змагатися з конкурентами в межах певного ринкового простору за рахунок забезпечення конкурентних переваг внутрішніх складових господарської діяльності та виробленої продукції (товарів, послуг) відповідно вимог даного ринку та споживчим потребам в конкретний момент часу.

Конкурентний статус виробника впливає на розробку й вибір стратегічних управлінських рішень в галузі формування конкурентних переваг. Наявність в структурі сучасних ринків декількох внутрішньогалузевих сегментів призводить до того, що виробник або зосереджений на незначній кількості ринків, або намагається охопити більшість з них. У цьому випадку загальна конкурентна позиція суб'єкта господарювання виступає як сукупність позицій на різних внутрішньогалузевих сегментах. Фактична конкурентна позиція суб'єкта господарювання, яка досягнута завдяки використанню наявних переваг виступає «відправною точкою» при виборі майбутньої конкурентної стратегії, що припускає формування нових типів переваг або розвиток вже існуючих (див. рис. 1).

Відповідно до наведеного рисунку суб'єкт господарювання під час зміни ринкових позицій проходить цикл конкурентного розвитку. В даному процесі реалізується стратегія формування конкурентних переваг суб'єкта господарювання. Фактичний конкурентний

статус суб'єкта передбачає кілька альтернатив подальшого розвитку, які визначаються силою і характером впливу зовнішнього середовища. При цьому кожному з варіантів властиві індивідуальні типи переваг, які обумовлені наявною комбінацією зовнішніх і внутрішніх факторів.

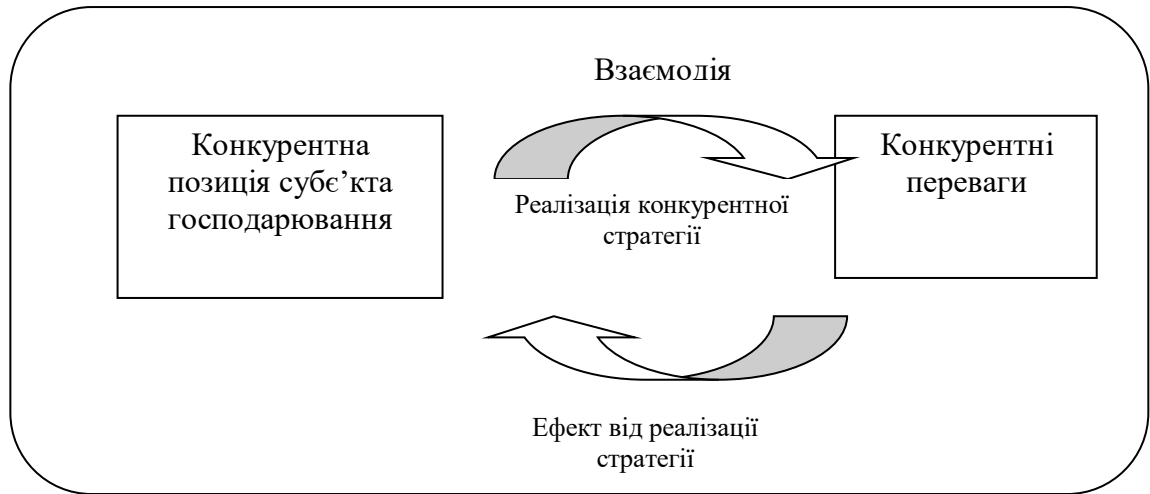


Рис. 1. Циклічність процесу стратегічного формування конкурентних переваг суб'єкта господарювання

Зміна конкурентного статусу виробника в результаті впливу зовнішніх умов господарювання, передбачає також зміну типів створюваних переваг. Визначення місця й ролі суб'єкта в конкурентному середовищі є необхідною умовою подальшої розробки конкурентної стратегії, яка оптимально відповідає цілям та завданням виробника. Так як кінцевою метою конкурентного розвитку суб'єкта є створення та розвиток типів конкурентних переваг, то простежується очевидний взаємозв'язок останніх з типом реалізованої стратегії (табл. 1).

Ідентифікація виробником типів конкурентних переваг (наявних і потенційних) пов'язана з певними труднощами, серед яких є відсутність науково обґрунтованих підходів до вивчення системи внутрішніх і зовнішніх чинників впливу на господарюючий суб'єкт. Як наслідок, відсутність у суб'єктів ефективних управлінських і організаційно-економічних механізмів реагування на зміни зовнішнього середовища та недосконалість методичного апарату оцінки конкурентних переваг призводять до низької конкурентоспроможності суб'єктів господарювання.

Характер розвитку конкурентних переваг суб'єктів господарювання визначається динамікою факторів зовнішнього середовища. Управління конкурентоспроможністю суб'єкта економічних відносин передбачає комплексне вивчення впливу системи внутрішніх і зовнішніх факторів, а також застосування сучасних, науково обґрунтованих методик їх оцінки. Скористаємося методикою поетапного визначення управління конкурентоспроможністю суб'єктом господарювання.

Перший етап пропонованої методики полягає у визначенні потенційного рівня конкурентоспроможності суб'єктів господарювання як похідної від рівня привабливості зовнішнього середовища та внутрішнього конкурентного потенціалу суб'єкта.

Функціонування п суб'єктів господарювання як відкритої системи до впливу зовнішніх умов, передбачає дослідження її привабливості для діяльності суб'єктів конкуренції. При дослідженні зовнішнього середовища важливе значення відводиться визначенню галузевих та географічних умов формування впливу факторів на діяльність суб'єктів господарювання [4]. По-перше, вплив факторів може обмежуватися як галуззю, так і окремими внутрішньогалузевими сегментами. Інший тип передбачає існування локального простору, відокремленого територіальними бар'єрами. Прояв даних типів

обмежень має взаємопов'язаний характер, що сприяє формуванню ринкових структур з різним якісним та кількісним складом факторів.

Таблиця 1

Трансформація типів конкурентних переваг залежно від типу конкурентної позиції суб'єкта та характеру зміни привабливості зовнішнього середовища

Тип конкурентної позиції	Типи конкурентних переваг	Загальний напрямок розвитку суб'єкта конкуренції		
		негативний	нейтральний	позитивний
Спеціалізований лідер	сконцентрована диференціація	диференціація, поєднання типів	сконцентрована диференціація	сконцентрована диференціація
Універсальний лідер	низькі витрати	низькі витрати, сконцентрована диференціація, поєднання типів	низькі витрати	низькі витрати
Спеціалізований послідовник	сконцентрована диференціація, сфокусоване поєднання типів	сконцентрована диференціація	сконцентрована диференціація, поєднання типів	низькі витрати, поєднання типів, сконцентрована диференціація
Універсальний послідовник	низькі витрати, поєднання типів	сконцентрована диференціація, сфокусоване поєднання типів, низькі витрати	низькі витрати, диференціація, поєднання типів	низькі витрати
Спеціалізований аутсайдер	сконцентрована диференціація, відсутність переваг	відсутність переваг	сконцентрована диференціація	сконцентрована диференціація, низькі витрати, поєднання типів
Універсальний аутсайдер	низькі витрати, відсутність переваг	сконцентрована диференціація, поєднання типів	низькі витрати, диференціація, поєднання типів	низькі витрати, диференціація, поєднання типів

Наступним етапом є оцінка кожного з факторів за допомогою набору критеріїв та розрахунок узагальнюючих показників стану зовнішнього й внутрішнього середовища. Оціночні критерії являють собою показники-індикатори, які розкривають характер і потенціал впливу окремого фактора. Фактичний рівень взаємодії виробника із зовнішнім середовищем характеризується співвідношенням реального та потенційно можливого обсягів виробництва або співвідношенням між спожитими та наявними ресурсами (товарами) учасників галузевого обміну.

Інший підхід пропонується в дослідженні конкуренції між виробниками продукції [8]. В даному випадку виробник і конкуренти є елементами однієї підсистеми та пов'язані між собою відносинами конкурентного характеру. Оціночні критерії при цьому характеризують якість внутрішнього розвитку даної підсистеми. Дослідження зовнішнього середовища суб'єктів господарювання дозволило визначити сукупність наступних груп факторів: постачальники сировини, кінцеві споживачі органічної продукції, торгові посередники (проміжні споживачі) та конкуренція на ринку (діяльність конкурентів). Оціночні критерії, які відображають ступінь і напрям впливу зазначених чинників зовнішнього середовища з урахуванням існуючих особливостей галузі.

Наступним (другим) етапом є дослідження здатності суб'єктів господарювання ефективно конкурувати з іншими суб'єктами за обмежені ресурси й можливості зовнішнього середовища враховуючи якісні характеристики факторів внутрішнього середовища: виробництво; менеджмент; маркетинг; управління персоналом; фінансовий стан. При визначенні критеріїв оцінки даних груп факторів використано принцип узагальнення в підсумковій оцінці різних сторін діяльності об'єкта. Але на практиці фактори та показники, що описують діяльність суб'єктів господарювання, мають високу

взаємозалежність. Це пояснюється наявністю взаємозв'язків функціональних зон суб'єктів господарювання між собою.

Сформовані факторні індикатори привабливості підлягають подальшій оцінці експертами за допомогою проведення письмового анкетування для визначення мінімальних і максимальних значень критеріїв, а також характеру їх впливу. Розрахунок показників оцінки критеріїв кожного фактора здійснюють за наступною формулою:

$$k_{ij} = \frac{k_{\delta ij} - k_{ij \min}}{k_{ij \max} - k_{ij \min}}, \quad (1)$$

де k_{ij} – показник оцінки i -го критерію j -го фактора; $k_{\delta ij}$ – фактичне значення i -го критерію j -го фактора; $k_{ij \max}$ – максимальне значення i -го критерію j -го фактора; $k_{ij \min}$ – мінімальне значення i -го критерію j -го фактора.

При перевищенні показником найменших та найбільших значень, його величина прирівнюється до мінімального або максимального значення відповідно. Отримані величини оціночних показників підсумовуються пофакторно і знаходиться середньозважений бал ступеню впливу кожного з факторів (p_j):

$$p_j = \frac{\sum_{i=1}^n k_{ij}}{n}, \quad (2)$$

де p_j – середньозважений показник оцінки впливу j -го фактора; k_{ij} – показник оцінки i -го критерію j -го фактора; n – кількість критеріїв.

Заключним етапом є визначення загальних індексів привабливості зовнішнього середовища (I_{PR}) і рівня конкурентного потенціалу (I_{KR}), які являють собою суми оцінок відповідних складових факторів, скоригованих з урахуванням їх значимості. Експертна оцінка вагомості груп факторів і визначення на її основі вагових коефіцієнтів, дозволяє об'єктивно відобразити роль факторів у формуванні переваг суб'єктів господарювання. Формою проведення дослідження значущості факторів є опитування групи експертів, яке проводиться у вигляді анкетування. В ході дослідження експертній групі з 8-12 осіб пропонується розподілити 100 балів між факторами зовнішнього та внутрішнього середовища. Отримані коефіцієнти вагомості дозволяють знайти узагальнені індекси привабливості зовнішнього середовища:

$$I_{PR} = \sum_{j=1}^m W_{PRj} \cdot p_{PRj}, \quad (3)$$

де I_{PR} – загальний показник оцінки привабливості зовнішнього середовища; p_{PRj} – показник оцінки j -го фактора; W_{PRj} – коефіцієнт вагомості j -го фактора; m – кількість факторів.

А також стану внутрішнього потенціалу:

$$I_{KR} = \sum_{j=1}^m W_{KRj} \cdot p_{KRj}, \quad (4)$$

де I_{KR} – загальний показник оцінки конкурентного потенціалу суб'єктів господарювання; p_{KRj} – показник оцінки j -го фактора; W_{KRj} – коефіцієнт вагомості j -го фактора; m – кількість факторів.

Останньою дією даного етапу оцінки є позиціонування суб'єктів господарювання у матриці «конкурентний потенціал-привабливість зовнішнього середовища», яка дозволяє встановити рівень загальної конкурентоспроможності суб'єкта (рис. 3). Розмірність матриці по горизонталі задається показником привабливості ринку, а по горизонталі – конкурентним статусом суб'єкта. Параметри, за допомогою яких оцінюється стан суб'єкта

господарювання по осі I^{PR} , в більшості випадків не підконтрольні суб'єкту. Позичування по осі I^{KR} перебуває під контролем суб'єкта і може бути змінено. Кожна вісь координат є вісю багатофакторного виміру, що робить модель більш аналітичною в порівнянні з іншими матрицями та більш реалістичною в плані визначення конкурентоспроможності виробництва і його позиціонування в системі конкурентних відносин. Розширена розмірність матриці дозволяє здійснювати більш детальний аналіз можливостей і перспектив стратегічного вибору.

Наступний (третій) етап реалізації запропонованої методики полягає в уточненні конкурентної позиції суб'єкта господарювання на ринку та визначення природи походження конкурентної переваги. Даний етап є базовим для подальших стратегічних і тактичних кроків виробника в організації процесу управління конкурентними перевагами.

Індекс конкурентного потенціалу суб'єкта господарювання	Високий	7 Низька привабливість-високий потенціал	8 Низька середня привабливість-високий потенціал	9 Висока привабливість-високий потенціал
	Середній	4 Низька привабливість-середній потенціал	5 Середня привабливість-середній потенціал	6 Висока привабливість-середній потенціал
	Низький	1 Низька привабливість-низький потенціал	2 Середня привабливість-низький потенціал	3 Висока привабливість-низький потенціал
		Низький	Середній	Високий
		Індекс привабливості зовнішнього середовища		

Рис. 2. Матриця оцінки конкурентоспроможності суб'єкта господарювання

Отримані оцінки конкурентних сил і переваг продукції є необхідною умовою розробки конкурентної стратегії та дозволяють визначити засоби досягнення стратегічних цілей. Конкурентна позиція суб'єкта господарювання на ринку справляє головний вплив на тип створюваних конкурентних переваг.

Наступним кроком є групування суб'єктів за конкурентними позиціями на внутрішньогалузевих ринках. В цьому випадку групування є проміжною процедурою впорядкування даних для подальшого їх аналізу. З метою визначення конкурентних позицій проводиться вибір критеріїв аналізу та розрахунок показників, що їх характеризують. Для знаходження меж ринку використовується величина ринкової частки виробника (D) і темп її приросту за конкретний період часу (T):

$$D_{\text{ср}} = \frac{1}{n}, \quad (5)$$

де $D_{\text{ср}}$ – середнє арифметичне значення ринкових часток; n – кількість суб'єктів господарювання.

В подальшому здійснюється поділ досліджуваної сукупності на два сектори: «сильні» суб'єкти господарювання з ринковою часткою, яка перевищує середнє значення і «слабкі» суб'єкти господарювання з часткою ринку нижче середнього рівня. Для розмежування конкурентів в отриманих секторах розраховуються їх середні ринкові частки:

$$D_{\text{ср1}} = \frac{1}{n_1} \cdot \sum_{i=1}^{n_1} D_i, \quad D_{\text{ср2}} = \frac{1}{n_2} \cdot \sum_{j=1}^{n_2} D_j, \quad (6)$$

де $D_{\text{ср1}}$, $D_{\text{ср2}}$ – середнє арифметичне значення ринкової частки «слабких» і «сильних» суб'єктів господарювання відповідно; n_1, n_2 – кількість суб'єктів господарювання з

ринковою часткою нижче і вище середнього рівня; D_i, D_j – ринкові частки суб'єктів господарювання нижче і вище середнього рівня відповідно.

Для кожної групи розраховуємо середньоквадратичне відхилення:

$$\sigma_{D1} = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^{n_1} (D_i - D_{\bar{n}d1})^2}{n_1}}, \quad \sigma_{D2} = \sqrt{\frac{\sum_{j=1}^{n_2} (D_j - D_{\bar{n}d2})^2}{n_2}}, \quad (7)$$

Розраховані показники (разом з максимальною і мінімальною частками ринку – D_{\min} та D_{\max}) є основними для визначення частки ринку суб'єктів господарювання. Залежно від її розміру пропонуємо виділяти чотири стани суб'єкта господарювання: лідер ринку; суб'єкт господарювання з сильною конкурентною позицією; суб'єкт господарювання зі слабкою конкурентною позицією; аутсайдер. Розрахунок меж для однорідних та неоднорідних сукупностей різняться між собою і проводиться за наступною системою (табл. 2).

Таблиця 2

Критерії віднесення суб'єкта господарювання до груп залежно від займаної ринкової частки

Конкурентна позиція суб'єктів господарювання залежно від розміру частки ринку	Використання «правила трьох сигм» (сукупність однорідна)	Використання закону варіації середніх величин (сукупність неоднорідна)
лідер ринку	$D_{\bar{n}d2} + 3 \cdot \sigma_{D2}; D_{\max}$	$D_{\bar{n}d} + 3 \cdot \sigma_{D2} / \sqrt{n_2}; D_{\max}$
суб'єкт господарювання з сильною позицією	$D_{\bar{n}d}; D_{\bar{n}d2} + 3 \cdot \sigma_{D2}$	$D_{\bar{n}d}; D_{\bar{n}d} + 3 \cdot \sigma_{D2} / \sqrt{n_2}$
суб'єкт господарювання з слабкою позицією	$D_{\bar{n}d1} - 3 \cdot \sigma_{D1}; D_{\bar{n}d}$	$D_{\bar{n}d} - 3 \cdot \sigma_{D1} / \sqrt{n_1}; D_{\bar{n}d}$
аутсайдер	$D_{\min}; D_{\bar{n}d1} - 3 \cdot \sigma_{D1}$	$D_{\min}; D_{\bar{n}d} - 3 \cdot \sigma_{D1} / \sqrt{n_1}$

Процедура виокремлення груп товаровиробників за ступенем зміни ринкової частки майже ідентична за своїм змістом і починається з обчислення показника, який характеризує темп приросту частки ринку кожного виробника з наступним визначенням його мінімального і максимального значень:

$$T = \frac{1}{m} \cdot \frac{D^t - D^{t_0}}{D^{t_0}} \cdot 100\%, \quad (8)$$

де T – темп приросту ринкової частки суб'єкта господарювання, %; $D^t (D^{t_0})$ – ринкова частка суб'єкта господарювання в період часу, %; m – кількість років в аналізованому періоді.

У разі неможливості розрахунку показника окремо взятого суб'єкта господарювання, робиться виняток з існуючого порядку визначення меж: товаровиробник не бере участі в подальшому дослідженні і йому присвоюється найвища конкурентна позиція.

При розрахунку середнього арифметичного значення темпів приросту використовується формула:

$$T_{\bar{n}d} = \frac{1}{n}, \quad (9)$$

де $T_{\bar{n}0}$ – середнє арифметичне значення темпів приросту ринкових часток; n – кількість досліджуваних суб'єктів господарювання.

Середні темпи приросту в секторах розраховуються за формулами:

$$T_{c\bar{d}1} = \frac{1}{n_1} \cdot \sum_{i=1}^{n_1} T_i, \quad T_{c\bar{d}2} = \frac{1}{n_2} \cdot \sum_{j=1}^{n_2} T_j, \quad (10)$$

де $T_{\bar{n}01}$, $T_{\bar{n}02}$ – середнє арифметичне темпів приросту суб'єктів господарювання, розташованих в 1-му та 2-му секторах відповідно; n_1, n_2 – кількість суб'єктів господарювання з темпом приросту ринкової частки нижче і вище середнього рівня відповідно; T_i, T_j – ринкові частки суб'єктів господарювання першого та другого секторів.

Виділення із загальної сукупності двох секторів, які характеризують суб'єктів господарювання з найвищими і найменшими темпами приросту ринкової частки потребує розрахунку у кожній з груп середньоквадратичного відхилення:

$$\sigma_{T1} = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^{n_1} (T_i - T_{\bar{n}01})^2}{n_1}}, \quad \sigma_{T2} = \sqrt{\frac{\sum_{j=1}^{n_2} (T_j - T_{\bar{n}02})^2}{n_2}}, \quad (11)$$

де σ_{T1}, σ_{T2} – середньоквадратичне відхилення темпів приросту ринкової частки суб'єкта господарювання першого та другого секторів.

Оцінка конкурентних переваг суб'єкта господарювання за розробленою методикою доповнює результати дослідження конкурентного статусу товаровиробника та створює цілісну картину фактичного рівня конкурентних переваг.

Завершальним етапом методики є узагальнення результатів всіх попередніх досліджень і підсумковий висновок про конкурентоспроможність суб'єкта господарювання. На цій стадії проводиться ситуаційний аналіз, що характеризує становище суб'єкта господарювання і розкриває потенційні напрями розвитку конкурентних переваг. Подальшим кроком є пошук джерел створення стійких конкурентних переваг і формування комплексу заходів, спрямованих на їх досягнення.

Висновки. Враховуючи сучасний стан суб'єктів господарювання, досить важливим шляхом їх розвитку є становлення власного напрямку ефективної інтеграції, який би найкращим чином відповідав національним інтересам, наявним ресурсам, географічному положенню та потенційним можливостям країни. Головне завдання інтегрованої корпоративної структури полягає у досягненні конкурентних економічних переваг за рахунок синергетичного ефекту, зростання продуктивності праці, диверсифікації та раціональної спеціалізації виробництва, зниження накладних витрат, підвищення рівня управління.

Використання запропонованої методики зумовлює як дослідницьку цінність результатів оцінки, так і ефективність подальших рішень з організації всього управлінського процесу. Результати дослідження дозволяють робити більш обґрунтовані висновки про стан конкурентоспроможності господарюючих суб'єктів і полегшують прийняття управлінських рішень щодо покращення окремих напрямків діяльності суб'єктів господарювання.

В подальшому дослідження буде спрямоване на практичне використання запропонованої методики на прикладі функціонуючих суб'єктів господарювання.

Література

1. Воловодюк С. С. Забезпечення конкурентоспроможності будівельного комплексу на принципах превентивності. *Науковий вісник Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу*. 2016. Вип. 2(14). С. 103–109.
2. Кобиляцький Л.С. Управління конкурентоспроможністю. К.: Зовнішня торгівля, 2003. 302 с.

3. Тарнавська Н. П. *Управління конкурентоспроможністю суб'єктів господарювання: теорія, методологія, практика*: Монографія. Тернопіль: Економічна думка, 2008. 506 с.
4. Янковий О.Г. *Конкурентоспроможність суб'єктів господарювання: оцінка рівня та напрями підвищення*: Монографія. Одеса: Атлант, 2013. 470 с.
5. Andrusiv, U. Ya. Methods of competitiveness assessment of agricultural enterprise in Eastern Europe. *Regional Science Inquiry*, Vol. IX, (2), 2017, pp. 231-242.
6. Довгаль О.В. Забезпечення конкурентоспроможності суб'єктів господарювання на принципах превентивності. “Обліково-аналітичне і фінансове забезпечення діяльності суб'єктів господарювання: освітньо-наукові та виробничі засади”: матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції, 23-24 грудня 2017 р. м. Миколаїв: 2017. С.241-243.
7. Андрусів У. Я. Бенчмаркінг в системі контролінгу як дієвий інструмент регіонального розвитку. Цифрова економіка: тренди та перспективи: матер. Міжнародної наук-практ.конф. [Тернопіль, 25 жовтня 2018 р.]. Тернопіль, 2018. С. 38-40.
8. Karlan, D., Osei, R., Osei-Akoto, I. and Udry, C. (2014) ‘Agricultural decisions after relaxing credit and risk constraints’, *The Quarterly Journal of Economics*. MIT Press, 129(2), pp. 597–652.
9. Andrieu, N., Sogoba, B., Zougmore, R., Howland, F., Samake, O., Bonilla-Findji, O., Lizarazo, M., Nowak, A., Dembele, C. and Corner-Dolloff, C. (2017) ‘Prioritizing investments for climate-smart agriculture: Lessons learned from Mali’, *Agricultural Systems*. Elsevier, 154, pp. 13–24.

References

1. Volovodiuk S. S. (2016). Zabezpechennia konkurentospromozhnosti budivelnogo kompleksu na pryntsyakh preventyvnosti. *Naukovyi visnyk Ivano-Frankivskoho natsionalnoho tekhnichnogo universytetu nafty i hazu*. 2016. Vyp. 2(14). S. 103–109.
2. Kobyliatskyi L.S. (2003). *Upravlinnia konkurentospromozhnistiu*. K.: Zovnishnia torhivlia, 2003. 302 s.
3. Tarnavska N. P. (2008). *Upravlinnia konkurentospromozhnistiu subiektiv hospodariuvannia: teoriia, metodolohiia, praktyka*: Monohrafiia. Ternopil: Ekonomichna dumka, 2008. 506 s.
4. Iankovyi O.H. (2013). *Konkurentospromozhnist subiektiv hospodariuvanniaa: otsinka rivnia ta napriamy pidvyshchennia*: Monohrafiia. Odesa: Atlant. 470 s.
5. Andrusiv, U. Ya. (2017). Methods of competitiveness assessment of agricultural enterprise in Eastern Europe. *Regional Science Inquiry*, Vol. IX, (2), , pp. 231-242.
6. Dovhal O.V. (2017). Zabezpechennia konkurentospromozhnosti subiektiv hospodariuvannia na pryntsyakh preventyvnosti. “Oblikovo-analitychne i finansove zabezpechennia diialnosti subiektiv hospodariuvannia: osvithno-naukovi ta vyrobnychi zasady” materialy II Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii, 23-24 hrudnia 2017 r. m. Mykolaiv: 2017. S.241-243.
7. Andrusiv U. Ya. (2018). Benchmarkinh v systemi kontrolinhu yak diievyi instrument rehionalnoho rozvytku. *Tsyfrova ekonomika: trendy ta perspektyvy* : mater. Mizhnarodnoi nauk-prakt.konf. [Ternopil, 25 zhovtnia 2018 r.]. Ternopil: 2018.- s.38-40.
8. Karlan, D., Osei, R., Osei-Akoto, I. and Udry, C. (2014) ‘Agricultural decisions after relaxing credit and risk constraints’, *The Quarterly Journal of Economics*. MIT Press, 129(2), pp. 597–652.
9. Andrieu, N., Sogoba, B., Zougmore, R., Howland, F., Samake, O., Bonilla-Findji, O., Lizarazo, M., Nowak, A., Dembele, C. and Corner-Dolloff, C. (2017) ‘Prioritizing investments for climate-smart agriculture: Lessons learned from Mali’, *Agricultural Systems*. Elsevier, 154, pp. 13–24.