

Кот О. В., к.е.н., доцент

Харківський національний економічний університет

імені Семена Кузнеця

Чатченко О.Є., к.е.н.

Державний університет інформаційно-комунікаційних технологій

Стреляєва О. Р. студентка

Харківський національний економічний університет

імені Семена Кузнеця

МЕТОДИ ОЦІНКИ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ІТ-КОМПАНІЙ

Статтю присвячено актуальним методам підвищення міжнародної конкурентоспроможності ІТ-підприємств. Проведено огляд двох методів оцінки конкурентоспроможності, а саме SPACE-аналіз та метод балів. Особливості підвищення міжнародної конкурентоспроможності досліджено на прикладі підприємства ТОВ "Сігма Софтвеа". Авторами проаналізована ефективність використання даних методів, визначена стратегія, яку має застосувати підприємство, та проведено порівняння із головними конкурентами.

Ключові слова: міжнародна конкурентоспроможність, ІТ-підприємство, методи оцінки, метод балів, SPACE-аналіз.

Вступ. У ринковому середовищі компанії постійно конкурують між собою за ринки та ресурси. Конкуренція є рушійною силою розвитку підприємства, вона полягає у визначенні ключових напрямків удосконалення, покращенні якості продукції (послуг), формулюванні стратегій і планів. Щоб зрозуміти позицію компанії на ринку, які конкурентні переваги серед переваг та недоліків конкурентів, та проаналізувати конкурентоспроможність компанії.

Конкурентоспроможність ІТ-підприємства є однією з найбільш значущих категорій ринкової економіки і визначає потенціал і фактичну ефективність адаптації підприємства до умов конкурентного середовища. У зв'язку з цим актуальною є перевірка підходів до дослідження з метою підвищення ефективності процесу управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства. Проблеми, пов'язані з процесом управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства, є актуальними як у сучасності, так і в майбутньому.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питаннями дослідження та узагальнення досвіду оцінки міжнародної конкурентоспроможності займалися такі відомі українські та зарубіжні вчені: Андріанова В.Д., Афанасьєва К.М., Бахрамова Ю.М., Діденко Н.І., Піддубний І.О., Портер М., Рікардо Д., Савицького П.І., Сейфуллаєвої М.Е., Сміт А., інші. В цих роботах висвітлені методи та оцінки конкурентоспроможності підприємств. Але питання оцінки міжнародної конкурентоспроможності ІТ-підприємств не знайшли повного відображення у існуючих дослідженнях. Це обумовлює актуальність проведеного дослідження.

Мета статті. Метою статті є дослідження та ефективність методу балів та SPACE-аналізу для оцінки міжнародної конкурентоспроможності ІТ-підприємства та вибір стратегії.

Методологія дослідження. Стаття ґрунтується на сучасних концепціях теорії оновлення в умовах соціальних змін. Дослідження використовує загальнонаукові методи,

такі як пізнання, узагальнення, системний аналіз і синтез. Крім того, в статті застосований комплексний метод аналізу позицій на ринку та вибору оптимального варіанта стратегії розвитку для підприємств. У процесі дослідження були використані наукові праці як вітчизняних, так і закордонних вчених, що стосуються оцінки міжнародної конкурентоспроможності ІТ-підприємств.

Виклад основного матеріалу.

Аналіз конкурентоспроможності компанії спрямований на кількісну оцінку рівня конкурентоспроможності, визначення факторів і причин успіху чи невдачі компанії, визначення конкурентів та конкурентних умов у галузі тощо. На основі аналізу формуються заходи щодо покращення функціонування та конкурентоспроможності бізнесу [1].

ІТ-галузь є однією з найбільш активних у своєму розвитку. Вона швидко просувається до повної зрілості, що призводить до постійного зростання конкуренції в усіх його сегментах. Багато компаній більше не намагаються утримувати частку ринку, а натомість прагнуть зберегти довіру клієнтів і найняти талановитих людей. Дилема збереження власної позиції на ринку та підвищення власної конкурентоспроможності є актуальною проблемою для будь-якої компанії в ІТ-сфері, оскільки пошук оптимальної стратегії формування конкурентної переваги та її послідовне підвищення є секретом успіху в зростання конкуренції.

Для аналізу та оцінки конкурентоспроможності було обрано ТОВ "ССВ Україна" та методи оцінки, як SPACE аналіз та метод балів. Для ефективного порівняння також загадані головні конкуренти ТОВ "ССВ Україна" - це "EPAM Systems" та "Softserve".

SPACE-аналіз у конкурентоспроможності – це метод стратегічного аналізу, який використовується для оцінки конкурентоспроможності підприємства. Він допомагає визначити стратегію розвитку підприємства, яка допоможе йому підвищити свою конкурентоспроможність.

При розрахунку критеріїв системи враховуються специфіка підприємства, його виробничі можливості, фінансовий стан, рівень конкуренції, а також конкретні завдання і цілі, які перед ним ставляться. Встановлення критеріїв, їх оцінка та визначення відповідної стратегії вимагають комплексного розуміння як методології стратегічного аналізу, так і специфіки галузі та бізнесу компанії [2].

В методології SPACE використовуються чотири ключові категорії критеріїв для оцінки ефективності компанії: фінансова стійкість, конкурентоспроможність та позиція у відповідній ніші, привабливість сфери, в якій діє компанія, та стабільність ринку, на якому вона функціонує.

Підприємство визначає можливі стратегії розвитку, як одну, так і кілька. Якщо ступінь невизначеності високий, експерти можуть провести оцінку у вигляді довірчого інтервалу. На основі отриманих результатів підприємство потрапляє в одне із чотирьох положень: агресивне, конкурентне, консервативне або оборонне. У відповідності з цим положенням і вибирається необхідна стратегія. Розрахунки наведені в таблиці 1.

Таблиця 1 SPACE-аналіз ТОВ "ССВ Україна"

Критерій	Оцінка	Вагомість	Узагальнена оцінка критерію
Фінансова сила (FS)			
Ризик підприємства	4	0,5	2,0
Фінансова залежність	2	0,4	0,8
Платоспроможність	6	0,5	3,0
Ліквідність	4	0,3	1,2
Загальна оцінка			7,0
Конкурентоспроможність підприємства (CA)			
Рівень технологій	5	0,5	2,5
Доля ринку	5	0,4	2,0
Якість продукції	5	0,4	2,0

Лояльність клієнтів	4	0,3	1,2
Загальна оцінка			7,7
Привабливість галузі (IS)			
Потенціал росту	5	0,5	2,5
Фінансова стабільність	6	0,4	2,4
Можливість виходу на нові ринки	4	0,4	1,6
Рівень конкуренції	6	0,4	2,4
Загальна оцінка	8,9		
Стабільність галузі (ES)			
Цінова еластичність попиту	3	0,1	0,3
Стабільність прибутку	4	0,2	0,8
Тиск конкурентів	5	0,5	2,5
Темп інфляції	4	0,3	1,2
Загальна оцінка			4,8
Координата X = IS- CA			+1,2
Координата Y = FS – ES			+2,2

Джерело: на основі розрахунків автора

За отриманими координатами (+1,2; +2,2) будемо вектор, який відповідає певній стратегії на рис. 1.

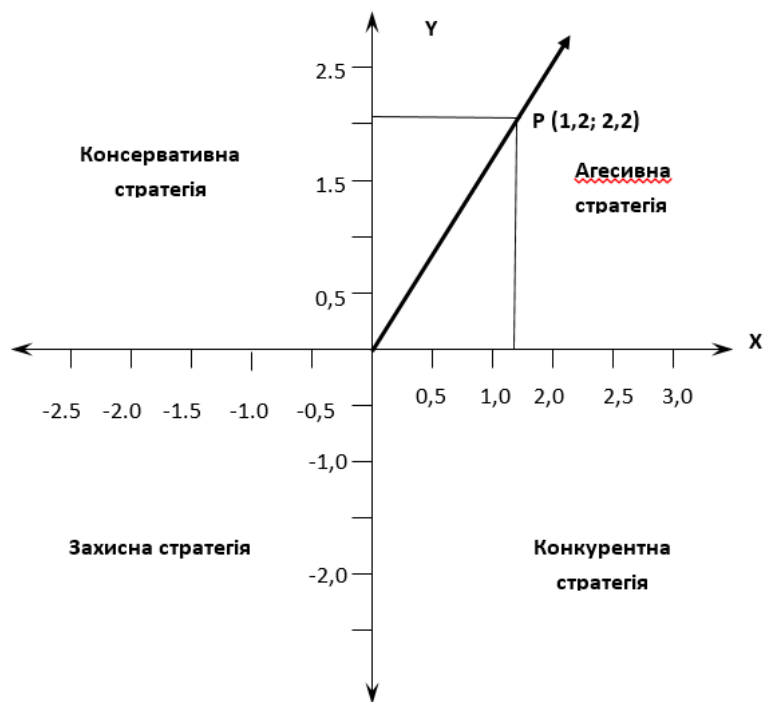


Рис.1- Матриця SPACE-аналіз

Аналізуючи рис.1 підприємству варто обрати агресивну стратегію, так як, підприємство має конкурентну перевагу і може її захистити, проте критичним фактором є можливий вхід нових конкурентів у галузь, тому підприємство повинно нарощувати активи, збільшувати частку ринку та зосередитися на конкурентоспроможних продуктах.

Інший метод для визначення міжнародної конкурентоспроможності ТОВ "Sigma Software" - метод бальної оцінки [3]. Побудова комплексної оцінки базується на різноманітних вимогах і використовує бальні оцінки. Ваги призначаються вихідним показникам, і їхні бали перемножуються. Далі застосовується метод суми для отримання кінцевого результату. Використання бального методу дозволяє ефективно подолати труднощі оцінки, пов'язані з різноманітністю порівнюваних показників, що наведені в табл. 2.

За допомогою ранжування значень вихідних показників здійснюється нормування різнопланових напрямів діяльності в сукупності порівнюваних показників. Мінімальний бал

– 1, максимальний – 10.

Серед основних факторів для оцінки рівня міжнародної конкурентоспроможності було обрано: доля ринку, диверсифікація виробництва, просування товару, ціни, сервіс, імідж, відповідність стандартам та технологічність.

Таблиця 2 Оцінка рівня міжнародної конкурентоспроможності ТОВ "Сігма Софтвеа" методом бальної оцінки

№ з/п	Фактор	Вага фактору	ТОВ "Сігма Софтвеа"		Конкурент №1 "EPAM Systems"		Конкурент №2 "Softserve"	
			Бал	Оцінка	Бал	Оцінка	Бал	Оцінка
1	Доля ринку	0,15	8	1,2	9	1,35	7	1,05
2	Диверсифікація виробництва	0,15	6	0,9	8	1,2	6	0,9
3	Просування товару	0,15	7	1,05	8	1,2	7	1,05
4	Ціни	0,10	8	0,8	10	1,0	7	0,7
5	Сервіс	0,10	8	0,8	8	0,8	8	0,8
6	Імідж	0,10	10	1,0	10	1,0	10	1,0
7	Відповідність стандартам	0,15	7	1,05	8	1,2	7	1,05
8	Технологічність	0,10	8	0,8	9	0,9	8	0,8
9	Σ	1,00		7,6		8,65		7,35

Джерело: на основі розрахунків автора

Доля ринку має вагу 0,15 тому, що цей фактор можна вважати найяскравішим показником успішності діяльності підприємства. EPAM Systems та Sigma Software займають найбільшу долю світового ринку серед ІТ компаній і отримують відповідну бальну оцінку. Компанія Softserve, порівняно зі своїми конкурентами займає найменшу долю ринку, тому отримує оцінку 1 бал.

Вага фактору диверсифікації виробництва дорівнює 0,15 тому, що вона забезпечує нові горизонти для росту та знижує залежність ринку від одного товару. Sigma Software та Softserve мають достатньо розвинений асортимент продукції, так як функціонують на всіх світових ринках, однак, продукція EPAM Systems має найвищий показник.

Відповідність стандартам має вагу 0,15 тому, що світовий ринок дуже вимогливий до продукції, яку споживає. Кількість наявних сертифікатів та стандартів EPAM Systems в рази більша, ніж у його конкурентів, а Sigma Software та Softserve мають однакову кількість.

Фактори, що залишились, отримали вагу по 0,10. Серед них – ціна, сервіс імідж та технологічність. Sigma Software для виробництва продукції використовує сучасне обладнання, що постійно проходить модернізацію.

Враховуючи обрані фактори, загальний показник рівня міжнародної конкурентоспроможності ТОВ «Сігма Софтвеа» дорівнює 7,6. Його найближчим конкурентом є Softserve, з показником 7,35. Найбільший показник у EPAM Systems – 8,65.

Далі на основі використаного методу проведемо побудову так званої радіальної діаграми конкурентоспроможності, або «багатокутника конкурентоспроможності». Перевагою графічного методу оцінювання конкурентоспроможності підприємства є його простота та наочність; недоліком слід вважати те, що він не дає змоги встановити значення узагальненого критерію конкурентоспроможності підприємства.

На рис. 2 зіставлено багатокутники конкурентоспроможності трьох підприємств. Softserve, EPAM Systems та Sigma Software за вісьмома критеріями. Побудова багатокутників здійснювалася таким чином: коло було поділене радіальними оціночними шкалами на рівні сектори, кількість яких дорівнювала кількості обраних критеріїв (у даному випадку - 8);

шкали на радіальних прямих було градуйовано так, аби всі значення критеріїв знаходилися всередині оціночного кола; значення критеріїв збільшувалися у міру віддалення від центра кола; на кожній осі з використанням відповідного масштабу вимірювання було позначено точки, що відповідали значенням критеріїв; по точках відповідно для кожного з підприємств проведено ламану лінію, яка і сформувала багатокутник.

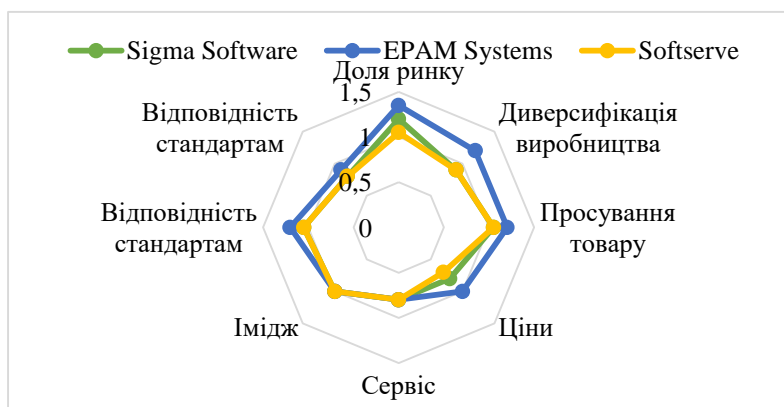


Рис.2 - Багатокутник конкурентоспроможності ТОВ "Сігма Софтвеа"

З рис.2 видно, як відрізняються підприємства одне від одного за окремими критеріями. Майже однакові площі займають компанії Softserve та ТОВ "Сігма Софтвеа". Найбільшу площу займає багатокутник EPAM Systems. Що відповідно свідчить про те, що усі три компанії мають дуже незначну різницю у показниках та займають лідируючі позиції на ринку.

Висновок. Таким чином, оцінка конкурентоспроможності показує, що ТОВ «Сігма Софтвеа» продовжує покращувати свої конкурентні позиції в останні роки, але все ще не є лідером в ІТ-індустрії. При аналізі конкурентних сил було виявлено, що на компанію сильно впливають конкурентні сили, такі як конкуренція всередині галузі та втрата клієнтів. Це є одним із ключових факторів у формуванні конкурентоспроможності компанії. Також підприємству варто обрати агресивну стратегію, оскільки компанія має конкурентну перевагу і може її захистити, але ключовим фактором є те, що в галузь можуть увійти нові конкуренти, тому компанія повинна накопичувати активи, збільшувати частку ринку та зосереджуватися на конкурентоспроможних продуктах.

Список використаної літератури

1. Бестужева С. Напрями підвищення міжнародної конкурентоспроможності підприємства в умовах ринкових перетворень в Україні. *Бізнес-навігатор*. 2018. Т. 1, № 44. С. 21–26.
2. Бурденюк Т. SPACE-аналіз як метод формування стратегічних альтернатив підприємства. *Економічна думка*. 2011. С. 44–50.
3. Драган О. І. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теоретичні аспекти: монографія. Київ: Друк. Держ. акад. кер. кадрів культури і мистецтв, 2006. 161 с. URL: <https://dSPACE.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/2659/3/25.pdf>

REFERENCES

1. Bestuzheva S. (2018). Napriamy pidvyshchennia mizhnarodnoi konkurentospromozhnosti pidpriemstva v umovakh rynkovykh peretvoren v Ukraini [Biznes Directions of increasing the international competitiveness of the enterprise in the conditions of market transformations in Ukraine]. *Business Navigator*. T. 1, № 44. Pp. 21-26.
2. Burdeniuk T. (2011). SPACE-analiz yak metod formuvannia stratehichnykh alternatyv pidpriemstva [SPACE-analysis as a method of forming strategic alternatives of the enterprise]. *Economic Thought*. Pp. 44-50.
3. Dragan OI. (2006). Upravlinnia konkurentospromozhnistiu pidpriemstv: teoretychni aspekty: monohrafiia [Managing the competitiveness of enterprises: theoretical aspects: monograph]. Kyiv: Druk. State Acad. of Culture and Arts Personnel. Retrieved from: <https://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/2659/3/25.pdf>.

KOT OLENA., CHATCHENKO OLGA, STRELIAIEVA OLGA. METHODS FOR ASSESSING THE INTERNATIONAL COMPETITIVENESS OF IT COMPANIES. *The article is devoted to the current methods of increasing the international competitiveness of IT enterprises. Assessing the international competitiveness of Information Technology (IT) companies is a crucial process that involves evaluating various factors to determine their ability to thrive in the global marketplace. Several methods can be employed to gain insights into the strengths, weaknesses, opportunities, and threats that IT companies face on an international scale.*

Analyzing factors such as operational costs, labor efficiency, and resource management helps IT companies maintain competitive pricing and profitability on the international stage. Methods for assessing the international competitiveness of IT companies include benchmarking, SWOT analysis, global market research, innovation assessment, cost competitiveness analysis, global talent pool evaluation, adaptability to regulatory environments, and customer satisfaction feedback. These approaches help IT companies understand their position in the global market, identify strengths and weaknesses, adapt to diverse regulatory landscapes, and enhance customer satisfaction, ensuring strategic positioning for success.

By employing these methods, IT companies can obtain a comprehensive understanding of their international competitiveness and strategically position themselves for success in the global marketplace. These assessments are dynamic, requiring continuous refinement to adapt to changing market conditions and technological landscapes. A review of two methods of assessing competitiveness is carried out, namely, SPACE-analysis and the method of points. The peculiarities of increasing international competitiveness are studied on the example of Sigma Softwear LLC. The authors analyze the efficiency of using these methods, determine the strategy to be applied by the enterprise, and compare it with the main competitors. The competitiveness assessment shows that Sigma Softwear LLC continues to improve its competitive position in recent years, but is still not a leader in the IT industry. When analyzing competitive forces, it was found that the company is strongly affected by competitive forces such as competition within the industry and loss of customers. This is one of the key factors in shaping the company's competitiveness. Also, the company should choose an aggressive strategy, as the company has a competitive advantage and can protect it, but the key factor is that new competitors may enter the industry, so the company should accumulate assets, increase market share, and focus on competitive products.

Keywords: *international competitiveness, IT enterprise, assessment methods, scoring method, SPACE analysis.*