

## МЕТОДИ ОЦІНКИ ТА ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

*Кемза Р. Г., здобувач СВО «магістр»,  
Державний біотехнологічний університет  
Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. В. В. Макогон*

Для ринкової економіки притаманна перманентна конкуренція підприємств, що призводить до розвитку виробництва, технологій, прискорення науково-технічного розвитку, а також поліпшенню якості продукції. В умовах нестабільності виживають лише сильні, схильні до впровадження інновацій, з високою якістю продукції, що мають можливість диверсифікувати ціни за каналами збуту. Отже, забезпечення конкурентоспроможності є неодмінною рисою виживання та подальшого розвитку суб'єкта господарювання в умовах нестабільності.

Теоретико-методологічні засади дослідження різноманітних проблем управління, забезпечення, підвищення конкурентоспроможності підприємств знайшли відображення в працях І. Ансоффа, О.В. Ареф'євої, О.В. Виноградової, О.Є. Гудзь, П. Друкера, Т. Коно, К. Опшенлендера, А.А. Пересади, М. Портера, П.А. Стецюка, А. Томпсона, Й. Шумпетера та деяких інших. Разом з тим існує нагальна потреба систематизації підходів до оцінки конкурентоспроможності суб'єктів господарювання.

В загальному розумінні, конкуренція – це економічне змагання виробників продукції на ринку для завоювання більшої кількості покупців з найбільшою вигодою при її продажу. В економічній літературі існує багато визначень поняття «конкурентоспроможність підприємства», але можна сказати, що конкурентоспроможність підприємства – це відносна характеристика, яка показує відмінності розвитку підприємства від розвитку іншого підприємства (конкурента) за ступенем задоволення своєю продукцією потреби покупців та за ступенем ефективності виробничої діяльності.

Для успішного функціонування підприємства оцінка його конкурентоспроможності є об'єктивною необхідністю. Під оцінкою конкурентоспроможності підприємства варто розуміти процес виявлення сильних та слабких місць, що дає можливість підприємству розробляти заходи, які направлені на підвищення конкурентоспроможності, визначати контрагентів для здійснення спільної діяльності, розробляти програми виходу підприємства на нові ринки збуту, а також здійснювати інвестиційну діяльність.

Фактори, які впливають на конкурентоспроможність підприємства, поділяються на внутрішні та зовнішні. До внутрішніх факторів можна віднести систему та методи управління

підприємством, рівень технологічного управління виробництвом, рівень організації процесу виробництва, систему планування та прогнозування діяльності підприємства, якість продукції. До зовнішніх факторів слід віднести політичну ситуацію в країні, наявність конкурентів, законодавство, економічні та природні умови.

Оцінка конкурентоспроможності здійснюється за двома напрямками:

- 1) оцінка конкурентоспроможності товару (ціна, якість);
- 2) оцінка конкурентного потенціалу підприємства (маркетинг, внутрішні процеси, фінанси, розвиток).

Існує декілька методів оцінки конкурентоспроможності підприємства:

1) Метод порівняльних переваг – базується на оцінці конкурентоспроможності з позицій порівняльних переваг. Тобто, беруться відповідні переваги конкуруючого підприємства та за цими перевагами по бальним оцінкам йде порівняння.

2) Оцінка по території рівноваги підприємства та галузі (по факторам виробництва). Цей метод припускає відстеження факторів виробництва в конкретній галузі в котрій працює підприємство для того щоб зрозуміти у кого з яких підприємств оцінка вище або нижче.

3) Структурний метод – цей метод заснований на ринкових позиціях, займаних конкретним підприємством, та враховує ступінь монополізації галузі, тобто рівень концентрації виробництва і капіталу та наявність бар'єрів, які перешкоджають вступу до галузі нових підприємств.

4) Функціональний метод – цей метод заснований на визначенні співвідношення між такими показниками, як: витрати, ціни, об'єм виробництва, рентабельність, відсоток завантаження виробничих потужностей, норма прибутку тощо.

5) Оцінка конкурентоспроможності виробника за якістю продукції з використанням багатокутних профілів – цей метод базується на виявленні критеріїв задоволення потреб та ступеня значимості кожної конкретної потреби для споживачів.

6) Матрична методика оцінки конкурентоспроможності підприємства – запропонована Бостонською консалтинговою групою (БКГ), яка заснована на побудові матриць та попередньому виборі стратегій.

До шляхів підвищення конкурентоспроможності підприємства можна віднести такі: створення нових товарів; поліпшення якості продукції; зниження вартості продукції; поліпшення науково-технічних умов виробництва; детальне вивчення потреб споживачів; аналіз підприємств-конкурентів; максимально повне та економне використання всіх наявних ресурсів на підприємстві; контроль за використанням ресурсів підприємства.

Отже, оцінка конкурентоспроможності підприємства є одним із найважливіших факторів для подальшого розвитку підприємства, яка дає змогу найбільш продуктивно використовувати всі наявні ресурси підприємства, що в свою чергу забезпечить більшу прибутковість, ніж у підприємств-конкурентів і підприємство займе гідне місце на своєму сегменті ринку.

### Список використаної літератури:

1. Kovalenko, V.O. (2013) Rozrobka zakhodiv z pidvyshchennya konkurentospromozhnosti pidpryyemstva v suchasnykh umovakh [Development of measures to increase the competitiveness of the enterprise in modern conditions] *Ekonomika pidpryyemstva*. №2. P. 15-18.
2. Yankovyy, O.H. (2013) Konkurentospromozhnist' pidpryyemstva: otsinka rivnya ta napryamy pidvyshchennya [Enterprise competitiveness: assessment of the level and directions for improvement]. Odesa: Atlant. 470 p.
3. Hudz', O.Ye. (2015) Rol' innovatsiy shchodo zabezpechennya konkurentospromozhnosti ta efektyvnosti pidpryyemstva [The role of innovation in ensuring the competitiveness and efficiency of the enterprise] *Visnyk KHNTUSH Vyp.* 161. P. 3-11.
4. Hutorova, I.V. (2010) Vykorystannya reytnhovykh otsinok dlya analizu konkurentospromozhnosti pidpryyemstv [The use of rating assessments to analyze the competitiveness of enterprises] *Visnik SNAU*. № 6/1 (41). P. 80-85.
5. Dykan', V.L. and Ponomar'ova, T.V. (2011) Metodychni pidkhody do otsinky konkurentospromozhnosti pidpryyemstv [Methodical approaches to assessing the competitiveness of the enterprise]. *Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti*. Vyp. 36. P. 100-105.
6. Zhovnovach, R.I. (2011) Teoretyko-metodolohichni pidkhody do otsinky konkurentospromozhnosti pidpryyemstv. [Theoretical and methodological approaches to assessing the competitiveness of enterprises] *Naukovi pratsi Kirovohrads'koho natsional'noho tekhnichnoho universytetu*. Vyp 36. P. 106-113.
7. Kvyatkovs'ka, L.A. and Vorobyova, L.D. (2011) Otsinka potochnoyi ta dovhostrokovoyi konkurentospromozhnosti pidpryyemstva [Assessment of the current and long-term competitiveness of the enterprise] *Visnyk NTU «Kharkivs'kyu politekhnichnyy instytut»*. Vyp. 26. P. 181–187.
8. Kuz'min, O.Ye., Chernobay, L.I. and Romanko, O.P. (2019) Metody analizu konkurentospromozhnosti pidpryyemstv [Methods of analyzing the competitiveness of enterprises] *Naukovyy visnyk NLTU Ukrainy*. Vyp. 21.10. P. 159–166.

9. Mykhaylova, N.V. (2018) Vyznachennya maybutn'oyi konkurentnoyi pozytsiyi pidpryyemstva za riznykh rivniv upravlinnya [Methods of analyzing the competitiveness of enterprises] Ekonomika: problemy teorii ta praktyky. Vyp. 247. T. IV. P. 1019-1024.

10. Pohrebnyak, D.V. (2011) Metody diahnostyky konkurentospromozhnosti pidpryyemstva [Methods of diagnosing enterprise competitiveness] Problemy pidvyshchennya efektyvnosti infrastruktury. Vyp. 32. P. 45–51.