

## ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

*Анотація. Розглянуто сутність та методи оцінки конкурентоспроможності підприємства. Обґрунтовано необхідність проведення аналізу конкурентоспроможності.*

*Аннотация. Рассмотрены сущность и методы оценки конкурентоспособности предприятия. Обоснована необходимость проведения анализа конкурентоспособности.*

*Annotation. Theoretical aspects of assessing the competitiveness of enterprises are regarded. The article considers the nature and methods of assessing the competitiveness of enterprises. The necessity of the analysis of competitiveness are grounded.*

*Ключові слова: конкурентоспроможність, конкурентоспроможність підприємства, конкурентні переваги, бенчмаркінг.*

Проблема підвищення рівня конкурентоспроможності вітчизняної продукції в умовах подальшого розвитку економіки пов'язана, насамперед, з розробкою системи управління конкурентоспроможністю підприємства. Завоювання й утримання конкурентних переваг – ключові фактори успіху підприємства в конкурентній боротьбі. Особливої гостроти ця проблема досягає в умовах посилення інтенсивності конкуренції на окремих ринках, де від виробників продукції потрібно постійно відслідковувати зміни попиту, вартості сировинних ресурсів, а питання рентабельності активів прямо залежить від ступеня використання новітніх підходів у сфері стратегічного маркетингу.

Існуюче законодавство України надало економічним суб'єктам господарювання більше прав та свобод. Разом з тим багато підприємств не змогли ефективно використати наявні у них кошти і налагодити прибуткову діяльність через відсутність якісної, конкурентоспроможної продукції та відсутність стратегічного мислення. Це питання є сьогодні одним з найскладніших. Досвід останніх років засвідчив, що не всі вітчизняні підприємства придатні до ведення ефективної конкурентної боротьби. Навіть наявність конкурентоспроможної продукції не дозволяє багатьом з них реалізувати ці переваги внаслідок відсутності практики використання всього комплексу заходів. Слід звернути увагу і на дестабілізуючі зовнішні фактори, що оточують українських товаровиробників: неефективна податкова система, несприятливий інвестиційний клімат, недосконалість законодавства та ін.

У такій ситуації для кожного виробника стає необхідним аналіз конкурентоспроможності підприємства і розробка дієвих засобів щодо її підвищення. У зв'язку з цим коло питань, що торкаються конкурентоспроможності підприємства, можна вважати актуальним на сьогоднішній день.

Метою даної статті є дослідження теоретичних аспектів конкурентоспроможності підприємства та окремих методів її оцінки. Підвищення конкурентоспроможності підприємства є вираженням поліпшення його загального стану, що зумовлює економічний розвиток суспільства.

Сучасний економічний розвиток України вимагає нових універсальних і вдосконалення існуючих методів підвищення конкурентоспроможності підприємства. Конкурентоспроможність – це здатність конкурувати, здатність успішно вести конкурентну боротьбу [1].

Конкурентоспроможність підприємства – це здатність підприємства змінювати намічений режим функціонування в процесі адаптації до впливів зовнішнього середовища з метою збереження і розвитку вже наявних або створення нових конкурентних переваг [2].

Принципово всі вживані методи визначення й оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства можуть бути об'єднані в чотири групи. Таким чином, сукупність методів може бути представлена таким чином:

1. Методи, засновані на аналізі порівняльних переваг. Відповідно до цього підходу передумовою для завоювання галузю або фірмою міцних конкурентних позицій є наявність порівняльних переваг, що дозволяють забезпечити відносно більш низькі витрати виробництва порівняно з конкуруючою галуззю або фірмою.

2. Методи, побудовані на основі теорії ефективної конкуренції. В основу методу покладена оцінка чотирьох груп показників та критеріїв конкурентоспроможності підприємства [3]:

показники, що характеризують ефективність виробничої діяльності підприємства;

показники, що характеризують фінансове становище підприємства;

ефективність організації збуту та просування товару;

конкурентоспроможність товару.

Ці групи показників мають різний ступінь важливості при розрахунку коефіцієнта конкурентоспроможності підприємства.

3. Методи, засновані на теорії якості товару. Зумовлює переважно дослідження споживчої цінності вироблюваної продукції, причому найважливіші параметри зіставляються з аналогічними параметрами продукції виробників-конкурентів.

4. Метод бенчмаркінгу. Бенчмаркінг (від англ. *benchmarking* – встановлення контрольної точки) – це перманентний, безперервний процес порівняння товарів (робіт, послуг), виробничих процесів, методів та інших параметрів досліджуваного підприємства (структурного підрозділу) з аналогічними об'єктами інших підприємств чи

Найбільш універсальним є метод визначення конкурентоспроможності, побудований на базі теорії ефективної конкуренції. Він передбачає оцінку чотирьох груп показників, які повністю характеризують стан підприємства, з його допомогою можна визначити "вузькі" місця компанії і в подальшому звернути увагу на їх ліквідування.

*Наук. керівн. Хміль Т. М.*

---

**Література:** 1. Лифиц И. М. Теория и практика оценки конкурентоспособности товаров и услуг / И. М. Лифиц. – М. : Юрайт, 2001. – 224 с. 2. Конкурентоспособность предприятия: оценка, диагностика, стратегия : научн. изд. / Ю. Б. Иванов, А. Г. Загородний, Г. Л. Вознюк и др. – Х. : Изд. ХНЭУ, 2004. – 256 с. 3. Хміль Т. М. Стратегический менеджмент / Т. М. Хміль, С. К. Василюк, Л. О. Шишмарева. – Х. : ИД "ИНЖЭК", 2003. – 136 с. 4. Про захист економічної конкуренції : Закон України від 11.01.2001 р. № 2210-III // ВВР України. – 2001. – № 12. – Ст. 64. 5. Азоев Г. Л. Конкуренция : анализ, стратегия, практика / Г. Л. Азоев. — М. : Изд-во "Центр экономики и маркетинга", 1996. – 208 с.