

## ОЦІНКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА ВИЗНАЧЕННЯ СТРАТЕГІЇ ЇЇ ПІДВИЩЕННЯ

УДК 339.137.2

Дудніков М.М., студент 1 року ОС магістр  
факультету менеджменту та маркетингу  
ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Проблема підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства є актуальним питанням. Сучасний етап розвитку економіки України висуває якісно нові вимоги до управління конкурентоспроможністю. Умови формування ринкових відносин в Україні, які характеризуються динамічністю зовнішнього середовища, зниженням платоспроможності населення, загостренням конкурентної боротьби, підвищенням рівня комерційного ризику, тяжким фінансовим станом більшості підприємств потребують пошуку нових способів виживання та забезпечення їхнього ефективного функціонування[1].

Метою даної роботи виступає дослідження методів та теоретичних аспектів оцінки конкурентоспроможності підприємства та визначення стратегії розвитку. Об'єктом дослідження виступає процес підвищення конкурентоспроможності та обґрунтування стратегії розвитку підприємства. Предметом роботи є методичні засади обґрунтування та підвищення конкурентоспроможності підприємства.

В цілому, в механізмі взаємодії ринкових суб'єктів, конкуренція виконує роль могутньої можливості розширеного ефективного відтворення, змушуючи суб'єктів поліпшувати її якість, скорочувати виробничі витрати, підвищувати показник продуктивності та втілювати інноваційний підхід впровадження унікальності продукту.

Окремі аспекти дослідження оцінки конкурентоспроможності підприємницької діяльності представлено в роботах Андрійчука В. Г. [1], Позняка С. В. [2], Портер М. [3], Пушкаря О. Г.[4], Салиги К. С.[5].

Конкурентоспроможність є одним з ключових аспектів ринкової економіки. Поняття тлумачить можливості підприємства щодо пристосування до умов конкурентного середовища та описує загальний

рівень конкурентоспроможності стану економіки країни. Через це обґрунтування підходу до дослідження конкурентоспроможності підприємства із завданням розробки сукупності заходів щодо її підвищення є актуальним та важливим для підприємницької діяльності.

Одним з найважливішим елементом сукупності способів забезпечення високого рівня конкурентоспроможності сучасних підприємств, ефективної її господарської діяльності як на зовнішніх, так й на внутрішніх ринках виступає її оцінка [2].

Для належного функціонування організаційно-економічного поліпшення конкурентоспроможності необхідна влучне оцінювання конкурентоспроможності, яка могла врахувати інтереси усіх зацікавлених суб'єктів ринку. Однак, як не склалося єдиного тлумачення досліджуваного поняття, так не існує і єдиної методики її оцінки. Це обумовлює неоднозначність підходів і методик оцінки конкурентоспроможності.

Оцінка конкурентоспроможності підприємницької діяльності – це виявлення її рівня, що надає певну відносну характеристику здатності підприємства функціонувати на ринку. Варто відзначити, що на сьогодні при оцінці конкурентоспроможності підприємства наявний цілий ряд методів.

Якісні методи оцінки в більшості мають невеликий ступінь математичних розрахунків, оскільки там характерна трудомісткість реалізації та дискретність оцінювань. Дані методи не надають повної можливості отримати достовірну оцінку конкурентоспроможності підприємства під час аналізу та отримання пріоритетних напрямків поліпшення конкурентних позицій на ринку. Кількісні методи надають шанс оцінювати безпосередньо діючі шанси господарства у конкуренції за вигідні зони функціонування та приймати зважені тактичні та стратегічні рішення у діяльності [3].

Отже, на сьогодні світова практика вдалого економічно-соціального управління надає сукупність методик щодо оцінки конкурентоспроможності підприємства. Кожен з них налічує певні переваги та недоліки, а тому досить часто необхідною умовою вибору

методу є врахування галузі у якій функціонує господарство, актуальності вхідних даних та положення підприємства на конкурентному ринку [4]. Наступним етапом необхідно намітити основні шляхи та напрями обґрунтування засобів підвищення конкурентоспроможності продукції.

Слід відмітити, що трактування поняття має бути направлене на створення системи сучасних процесів, метою яких є вирішення завдань управління, які забезпечують кількісні та якісні зміни у всіх сферах діяльності підприємства. Адже конкурентоспроможне підприємство є таким, в більшій мірі, за рахунок наявності конкурентоспроможної продукції. Оскільки конкурентні переваги між підприємствами формуються в більшій мірі стосовно конкурентоспроможності продукції.

Першочерговою потребою є визначення багатьох форм і методів соціально-економічного впливу на комплексний процес підтримки й забезпечення вирощування конкурентоспроможної продукції високої якості. Вищезгаданими методами економічного впливу на процеси являється оновлена система планування та прогнозування якості продукції, стабільна програма мотивації праці усіх працівників господарства та проведення влучної політики персоналу, встановлення оптимальних для споживачів цін на окремі види товарів, дотримання належних умов для праці та життєдіяльності. Стабільний довготривалий розвиток підприємства можливий лише за умови визначення чітких довгострокових цілей і розробки конкретних шляхів їх досягнення. На рис. 1.1 приведено послідовність обґрунтування стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємницької діяльності.

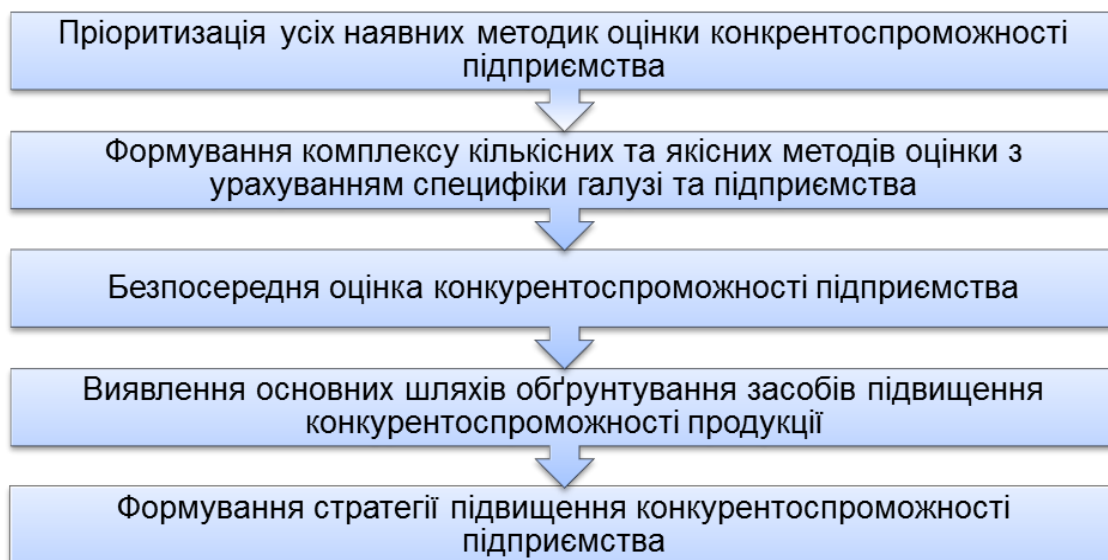


Рис. 1.1 Алгоритм обґрунтування стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємницької діяльності

Добре продумана стратегія, на основі якої менеджмент підприємства буде здійснювати управління її діяльністю, дозволить йому не тільки активно розвиватись, а й забезпечить важливі довготривалі конкурентні переваги, а оскільки в Україні відбувся перехід до ринкової економіки, що зумовило збільшення кількості підприємств у всіх галузях народного господарства, питання розробки стратегії є надзвичайно актуальним. Конкурентна стратегія – це сукупність заходів, що показують можливість втримувати й поліпшувати діюче положення на ринку, розробляючи при цьому визначені прибуткові види продукції з ціллю розширення обсягів, збільшення частки ринку в певних сегментах, задоволення потреб споживачів та отримання вищого рівня конкурентоспроможності підприємства за допомогою вдосконалення іміджу підприємства. Загальні конкурентні стратегії володіють універсальним характером, оскільки, як показала практика, господарства, які використовували дані стратегії досягли певних результатів.

Проблема підвищення рівня конкурентоспроможності підприємницької діяльності є актуальним питанням. Саме тому, сучасні підприємства які планують успішно функціонувати у конкурентному середовищі – повинні постійно зміцнювати та підвищувати свою конкурентоспроможність.

## Література

1. Андрійчук В. Г. Капіталізація сільського господарства: стан та економічне регулювання розвитку / В. Г. Андрійчук. – Ніжин: Аспект-Поліграф, 2010. – 314 с.
2. Позняк С. В. Конкурентні переваги і конкурентоспроможність / С. В. Позняк // Актуальні проблеми економіки. – 2013. – № 1. – С. 50-59.
3. Портер М. Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов / М. Портер; пер. с англ. И. Минервин. – Москва: АльпинаБизнес Букс. – 2008. – №1 – С. 254-298.
4. Пушкарь О. Г. Стратегічні групи підприємств : концепція, методологія, управління / О. Г. Пушкарь, М. М. Жуков, А. А. Пилипенко. // Харків "Кросс – Роуд". – 2013. – С. 440 - 462.
5. Салига К. С. Ефективність господарської діяльності підприємства / К. С. Салига. – Запоріжжя: ЗЦНТІ, 2010. – 180 с.

Науковий керівник  
к.е.н., доцент кафедри  
підприємницької діяльності

Матвієнко – Біляєва Г. Л.

Опубліковано в авторській редакції