

## ОСОБЛИВОСТІ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Вінницький національний технічний університет

**Анотація.** У дослідженнях розкрито актуальність питань підвищення конкурентоспроможності сучасного підприємства в ринкових умовах. Встановлено, що система напрямків посилення конкурентних переваг підприємства повинна враховувати специфіку галузі його функціонування.

**Ключові слова:** конкуренція; переваги; ринок; фактори; показники; підприємство; коефіцієнт конкурентоспроможності.

### PECULIARITIES OF EVALUATION OF COMPETITIVE ADVANTAGES OF A MODERN ENTERPRISE

**Abstract.** The article deals with the urgency of increasing the competitiveness of a modern enterprise in market conditions. It is established that the system of directions of strengthening of competitive advantages of the enterprise should take into account the specifics of its functioning.

**Keywords:** competition; advantages; market; factors; indicators; enterprise; competitiveness factor.

Конкурентоспроможність є базовим чинником ефективного функціонування ринкової економіки та інструментом забезпечення її рівноваги й гармонійного розвитку. Сучасні тенденції розвитку підприємств в умовах ринкових відносин потребують ґрунтовних досліджень проблем системи конкурентоспроможності.

Питання управління системою конкурентоспроможності підприємств України протягом багатьох років залишається актуальною. Формування в Україні соціально орієнтованої ринкової економіки потребує поліпшення стратегії розвитку підприємств різних галузей економіки країни, а також національної економіки в цілому.

Досягнення відповідного рівня конкурентоспроможності є стратегічною метою функціонування підприємства в умовах ринку, для досягнення якої необхідна активізація всіх підрозділів його системи управління. Проте, управління системою конкурентоспроможності не відповідає всій діяльності підприємства з досягнення кінцевих цілей, а включає функції, які пов'язані з розробленням і реалізацією стратегії конкуренції, мотивацією до її впровадження. Система конкурентоспроможності підприємства потребує розробки спеціального механізму управління [1].

Таким чином актуальність і важливість названих проблем є підґрунтям поглиблення наукових досліджень щодо розробки та управління системою конкурентоспроможності підприємств.

Теоретичним та практичним питанням вивчення конкурентоспроможності підприємства та пошуку шляхів її підвищення в умовах ринкової економіки присвячено багато робіт вітчизняних та зарубіжних вчених-економістів. Особливої уваги заслуговують роботи Гудзинського О.Д., Жаліло, Должанського І.З., Портера М. [1], Клименко С.М. [2], Омеляненко Т.В., Барабала Д.О. [3], Біркентале В.В. та Зими А.О. [4], Дубрової О.С., Вакуленко А.В. та ін.

Разом із тим варто зазначити, що питання підвищення конкурентоспроможності підприємства повинні досліджуватися із врахуванням специфіки галузі діяльності підприємства, особливостей ринку, а також основних конкурентів.

До основних критеріїв конкурентоспроможності підприємства варто віднести групи показників, що характеризують ефективність виробничої діяльності підприємства, фінансовий стан підприємства, ефективність збуту та просування товару, конкурентоспроможність товарів підприємства. Кожна із зазначених груп характеризується набором окремих показників, які необхідно аналізувати у порівнянні із аналогічними показниками підприємств-конкурентів. Адже було зазначено, що конкурентоспроможність підприємства є відносною характеристикою, яка може бути

оцінена лише у порівнянні показників підприємства із відповідними показниками конкурентів або базових чи еталонних підприємств.

В якості базових або еталонних підприємств варто обирати основних конкурентів досліджуваного підприємства, що функціонують на одному ринку, виробляють аналогічні товари або товари-замінники. З цією метою необхідно визначити основних конкурентів підприємства, а також визначитись із тими підприємствами по відношенню до доцільно вводити аналіз його конкурентоспроможності.

З метою дослідження конкурентоспроможності підприємства вважаємо доцільним аналіз наступних показників: фондвіддача, рентабельність продукції, продуктивність праці, коефіцієнт платоспроможності, коефіцієнт абсолютної ліквідності, коефіцієнт оборотності оборотних коштів, рентабельність продажів, коефіцієнт затовареності готовою продукцією, коефіцієнт завантаження виробничих потужностей.

Крім зазначених показників існує також ряд тих, які не будуть розглянуті під час аналізу. Таке рішення обумовлене насамперед значущістю обраних показників, а також наявністю та доступністю інформаційного забезпечення під час аналізу.

З метою порівняння згаданих показників, необхідно розрахувати відношення значення кожного з них. Розрахунок відносних значень показників здійснюється шляхом порівняння окремого показника підприємства із аналогічним показником конкурента. При чому, якщо збільшення показника свідчить про покращення на підприємстві, то необхідно ділити показник нашого підприємства на базовий, в іншому випадку – навпаки.

У зв'язку з тим, що кожний з цих показників має різний ступінь важливості для розрахунку коефіцієнта конкурентоспроможності підприємства, експертним шляхом були розроблені коефіцієнти вагомості критеріїв.

Автором також запропоновано оцінку конкурентних переваг підприємства здійснювати за допомогою побудови багатокритеріального конкурентоспроможності. Така оцінка дає змогу порівняти всі аспекти в роботі бізнесу: маркетинг, репутацію, ціни, асортимент, виробничі потужності, витрати на закупівлю матеріалів [5, 6].

В зв'язку із цим серед основних практичних напрямків підвищення конкурентоспроможності підприємства запропоновано орієнтацію на європейський ринок, підвищення якості виробів шляхом стандартизації та сертифікації продукції [5, 6]. Такі заходи дадуть можливість досягнути відповідного рівня якості продукції, що забезпечить її сприйняття на європейських ринках. Крім того одним із засобів розширення клієнтської бази доцільним створення електронного магазину та забезпечення можливості он-лайн співпраці із роздрібними та оптовими споживачами.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Портер М. Конкуренція: Навч. посібник // Переклад с англ. – М.: Видавництво дім «Вільямс», 2016. – 495 с.
2. Клименко С.М. Управління конкурентоспроможністю підприємства: навч. посіб. / Клименко С.М., Омеляненко Т.В., Барабаль Д.О., Дуброва О.С., Вакуленко А.В. – К.: КНЕУ, 2016. – 546 с.
3. Біркентале В.В., Зима А.О. Інноваційна діяльність як основа підвищення конкурентоспроможності підприємств та регіонів // Вісник Донецького національного університету, серія В: економіка і право, 2017. – Вип. 1. – с. 53-59.
4. Осипов В.М. Оцінка конкурентоспроможності виноробного підприємства як інструмент управління його розвитком // Екон. прогнозування. 2019, 1: 109–127.
5. Адлер О.О., Шинкарук І. В. Аналіз конкурентних переваг сучасного підприємства на прикладі ПрАТ «Хмільницька швейна фабрика «ЛІЛЕЯ»». Регіональна економіка та управління 2(28) травень 2020 р. Частина I. – С. 5-9.
6. Аналіз конкурентних переваг сучасного підприємства на прикладі ПрАТ «Хмільницька швейна фабрика «Лілея». Адлер О.О., Лесько О.Й., Причепка І.В., Руда Л.П. Гармонійний розвиток економіки України в умовах трансформаційних перетворень / Під ред. д.е.н., професора О.О. Непочатенко. Умань: Видавець «Сочінський», 2021. С. 210-217.