



УДК 658.012.32

ОЦІНКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Студ. К.І. Занозовська, гр. МГУР-1-17

Науковий керівник доц. С.М. Бондаренко

Київський національний університет технологій та дизайну

Мета та завдання. Дослідити методи оцінки конкурентоспроможності продукції підприємства.

Об'єкт дослідження. Процеси оцінки конкурентоспроможності продукції підприємства в умовах сучасного господарювання.

Методи та засоби дослідження. Під час проведення дослідження використовувалися такі методи: теоретичного узагальнення, аналогії та абстрактно-логічний – у процесах узагальнення основних понять і категорій, що формують теоретичний базис дослідження.

Наукова новизна – подальший розвиток теоретико-методичних та прикладних аспектів оцінки конкурентоспроможності продукції підприємства.

Питаннями конкурентоспроможності та конкурентних переваг займалися такі вчені як Барабань Д.О. [6], Бондаренко С.М. [1, 2, 3], Должанський І.З. [4], Загорна Т.О. [4], Касич А.О. [5], Клименко С.М. [6], Омеляненко Т.В.[6] та ін.

Результати дослідження. Сучасний світовий ринок відзначається наявністю жорстких методів конкурентної боротьби. На сьогоднішній день джерелами конкурентних переваг підприємства є не стільки виробничі і фінансові можливості, а наукоємний та технологічний рівень діяльності підприємства. Виникає необхідність в управлінні конкурентними перевагами підприємства як на національному так і на міжнародному рівнях. Управляти можна тільки тим, що правильно оцінено.

Конкурентоспроможність – багатогранна економічна категорія, яка розглядається на різних рівнях, оскільки суб'єктами конкурентної боротьби можуть виступати різні об'єкти: продукція, підприємства, корпорації, галузі, окремі країни та їх групи.

Питання визначення рівня конкурентоспроможності є надзвичайно важливим для ефективного функціонування підприємств та утримання ними певних сегментів ринку. Тому вітчизняними науковцями та зарубіжними вченими велику увагу було приділено вивченню методів та методик оцінки конкурентоспроможності підприємства. У таблиці 1 представлено класифікацію методів оцінки конкурентоспроможності продукції підприємства.

Класифікація методів оцінки конкурентоспроможності продукції підприємства передбачає їх поділ на окремі групи за певною ознакою. Найчастіше такою ознакою виступає форма представлення результатів оцінки, відповідно до якої виділяють графічні, матричні, розрахункові та комбіновані (розрахунково-матричні, розрахунково-графічні) методи. Всі вони мають як переваги, так і певні недоліки.

Для того, щоб підприємство було продуктивнішим та приносило більші прибутки, ніж його ринкові конкуренти, воно повинне своєчасно оцінювати рівень конкурентоспроможності своєї продукції та забезпечувати його постійне підвищення. Керівний орган підприємства має вміти відстежувати будь-які зміни, що відбуваються в умовах господарювання, та трансформувати їх в управління виробництвом та реалізацією продукції.



Таблиця 1 – Класифікація методів оцінки конкурентоспроможності продукції підприємства

Класифікаційна ознака	Групування методів
За формою представлення	Формальні, матричні, аналітичні, графічні
За характером оцінки	Якісні, кількісні
За часом встановлення	На певний час; за певний період
За динамічністю	Теперішні (конкурентна позиція), потенційні (конкуренто стійкість), перспективні (конкурентоспроможність), стратегічні (конкурентоздатність)
За змістом	Конкурентоспроможності продукції, ефективності діяльності підприємства, рівня менеджменту підприємства, складових конкурентних переваг
За джерелом походження інформації	За статистичними даними, за даними фінансової звітності, експертних оцінок, моніторинг, анкетування
За методами аналізу	Загальноекономічні, специфічні
За функціональним призначенням	Технологічні, виробничі, фінансові, ресурсні, маркетингові, соціальні, трудові, правові, екологічні, інформаційні
За рівнем відображення результату	Рентабельності, прибутковості, ефективності

Висновки. Визначення рівня конкурентоспроможності товарів та послуг є надзвичайно важливим для ефективного функціонування промислових підприємств, тому пропонується систематично проводити оцінку досягнутого рівня конкурентоспроможності продукції підприємства. Наведено класифікацію методів оцінки конкурентоспроможності продукції підприємства.

Ключові слова: конкурентоспроможність, оцінка, рівень конкурентоспроможності, конкурентні переваги.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бондаренко С.М. Оцінка конкурентоспроможності підприємства / С.М. Бондаренко, А.А. Невмержицька // Технології та дизайн. – 2014. – № 2 (11). – Режим доступу до журн.: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/td_2014_2_15.pdf
2. Бондаренко С.М. Система показників конкурентоспроможності, соціально-економічної ефективності для споживача та рейтингу виробу на ринку / С.М. Бондаренко // Проблеми науки. – 2001. - № 10. – С. 40-46.
3. Бондаренко С.М. Особливості використання соціально-орієнтованої концепції загального управління якістю TQM в Україні / С.М. Бондаренко, І.М. Строкач // Технології та дизайн. – 2014. – № 1 (10). - Режим доступу: http://www.irbisnbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?Z21ID=&I21DBN=UJRN&P
4. Должанський І.З. Конкурентоспроможність підприємства: навч. посібник [Текст]. / І.З. Должанський, Т.О. Загорна – Київ: Центр навчальної літератури, 2006. – 384 с.
5. Касич А.О. Теоретичні та практичні аспекти управління конкурентоспроможністю підприємства / А.О. Касич, Д.О. Глущенко // Економіка та держава. – 2016. – №11. – С. 65-70.
6. Клименко С.М. Управління конкурентоспроможністю підприємства: Навчальний посібник / С.М. Клименко, Т.В. Омеляненко, Д.О. Барабань та ін. – вид. 2-ге, без змін. – К.: КНЕУ, 2009. – 520 с.
7. Стратегічний маркетинг як фактор підвищення конкурентоспроможності підприємства. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.zn.kiev.ua>.
8. Харченко Т.О. Принципи корпоративної соціальної відповідальності як фактор формування конкурентних переваг організації / Т.О. Харченко, К.П. Веденіна // Економічні студії. Науково-практичний журнал. - 2017 р. – Випуск 5 (18). – С. 15-19.