

Станєва К.С.

здобувач вищої освіти ступеня
бакалавр

ОПП «Міжнародні економічні
відносини»

спеціальності «Міжнародні
економічні відносини»

Синіговець О.М., к.е.н., доц.

Перерва П.Г., д.е.н., проф.

Національний технічний
університет «ХПІ»

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСЬ ПІДПРИЄМСТВА: КОМПАРАТИВНИЙ АНАЛІЗ

Проблема підвищення конкурентоспроможності продукції актуальна в контексті відкритості економіки нашої країни, оскільки фірми в ситуації нестабільності і відсутності досвіду управління ринком змушені конкурувати з великими іноземними корпораціями, що виходять на внутрішній ринок. Українським підприємствам доводиться освоювати ринкові методи роботи, впроваджувати сучасні механізми управління конкурентоспроможністю [1-14].

Конкурентоспроможність сільськогосподарського підприємства - це сукупність якісних і кількісних параметрів, що характеризують фактори виробництва, що складають підприємство (праця, земля, капітал і підприємницькі здібності), взаємодія яких може принести певну суму економічних вигод їх власнику.

Основними внутрішніми факторами конкурентоспроможності є [1, 3, 9]:

- передовий техніко-технологічний рівень виробництва;
- висока якість продукції при порівняно низьких витратах на всіх етапах виробничого циклу;
- застосування сучасних методів організації та управління, інформаційних технологій;
- кваліфікований персонал;
- активна інноваційна діяльність;
- наявність фінансових ресурсів;
- чітка організація продажів (власна мережа, ефективна реклама, широкий асортимент продукції, красива упаковка, надійне гарантійне обслуговування);
- наявність високої організаційної культури, сприятливої репутації, іміджу.

Сьогодні проблема підвищення конкурентоспроможності підприємства стає все більш актуальною. Ситуація на ринку багато в чому залежить від стану і результатів конкуренції. У період розвитку ринкової економіки визначається необхідність формування виробничого потенціалу та підвищення конкурентоспроможності підприємства. Підприємства надають великого значення аналізу своїх сильних і слабких сторін з метою оцінки своїх реальних

конкурентних можливостей і розробки заходів і засобів, за допомогою яких підприємство може підвищити свою конкурентоспроможність і забезпечити свій успіх. Для його забезпечення нагально рекомендується проводити компаративний аналіз конкурентоспроможності. Особливо такого роду аналіз актуальний в умовах здійснення підприємством зовнішньо-економічної діяльності на ринках інших країн.

Підвищити конкурентоспроможність підприємства можна декількома способами [5, 11, 13]:

1. Постійне використання інновацій.
2. Пошук нових, більш досконалих форм вироблених товарів.
3. Виробництво продукції такої якості, яка б відповідала державним і світовим стандартам.
4. Розподіл товарів на ті сегменти ринку, де найвищі вимоги до якості та сервісу
5. Використання тільки якісної сировини і матеріалів.
6. Безперервне навчання та перепідготовка кадрів.
7. Підвищення матеріальної зацікавленості працівників і поліпшення умов праці.
8. Проведення маркетингових досліджень з метою задоволення потреб покупців.
9. Аналіз ваших конкурентів для виявлення ваших сильних і слабких сторін.
10. Підтримка контактів з науково-дослідними організаціями та інвестування в наукові розробки, спрямовані на підвищення якості продукції, що випускається.
11. Використання максимально ефективних рекламних заходів.
12. Реєстрація торгової марки підприємства та використання брендованої продукції.

Використовуючи ці шляхи, компанія зможе підвищити як свою конкурентоспроможність, так і зміцнити фінансову стабільність.

Проблеми підвищення конкурентоспроможності продукції є одними з найбільш складних і актуальних. Необхідно, щоб вони знайшли своє рішення на регіональному рівні, адже саме тут відбувається безпосередня реалізація задуманого. У короткостроковій перспективі необхідно докласти зусиль як з боку виконавчої влади, так і з боку бізнесу, щоб сільське господарство могло оновлювати застарілі сільськогосподарські машини, використовувати досягнення науково-технічного прогресу та переймати досвід інших країн []. Поряд з підтримкою вітчизняних виробників конкурентоспроможної продукції необхідно удосконалити ринкову інфраструктуру на товарному і споживчому ринках, усунути негативний вплив на конкуренцію з боку монополістів і різного роду посередників. Необхідно спростити доступ сільгоспвиробників до споживчого ринку.

Як показала апробація компаративного підходу до виміру конкурентоспроможності промислових та аграрних підприємств, орієнтація в оцінці конкурентоспроможності підприємств на невелику кількість добре

відомих в економіці підприємств ознак (таких як виробничий та інноваційний потенціали), що характеризують найважливіші потенційні можливості підприємств, в умовах появи в економічній теорії методичних підходів до їх кількісної оцінки відкриває нові можливості для подолання серйозних методологічних та методичних труднощів, що виникають у "традиційних" напрямках, і дозволяє отримувати оцінки, які за своїм змістом максимально наближені до змісту категорії конкурентоспроможності як однієї з найбільш узагальнених граничних характеристик підприємств [7, 14].

Зіставлення отриманих оцінок рівня конкурентоспроможності підприємств з результатами аналізу виробничо-економічних показників їхньої господарської діяльності продемонструвало хороший рівень відповідності таких оцінок експертним оцінкам провідних фахівців у галузі сільського господарства та машинобудування щодо рівня конкурентоспроможності розглянутих підприємств.

Список використаних джерел

1. Печуров Г.К., Чернова Д.А. Основні напрями підвищення конкурентоспроможності підприємства // Ринкова економіка: сьогодні та завтра: тези VIII Міжнародної конференції, 28 лютого - 1 березня 2019 р. С. 64-66
2. Маркетингова діяльність підприємств : підручник / О.П.Косенко [та ін.] ; ред. О.П.Косенко; Нац. техн. ун-т "ХПІ". Харків : ТОВ "Оберіг", 2023. 1155 с.
3. Pererva P.G., Kocziszky G., Szakaly D., Veres Somosi M. (2012) Technology transfer / P.G.Pererva., Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI». 668 p.
4. Compliance program of an industrial enterprise. Tutorial. (2019) / [P.G Pererva et al.] // Edited by prof. P.G.Pererva, prof. Gy.Kocziszky, prof. M.Somosi Veres. Kharkov-Miskolc: NTU "KhPI". 689 p.
5. Kosenko A.P., Kobieliava T.O., Tkachova N.P. The definition of industry park electrical products // Scientific bulletin of Polissia. Part 2. № 3 (11). 2017. P. 43-50.
6. Кобелева Т.О., Перерва П.Г. Формування системи економічної стійкості та комплаєнс захисту машинобудівного підприємства // *Економіка: реалії часу*. 2018. № 1 (35). С. 98-106.
7. Перерва П.Г., Кобелева Т.О. Маркетингові підходи до моніторингу кон'юнктури товарного ринку промислового підприємства // *Екон. вісник НТУУ «КПІ»* : зб. наук. пр. Київ : НТУУ "КПІ", 2017. № 14. С. 468-477. URL: <http://ev.fmm.kpi.ua/article/view/108749>
8. Кобелева Т.О. Комплаєнс-безпека промислового підприємства: теорія та методи: монографія. Харків: Планета-Принт, 2020. 354 с.
9. Pererva P.G., Kocziszky G., Somosi Veres M., Kobieliava T.A. Compliance program: tutorial. Kharkov-Miskolc : LTD «Planeta-prynt», 2019. 689 p.
10. Перерва П.Г., Борзенко В.І., Кобелева Т.О. Інтелектуальна власність: магістерський курс: підручник. Харків: НТУ «ХПІ», 2019. 1002 с.
11. Pererva P.G. Entrepreneurial Risks: Essence, Classification and Management Opportunities / P.G. Pererva, T.O. Kobieliava, L.V. Shaulska // *Економічний журнал Одеського політехнічного університету*. 2023. No 1(23). С.43-50.
12. Шаульська Л.В. Дослідження впливу підприємницьких ризиків на сталий розвиток підприємства / Л.В.Шаульська, П.Г.Перерва, Т.О.Кобелева // *Енергозбереження. Енергетика. Енергоаудит*. 2023.No 3 (181). С. 14-23
13. Старостіна А.О. Маркетинг: теорія, світовий досвід, українська практика: підруч. К.: Знання, 2009. 1070 с.
14. Kosenko A.P., Kobieliava T.O., Tkachova N.P. Forecasting industry park electrical products // *Scientific bulletin of Polissia*. 2017. Part 2. № 4 (12). P. 106-111.