

РОЗДІЛ 1. ЕКОНОМІКА

ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВАTHEORETICAL APPROACHES TO ASSESSING
COMPETITIVENESS OF ENTERPRISE

У статті визначено важливість та актуальність дослідження поняття конкурентоспроможності підприємства. Представлені та проаналізовані погляди українських і зарубіжних науковців та показано стан сучасної економічної думки з цієї проблеми. Розглянуто основні теоретичні питання щодо оцінки конкурентоспроможності підприємства. Визначено основні чинники конкурентоспроможності підприємства. Запропоновано критерій конкурентоспроможності, на основі якого визначено поняття «конкурентоспроможне підприємство». Проаналізовано найбільш відомі методики оцінки конкурентоспроможності підприємства. Виявлено особливу роль персоналу підприємства, який є людським ресурсом, що приводить у продуктивний рух усі чинники конкурентоспроможності, тобто персонал є вирішальним чинником конкурентоспроможності підприємства. В результаті отриманої узагальненої інформації здійснено практичні висновки до вирішення задачі, яка полягає в обґрунтуванні підходів, щодо оцінки конкурентоспроможності підприємства.

Ключові слова: конкуренція, конкурентоспроможність підприємства, чинники конкурентоспроможності підприємства, критерій конкурентоспроможності підприємства, людський ресурс.

УДК 339.137

DOI: <https://doi.org/10.32782/bses.89-1>

Вагонова О.Г.

д.е.н., професорка, завідувачка кафедри прикладної економіки, підприємництва та публічного управління, Національний технічний університет «Дніпровська політехніка»

Карпа Д.М.

аспірант кафедри прикладної економіки, підприємництва та публічного управління, Національний технічний університет «Дніпровська політехніка»

Vagonova Oleksandra

Dnipro University of Technology

Karpa Dmytro

Dnipro University of Technology

The article emphasizes the importance and relevance of studying the concept of enterprise competitiveness in the context of a rapidly changing global. The concept of competitiveness is crucial for enterprises that aim to achieve sustainable growth and success in a highly competitive environment. The article presents and analyzes the views of both Ukrainian and foreign scientists, offers a critical review of modern economic approaches to this topic. Particular attention is paid to identifying key theoretical issues related to assessing the competitiveness of enterprises, including resource efficiency, innovative potential and the ability to adapt to changes in the external environment. The study identifies the main factors influencing the competitiveness of an enterprise, such as technological progress, management efficiency and market positioning. In addition, the article presents a refined criterion for assessing competitiveness, based on which the concept of "competitive enterprise" is defined. The most well-known methods for assessing the competitiveness of an enterprise are analyzed. The special role of the enterprise's personnel, which is a human resource that brings all factors of competitiveness into productive operation, is revealed, meaning that the personnel is a decisive factor in the competitiveness of an enterprise. In addition, the article examines how modern digital technologies, and innovative solutions have a significant impact on competitiveness, providing companies with new opportunities to strengthen their market positions. As a result of the obtained generalized information, practical conclusions were made to solve the problem, which consists in substantiating approaches to assessing the competitiveness of enterprises. This article extends the existing theoretical approaches and provides strategies for optimizing the use of resources, stimulating innovation and increasing overall operational efficiency. By integrating these ideas, enterprises can effectively navigate the complexities of the modern market environment and ensure a competitive advantage.

Key words: competition, enterprise competitiveness, enterprise competitiveness factors, enterprise competitiveness criterion, human resources.

Постановка проблеми. Понад два роки Україна перебуває у стані війни. Важкими наслідками цього є руйнування інфраструктури, бізнесових зв'язків, знищення промислових підприємств, ліквідація логістичних каналів. Українська економіка опинилася у глибокій кризі. Така ситуація має важкі наслідки для нашої держави і змушує вітчизняні підприємства шукати можливості для відновлення свого функціонування.

Кардинальне підвищення загальної результативності промислового підприємства та його ефективності в умовах сучасної ринкової ситуації обумовлено детальним розглядом певних факторів, що впливають на кінцевий процес формування конкурентних переваг. Поставлені цілі

досягаються поведінки підприємства у конкурентній боротьбі та використання наявних у нього конкурентних переваг. Саме тому успіх промислового підприємства залежить від рівня конкурентоспроможності власного підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. На сучасному етапі розвитку економіки України, з боку науковців спостерігається підвищений інтерес до питань конкуренції та конкурентоспроможності. Тому, особлива увага приділяється вивченню теоретичного аспекту конкуренції та конкурентоспроможності у роботах як вітчизняних, так і зарубіжних дослідників.

Перші теоретичні дослідження природи конкуренції виконані у середині XVIII ст. і пов'язуються

з ім'ям Адама Сміта. Втім, глибокого вивчення цієї проблеми не було до другої половини ХХ ст. Розгляд питань щодо конкуренції та конкурентоспроможності, на той час, був зумовлений ускладненням економічної боротьби за ринки збуту. Тому цілком природно, що проблема конкурентоспроможності досить актуальна в умовах розвитку ринкової економіки.

Сучасні вітчизняні автори, такі як Бочко О.Ю. [1], Бугай В.З. [2], Волошин А.В. [3] доповнюють та дають нові визначення конкурентоспроможності підприємства. Це, перш за все, пов'язане з часто мінливим зовнішнім середовищем та галузевим фактором. Ключовими аспектами у питаннях вивчення конкуренції виступають: адаптація підприємства до умов навколишнього середовища, що змінюються; здатність задоволення потреб споживачів; рівень ефективності управління потенціалом підприємства; ефективність використання наявних ресурсів та ін. На думку Д. Кривенка [7, с. 168–171] в основу конкурентоспроможності підприємства необхідно ставити ключові компетенції, які визначаються конкурентними перевагами, універсальністю (конкурентна перевага у різних ситуаціях) і складністю дублювання. У свою чергу, Д. Хасбі [8, с. 115–118] констатує, що конкурентоспроможність підприємства визначається якістю продукції, відносно її ціною, просуванням продукції на ринки, потужністю збутової мережі. Товар є кінцевим результатом діяльності підприємства. Але яким має бути підприємство, що випускає конкурентоспроможний товар, Д. Хасбі не пояснює.

Ґрунтовний аналіз опублікованих за даною проблематикою праць, вказує на те, що питання конкурентоспроможності підприємств залишається актуальним в реальних умовах існування промислового підприємства, однак потребує виявлення нових підходів, щодо оцінки конкурентоспроможності підприємства.

Постановка завдання. Мета роботи полягає у аналізі вітчизняних та зарубіжних діячів науки з приводу сутності поняття «конкурентоспроможне підприємство» та обґрунтуванні підходів, щодо оцінки конкурентоспроможності підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Вивченню теорії конкуренції особлива увага приділяється у роботах як вітчизняних і зарубіжних дослідників, так і економістів-практиків. Багато хто з них визначає конкуренцію як суперництво кількох осіб у досягненні однієї і тієї ж мети. Конкуренція завжди носить характер боротьби, якою конкуренти прагнуть витіснити один одного, отримати виняткове володіння тим чи іншим господарським благом. Авторі також зазначають, що конкуренція несе велику вигоду, насамперед для споживача, оскільки вона впливає на зниження ціни товарів. Завдяки конкуренції в організації запускаються

процеси, пов'язані з пошуком шляхів удосконалення технологій, розширення збуту товарів, зниження вартості виробництва. До основних способів боротьби відносять зниження цін товарів, збереження та покращення якості вироблених товарів та обслуговування, привернення уваги покупця до своєї продукції за допомогою реклами, використання інноваційних технологій.

Американський економіст М. Портер визначає конкурентоспроможність як здатність підприємства розвивати та підтримувати унікальні конкурентні переваги, які дозволяють йому домінувати на ринку. Він уперше розглянув конкурентоспроможність країни на рівні конкурентоспроможності підприємств. Його концепція «п'яти сил конкуренції» допомагає оцінити ринкову позицію та формулювати стратегії для посилення конкурентоспроможності [5]. Думку М. Портера у питаннях конкуренції поділяє велика кількість економістів.

В умовах сучасності конкурентне середовище існує у всіх галузях економіки. Велика кількість підприємств, для зміцнення та збереження своїх конкурентних позицій, активно вдосконалюють систему та методи управління. Виробництво та реалізація конкурентоспроможних товарів та послуг виступає основним критерієм підвищення рівня конкурентоспроможності.

Конкурентоспроможність промислових підприємств переважно формується конкурентоспроможністю продукції. Але при цьому, незалежно від подібностей, що здаються, між ними є певні відмінності. Конкурентоспроможність у загальному вигляді є якоюсь порівняльною оцінкою продукції щодо наявних у неї властивостей.

Реалії сьогодення диктують підприємцям нові правила у виснажливій конкурентній боротьбі та спонукають підприємства використовувати свої адаптаційні можливості для подолання щоденних викликів та загроз.

Серед сучасних українських науковців, які досліджували питання конкурентоспроможності підприємств, можна виділити кілька відомих імен (табл. 1).

Ці українські науковці зробили значний внесок у дослідження проблем конкурентоспроможності підприємств, розробивши як теоретичні підходи, так і практичні рекомендації для підвищення ефективності роботи українських компаній на ринку.

З огляду на поняття, запропоновані авторами, можна сформулювати наступні теоретичні положення щодо конкурентоспроможності підприємства. Конкурентоспроможність означає здатність компанії, продукту чи послуги ефективно конкурувати на ринку. Основні аспекти конкурентоспроможності включають:

– якість продукту чи послуги (це може включати якість самого продукту, його надійність, функціональність та відповідність потребам споживачів);

Таблиця 1

Визначення поняття «конкурентоспроможне підприємство»

Автор	Визначення
І. Алексеев [9]	Конкурентоспроможність – це інтегральна характеристика підприємства, що відображає його спроможність забезпечувати довгострокову ефективність і стабільне зростання за умов конкурентного середовища.
О. Бочко [1]	Акцентує увагу на інноваціях та ефективному управлінні ресурсами як ключових факторах конкурентоспроможності.
А. Волошин [3]	Акцентує увагу на важливості стратегічного управління як основного чинника підвищення конкурентоспроможності підприємства в умовах змінного ринкового середовища.
Г. Климко [6]	Конкурентоспроможність підприємства – це здатність підприємства адаптуватися до ринкових умов і використовувати наявні ресурси для досягнення стратегічних цілей.
Д. Панасенко [13]	Конкурентоспроможність – здатність підприємства досягати економічного успіху на ринку за рахунок ефективного використання внутрішніх ресурсів і впровадження інновацій.
Л. Шаблій [14]	Конкурентоспроможність – це комплексна характеристика підприємства, яка відображає його здатність зберігати й розвивати ринкові позиції шляхом постійного оновлення виробничих процесів та впровадження інновацій.

Джерело: розроблено авторами на основі [1; 3; 6; 9; 13; 14]

– цінова політика (ціни, які конкурентоздатна компанія може запропонувати, враховуючи якість і споживчі властивості продукту);

– маркетинг і реклама (як ефективно компанія просуває свої продукти чи послуги, які канали вона використовує для залучення клієнтів і підтримки іміджу бренду);

– інновації (здатність до постійного вдосконалення і інновацій, що дозволяє займати лідируючі позиції на ринку);

– ефективність виробництва і постачання (забезпечення високої ефективності у виробництві, оптимізація ланцюга постачання і зниження витрат).

Ці аспекти разом визначають, наскільки успішно компанія може зберігати і розвивати свою позицію на ринку.

Усі чинники, що формують конкурентоспроможність підприємства, можна поділити на дві групи: адаптивності та інноваційності – стверджують В.В. Джеджула, І.Ю. Єпіфанова, О.Г. Цвик [11].

Адаптивність підприємства в умовах конкуренції – це здатність компанії швидко й ефективно реагувати на зміни у зовнішньому середовищі, зокрема на коливання ринкових умов, дії конкурентів, технологічні зміни, зміни в уподобаннях споживачів тощо. Адаптивне підприємство може оперативні змінювати свою стратегію, структуру, процеси та продукти для підтримки конкурентоспроможності та збереження позицій на ринку. У свою чергу, інноваційність полягає у процесі оновлення та внутрішньоорганізаційних процесах перебудови по ряду критеріїв (ритмічність, технологічність, мінімальна собівартість). Адаптивність відповідає необхідності існування в середовищі з встановленими властивостями і є критично важливою для виживання та процвітання підприємства в умовах постійної конкуренції. Інноваційність

реалізує поняття конструкції підприємства, джерела адаптивності, тобто відповідає поняттю достатності.

Найбільш класичним і найчастіше використовуваним для визначення конкурентоспроможності підприємства є набір чинників, наведений у роботах І.Г. Кадируса та Д. Кревенса [9]. На основі вивченого матеріалу було сформовано набір чинників, що визначають конкурентоспроможність підприємства в умовах економічної нестабільності. До основних чинників внутрішнього середовища конкурентоспроможного підприємства, що забезпечують довгостроковий та сталий розвиток, відносяться:

– адаптивна організаційна структура, здатна швидко реагувати на зміни в оточуючому середовищі, адаптуватися до нових умов і швидко перебудовувати свої процеси і структуру для досягнення стратегічних цілей;

– технічні ресурси, що забезпечують технології, які дозволяють співробітникам працювати з будь-якого місця;

– фінансові ресурси, дозволяють фінансування досліджень і розробок нових технологій та продуктів, які сприяють адаптації до змін на ринку та забезпечують резерви для швидкого реагування на кризові ситуації, непередбачені витрати або для фінансування нових стратегічних ініціатив;

– інформаційні ресурси, що становлять базу даних і знань (інструменти для збору, обробки та аналізу великих обсягів даних), дозволяють приймати обґрунтовані рішення на основі реальних даних та прогнозів;

– маркетинг, здатність швидко реагувати на зміни в уподобаннях споживачів та зміни в ринкових умовах, а також розробляти конкурентоспроможний товар та політику просування;

– конкурентна стратегія, що дозволяє успішно досягати поставленої мети підприємства та здатність коригувати стратегічні плани у відповідь на нові виклики і можливості;

– людський ресурс (персонал) підприємства – це сукупність співробітників, які працюють в організації, їхні знання, навички, досвід, таланти та мотивація, визначає його здатність досягати поставлених цілей, розвиватися та успішно конкурувати на ринку.

В науковій економічній літературі активно використовуються такі поняття, як ресурси та чинники. Поняття «ресурси» та «чинники» тісно пов'язані між собою, але мають різне значення в контексті економіки та управління. З цієї позиції ресурси – це всі матеріальні, нематеріальні, фінансові, людські та інформаційні засоби, які використовуються для виробництва товарів і послуг, досягнення цілей, підтримки та розвитку організації, але в рамках теорії конкурентоспроможності підприємства вони розглядаються як чинники. Ресурси є основою для будь-якої діяльності або виробництва, але їх ефективність і результативність залежить від впливу різних чинників. Чинники можуть як покращувати, так і погіршувати використання ресурсів. Наприклад, висококваліфіковані людські ресурси (ресурс) можуть мати обмежену ефективність через недостатню підтримку технологій (технологічний чинник) або через політичну нестабільність (політичний чинник). Поряд із цим до чинників конкурентоспроможності відносять організаційні чинники, такі як стратегія, адаптивна організаційна структура, система стимулювання праці, контроль, координація тощо. Таким чином, всі чинники конкурентоспроможності підприємства можна розбити на дві групи: ресурсні та організаційні (рис. 1).

Однак слід зауважити, що всі перелічені чинники можуть як підвищувати, так і знижувати конкурентоспроможність підприємства. І, що дуже важливо, за кожним чинником стоїть діяльність персоналу підприємства, який відповідає за успішне функціонування та розвиток підприємства.

Високий рівень якості товарів чи послуг забезпечує конкурентну перевагу, дозволяючи залучати та утримувати клієнтів та здатність контролювати витрати на виробництво товарів безпосередньо залежать від компетенції працівників, які виготовили цю продукцію. Використання

передових технологій, здатність до інновацій та впровадження нових продуктів і послуг на ринок неможливо застосувати без персоналу. Міцні фінансові ресурси, доступ до капіталу, низький рівень заборгованості та здатність залучати інвестиції потребують раціонального управління, яке також залежить від кваліфікації персоналу, відповідального за це управління. Розробку, впровадження та безпосередню діяльність, згідно з конкурентною стратегією, здійснює персонал підприємства. Обслуговування клієнтів, що формує репутацію (імідж), знов-таки цілком залежить від персоналу підприємства. Як бачимо, що за кожним чинником стоїть персонал підприємства, який відіграє визначальну роль та впливає на рівень конкурентоспроможності.

Однак, усі перелічені показники та чинники не можуть бути критерієм конкурентоспроможності підприємств. Щоразу виникають різні міркування, що викликають великі сумніви у вірності запропонованого критерію. Вихід зі становища, на нашу думку, полягає у визначенні з усіх показників лише одного – критерію конкурентоспроможності підприємства. Таким критерієм може бути лише динаміка частки ринку підприємства, яка відображає, як компанія справляється з конкуренцією та наскільки успішно її продукція або послуги завойовують споживачів.

Коли продажі компанії зростають швидше, ніж у конкурентів, її частка ринку збільшується, це означає, що підприємство конкурентоспроможне, і навпаки, якщо конкуренти випускають кращі або дешевші товари, компанія може втрачати частку ринку і свою конкурентоспроможність.

Таким чином, динаміка частки ринку є важливим індикатором ефективності компанії на ринку, який дає змогу оцінити її конкурентоспроможність і визначити необхідність змін у стратегії.

Спираючись на проведений аналіз, можна стверджувати, що конкурентоспроможність підприємства – це здатність підприємства утримувати або збільшувати свою частку ринку товарів та послуг.

У теоретичному та практичному плані проблема оцінки конкурентоспроможності підприємств за умов економічної нестабільності стоїть дуже гостро. Однак наразі загальноприйнятої методика оцінки конкурентоспроможності підприємства

Чинники конкурентоспроможності підприємства									
Ресурсні					Організаційні				
Природні	Технологічні	Фінансові	Інформаційні	Людські	Гнучка стратегія	Адаптивна організаційна структура	Організація виробництва	Організація праці	Організація управління

Рис. 1. Чинники конкурентоспроможності підприємства

немає. Кожен підхід до оцінки конкурентоспроможності розроблений не для всіх підприємств, що працюють на однорідному ринку, а для кількох:

- один підхід до оцінки враховує ринкові тенденції, попит, поведінку споживачів і позиції конкурентів;
- другий – ефективність управлінських ресурсів, системи управління і операційних процесів;
- третій – ефективність виробничо-збутової діяльності;
- четвертий – здатності підприємства до інновацій і впровадження нових технологій;
- п'ятий – резерви у використанні факторів виробництва.

Існує кілька методик оцінки конкурентоспроможності, кожна з яких має свої особливості й підходить для різних цілей.

В дослідженні В. Адолік [10], підкреслено, що оцінка конкурентоспроможності підприємств є складним процесом, що вимагає аналізу різних аспектів діяльності підприємства і має ґрунтуватися на певному наборі показників. Обрані показники для оцінки конкурентоспроможності повинні відповідати стратегічним цілям підприємства і враховувати специфіку його діяльності. Важливо також враховувати потреби зацікавлених сторін, таких як інвестори, клієнти, партнери та співробітники, у відповідному аналізі. Оскільки пріоритет якомусь єдиному критерію віддати складно, є доцільним проведення комплексної оцінки конкурентоспроможності.

Методика оцінки конкурентоспроможності підприємств, розроблена Бостонською консалтинговою групою (Boston Consulting Group, BCG), широко відома під назвою «матриця BCG». Це один із найвідоміших інструментів портфельного аналізу, який допомагає оцінити конкурентоспроможність підприємства через аналіз його продуктового або бізнес-портфеля. Ця методика дозволяє оцінити портфель продуктів або бізнес-напрямків підприємства з точки зору частки ринку та темпів зростання ринку. Матриця BCG базується на двох ключових показниках:

- темп зростання ринку – показує перспективи розвитку ринку, на якому працює підприємство, і визначає рівень привабливості цього ринку;
- відносна частка ринку – показує частку ринку підприємства порівняно з основними конкурентами, що свідчить про його конкурентну позицію. На основі цих двох показників продукти або бізнес-одиниці компанії розподіляються на чотири категорії. Основна ідея матриці BCG полягає в тому, що підприємство повинно збалансувати свій портфель продуктів або бізнес-одиниць, підтримуючи різні стратегії для кожної з категорій. Найбільш конкурентоспроможними вважаються підприємства, які займають значну частку на ринку, що швидко зростає. Таким чином, матриця BCG

допомагає компанії розробляти стратегії управління ресурсами та інвестиціями на основі аналізу її продуктових ліній та конкурентної позиції на ринку. Переваги методу: матриця легко візуалізує портфель продуктів, чітко розділяючи їх на чотири категорії. Це дозволяє керівникам швидко отримати загальне уявлення про ситуацію та зробити висновки щодо бізнес-одиниць або продуктів. Оцінюючи відносну частку ринку, матриця акцентує увагу на позиції підприємства в порівнянні з конкурентами, що допомагає приймати стратегії для покращення ринкової позиції. Недоліки методу: матриця базується лише на двох факторах: темпі зростання ринку та відносній частці ринку. Вона не враховує інші важливі фактори, такі як прибутковість продуктів, витрати на виробництво, бар'єри для входу на ринок, поведінку споживачів та інші зовнішні фактори. Метод передбачає, що високий рівень частки ринку завжди є показником успіху, хоча це може бути не так. Висока частка ринку не завжди означає високу рентабельність або ефективність продукту. Отже, метод матриці BCG є корисним інструментом для оцінки бізнес-портфеля, але для комплексного аналізу конкурентоспроможності його потрібно доповнювати іншими методами, які враховують ширший спектр показників і зовнішніх факторів.

Методика аналізу конкурентних сил Портера є однією з ключових стратегічних аналітичних моделей для оцінки впливу конкурентних сил на підприємство. Сутність оцінки полягає у визначенні ключових факторів впливу на конкурентоспроможність та формування стратегії для мінімізації загроз і використання можливостей. Основні переваги цієї методики включають:

- структурованість і системність (модель надає чітку структуру для аналізу конкурентного середовища, що допомагає зрозуміти, які чинники впливають на прибутковість галузі чи сегменту ринку);
- фокус на ключових аспектах (методика визначає п'ять основних сил конкуренції, які включають потужність постачальників і покупців, загрози нових учасників і продуктів-замінників, а також ступінь конкуренції серед існуючих учасників ринку);
- застосування в різних галузях (методика універсальна і може бути застосована у будь-якій галузі чи сегменті ринку, що робить її корисною для різних типів бізнесу).

Недоліки методики: спрощене уявлення про ринок, тобто модель не завжди враховує всі можливі взаємодії індустрій, особливо в сучасних умовах швидкої зміни технологій і клієнтських уподобань; не враховує динаміку змін у часі, такі як швидкі зміни у технологіях або стратегічних переміщеннях конкурентів; в умовах кризи модель може не дати повного уявлення про поточне становище підприємства.

Не дивлячись на ці обмеження, методика Портера залишається важливим інструментом для стратегічного аналізу, який дозволяє підприємствам зрозуміти їхнє конкурентне оточення та приймати обґрунтовані стратегічні рішення.

Г. Вербицька [10], пропонує метод оцінки конкурентоспроможності підприємства на основі аналізу товару або послуги, відомий як товарний підхід, зосереджений на характеристиках продукту, його конкурентних перевагах та ринковому позиціонуванні. Основна ідея методу полягає в тому, що конкурентоспроможність підприємства безпосередньо залежить від здатності його товару (послуги) задовольняти потреби споживачів краще, ніж товари конкурентів. Основні елементи товарного підходу: якість та ціна товару. Якість є ключовим показником конкурентоспроможності. Чим вищий рівень якості товару, тим більша ймовірність, що він буде користуватися попитом. Оцінюються такі аспекти, як надійність, довговічність, відповідність стандартам та очікуванням клієнтів. Аналіз ціни товару проводиться у порівнянні з конкурентами. Продукт може мати конкурентні переваги як за рахунок нижчої ціни, так і за рахунок кращої якості при аналогічній ціні. Важливим є співвідношення «ціна-якість».

Цей метод базується на міркуванні про те, що конкурентоспроможність виробника тим вище, чим вища конкурентоспроможність його продукції. Як показник, що оцінює конкурентоспроможність товару (послуги), використовують співвідношення двох характеристик: ціни та якості. Найбільш конкурентоспроможний товар, що має оптимальне співвідношення цих характеристик:

$$\text{КСТ} = \text{Пя} / \text{Ц} \quad (1)$$

де КСТ – показник конкурентоспроможності товару; Пя – показник якості товару; Ц – показник ціни товару.

Переваги методу: дозволяє оцінювати конкретні характеристики товару (якість, ціна, інноваційність), що впливають на вибір споживачів. Це дає можливість підприємству зрозуміти, наскільки його продукт відповідає потребам ринку. Недоліки методу: товарний підхід недостатньо враховує роль нематеріальних активів, таких як бренд, репутація, лояльність клієнтів або корпоративна культура, які можуть значно впливати на конкурентоспроможність підприємства.

Висновки. Проведення аналізу теоретичних основ конкурентоспроможності підприємства дозволяє зробити такі висновки:

– на основі аналізу вітчизняних та зарубіжних діячів науки з приводу сутності поняття конкурентоспроможності підприємства, можна зробити висновок, що конкурентоспроможність – це вміння підприємства готувати «фундамент» і займати певний сегмент ринку, а також вміння аналізувати настрої споживача та задовольняти його переваги.

– існує безліч чинників, що впливають на конкурентоспроможність підприємства, але основним чинником, від якого безпосередньо залежить конкурентоспроможність підприємства, є персонал;

– критерієм конкурентоспроможності підприємства є частка ринку;

– рівень конкурентоспроможності як результату діяльності підприємства можна оцінити на основі різних підходів і методик. На рівень конкурентоспроможності впливає обрана методика оцінки конкурентоспроможності, а також база порівняння. Дані методики можуть використовуватись як окремо, так і в комплексі, щоб забезпечити повну і точну оцінку конкурентоспроможності підприємства.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бочко О.Ю., Кожушко П.І. Теоретичні підходи до дефініції «конкурентоспроможність підприємства». *Економіка та суспільство*. 2024. Випуск 61. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-61-82>.
2. Бугай В.З., Сидоренко В.О. Основні напрями підвищення конкурентоспроможності підприємства. *Modern Economics*. 2019. №14. С. 33–38. DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V14\(2019\)-05](https://doi.org/10.31521/modecon.V14(2019)-05).
3. Волошин А.В. Характеристика конкурентоспроможності та визначення її сутності. *Економіка: реалії часу*. 2023. №4(68). С. 83–88. DOI: <https://doi.org/10.15276/ETR.04.2023.9>
4. Сміт А. Добробут націй. Дослідження про природу та причини добробуту націй. Київ : Port-Royal, 2001. 596 с.
5. Портер М. Міжнародна конкуренція: конкурентні переваги країн. Київ, 2015. 896 с.
6. Бечко П.К., Голобородько Я.О. Теоретичні засади сутності економічних категорій «конкуренція» і «конкурентоспроможність». *Ефективна економіка*. 2015. № 7. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4191> (дата звернення: 23.08.2024).
7. Юхименко П. Конкурентоспроможність підприємства: підручник. Київ : Центр учбової літератури. 2021., 320 с.
8. Дмитрієв І.А., Кирчата І.М., Шершенюк О.М. Конкурентоспроможність підприємства: навчальний посібник. Харків: ФОП Бровін О.В., 2020. 340 с.
9. Фісуненко П. А. Підходи до визначення конкурентоспроможності підприємства: сутність та еволюція поняття. *Бізнес-навігатор*. 2020. Вип. 2 (58). С. 152–161.
10. Адамик В., Вербицька Г. Оцінка конкурентоспроможності підприємства. *Вісник Економіки*. 2018: № 23. С. 69–78.
11. Джеджула В. В., Єпіфанова І. Ю., Цвик О. Г. Інноваційна діяльність як чинник конкурентоспроможності підприємств. *Інвестиції: практика та досвід*. 2017. №4. С. 5–8.
12. Завербний А., Макарова Ю. Проблеми і потенційні можливості реалізування інноваційних стратегій для підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства. *Економіка та суспільство*. 2021. № 34. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-34-23>.

13. Панасенко Д. А. Конкуреноспроможність підприємства: сутнісна та функціональна характеристики. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. 2017. № 727. С. 270–276.

14. Шлюсарчик Б. К. Умови інноваційності підприємств у сучасній ринковій економіці. *Інвестиції: практика та досвід*. 2019. № 7–8. С. 27–33.

REFERENCES:

1. Bochko O.Yu., Kozhushko P.I. (2024) Teoretychni pidkhody do definitsii «konkurentospromozhnist pidpriemstva» [Theoretical approaches to the definition of «enterprise competitiveness»]. *Ekonomika ta suspilstvo*, vol. 61. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-61-82>.

2. Buhai V.Z., Sydorenko V.O. (2019) Osnovni napriamy pidvyshchennia konkurentospromozhnosti pidpriemstva [The main directions of increasing the competitiveness of the enterprise]. *Modern Economics*, vol. 14, pp. 33–38. DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V14\(2019\)-05](https://doi.org/10.31521/modecon.V14(2019)-05).

3. Voloshyn A.V. (2023) Kharakterystyka konkurentospromozhnosti ta vyznachennia yii sutnosti [Characteristics of competitiveness and definition of its essence]. *Ekonomika: realii chasu*, vol. 4(68), pp. 83–88. DOI: <https://doi.org/10.15276/ETR.04.2023.9>.

4. Smit A. (2001) Dobrobut natsij. Doslidzhennia pro pryrodu ta prychny dobrobutu natsij [The welfare of nations. Studies on the nature and causes of the welfare of nations]. Kyiv : Port-Royal, 596 p. [in Ukraine].

5. Porter M. (2015), Mizhnarodna konkurentsia: konkurentni perevahy krayin. [International competition: competitive advantages of countries]. Kyiv, 896 p. [in Ukraine].

6. Bechko P.K., Holoborodko Ya.O. (2015) Teoretychni zasady sutnosti ekonomichnykh katehorii «konkurentsia» i «konkurentospromozhnist [Theoretical foundations of the essence of the economic categories «competition» and «competitiveness»]. *Efektivna ekonomika*, vol. 7. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4191> (accessed August 23, 2024).

7. Yukhymenko P.(2021), Konkurentospromozhnist pidpriemstva: pidruchnyk [Enterprise competitiveness: a textbook]. Kyiv : Tsentri uchbovoi literatury, 320 p. [in Ukraine].

8. Dmytriiev I.A., Kyrchata I.M., Shersheniuk O.M. (2020) Konkurentospromozhnist pidpriemstva: navchalnyi posibnyk [Competitiveness of the enterprise: a study guide]. Kharkiv: FOP Brovin O.V., 340 p. [in Ukraine].

9. Fisunenko P. A. (2020) Pidkhody do vyznachenia konkurentospromozhnosti pidpriemstva: sutnist ta evoliutsiia poniattia [Approaches to determining the competitiveness of an enterprise: the essence and evolution of the concept]. *Biznes-navihator*, vol. 2 (58), pp. 152–161.

10. Adamyk V., Verbytska H. (2018) Otsinka konkurentospromozhnosti pidpriemstva [Evaluation of the competitiveness of the enterprise]. *Visnyk Ekonomiky*, vol. 23, pp. 69–78.

11. Dzhedzhula V. V., Yepifanova I. Yu., Tsvyk O. H. (2017) Innovatsiina diialnist yak chynnyk konkurentospromozhnosti pidpriemstv [Innovative activity as a factor in the competitiveness of enterprises] *Investytsii: praktyka ta dosvid*, vol. 4, pp. 5–8.

12. Zaverbnyi A., Makarova Yu. (2021) Problemy i potentsiini mozhlyvosti realizuvannia innovatsiinykh stratehii dlia pidvyshchennia rivnia konkurentospromozhnosti pidpriemstva [Problems and potential opportunities of implementing innovative strategies to increase the level of competitiveness of the enterprise]. *Ekonomika ta suspilstvo*, vol. 34. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-34-23>.

13. Panasenko D.A. (2017) Konkurentospromozhnist pidpriemstva: sutnisna ta funktsionalna kharakterystyka [Enterprise competitiveness: essential and functional characteristics] *Visnyk Natsionalnoho universytetu «Lvivska politehnika»*, vol. 727, pp. 270–276.

14. Shliusarchyk B.K. (2019) Umovy innovatsiinosti pidpriemstv u suchasniy rynkovii ekonomitsi [Conditions of innovation of enterprises in the modern market economy]. *Investytsii: praktyka ta dosvid*, vol. 7–8, pp. 27–33.