

3. Давіла Т., Епштейн М., Шелтон Р. Працююча інновація: Як керувати нею, вимірювати її та отримувати від неї вигоду / пер. з англ. Т.Ф. Козицький. – Дніпропетровськ: Баланс Бізнес Букс, 2007. 320 с.

4. Денисенко М.П., Бреус С.В. Інноваційна складова економічної безпеки у сфері вищої освіти. Ринково-орієнтоване управління інноваційним розвитком: монографія / за ред. С.М. Ілляшенка. Харків: ТОВ «Діса плюс», 2015. – С. 88–97.

УДК 330.131.5

Мельник А.О., д.е.н., доцент, завідувач кафедри бізнес-економіки та туризму,  
Стрижак Д.С., магістрант  
Київський національний університет технологій та дизайну

### **ОСОБЛИВОСТІ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ**

Незважаючи на те, що питань аналізу та оцінки конкурентоспроможності підприємства присвячені роботи багатьох учених, на сучасному етапі в повному обсязі уточнено понятійний апарат теорії конкурентоспроможності підприємств, не розроблена чітка система критеріїв, показників і методів оцінки конкурентоспроможності підприємств. Крім того, в умовах великої кількості різних підходів до оцінки конкурентоспроможності підприємства, багато дослідників губляться в цій інформації і не обґрунтовано приймають той чи інший метод оцінки конкурентоспроможності підприємства, який, найчастіше, неадекватно оцінює конкурентні переваги підприємства, що призводить до спотвореного результату і так обраної стратегії подальшого розвитку підприємства.

З вирішенням проблеми підвищення конкурентоспроможності підприємства методологічно нерозривно пов'язаною є оцінка його конкурентоспроможності, оскільки тільки на основі такої оцінки можуть бути

зроблені висновки про ступінь конкурентоспроможності господарюючого суб'єкта а в результаті також прийняті правильні управлінські рішення. Правильна оцінка є відправною точкою розробки заходів по підвищенню конкурентоспроможності господарюючого суб'єкта і в той же час критерієм результативності цих заходів. Крім того, оцінка конкурентоспроможності є методологічною основою для аналізу і, як наслідок, виявлення шляхів підвищення конкурентоспроможності господарюючого суб'єкта, що є стратегічно важливим напрямком розвитку і функціонуванням будь-якого підприємства.

Зокрема, оцінка конкурентоспроможності господарюючого суб'єкта необхідна в цілях: розробки заходів щодо підвищення конкурентоспроможності; вибору контрагентів для спільної діяльності; складання програми виходу підприємства на нові ринки збуту; здійснення інвестиційної діяльності; здійснення державного регулювання економіки. Для оцінки конкурентоспроможності підприємства існують декілька методів.

Методи, засновані на оцінці конкурентоспроможності продукції підприємства. Ця група методів базується на судженні про те, що конкурентоспроможність підприємства тим вище, чим вище конкурентоспроможність його продукції. Для визначення конкурентоспроможності продукції використовуються різні маркетингові методи, в основі більшості яких лежить знаходження співвідношення ціна-якість.

Методи, засновані на теорії ефективної конкуренції. Суть підходу полягає в бальній оцінці здібностей підприємства по забезпеченню конкурентоспроможності. Кожна з сформульованих в ході попереднього аналізу здібностей підприємства по досягненню конкурентних переваг оцінюється експертами з точки зору наявних ресурсів.

Комплексні методи. Оцінка конкурентоспроможності підприємства в рамках подібних методів ведеться на підставі виділення поточної і потенційної

конкурентоспроможності підприємства. У більшості випадків поточна конкурентоспроможність визначається на підставі оцінки конкурентоспроможності продукції підприємства, потенційна - по аналогії з методами, заснованими на теорії ефективної конкуренції.

Сучасна науково-методологічна основа управління конкурентоспроможністю повинна бути орієнтована на визначення механізму, що дозволяє виявити індивідуальні особливості підприємницької структури, на основі яких можуть формуватися власні конкурентні переваги. Конкурентоспроможність повинна визначати перспективи розвитку, а не констатувати досягнення підприємства в конкурентному середовищі; управління конкурентоспроможністю повинне проходити невідривно від процесів стратегічного і тактичного управління, що, в свою чергу, призведе до інтеграції цілей цих внутрішньоорганізаційні процесів, дозволить повно оцінювати витрати, пов'язані з формуванням конкурентних переваг, і скоротити витрати, пов'язані з реалізацією конкурентних стратегій.

### Литература

1. Wint A. Competitiveness in small developing economies. // Canada: University of the West Indies Press. 2003. URL: <http://www.questia.com/PM.qst?a=o&d=104310446>.
2. Азоев Г. Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика: Центр экономики и маркетинга, 1996. 208 с.
3. Фатхутдинов Р. А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент: Издательско-книготорговый центр "Маркетинг", Москва, 2002, 892 с.
4. Porter M. Competition. // USA: Harvard Business School Publishing Cooperation, 2008. URL: <https://www.hbs.edu/faculty/Pages/item.aspx?num=184>
7. Гарачук Ю. О. Підвищення ефективності діяльності підприємства за рахунок управління конкурентоспроможністю. Актуальні проблеми економіки. 2008.No2. 60 – 65 с.

8. Мельник А.О. Економічна адаптація підприємств у механізмі підвищення їх конкурентоздатності // Вісник Технологічного університету Поділля, 2004. – № 6. – С. 206-211.

9. Мельник А.О. Чинники конкурентоспроможності в умовах світової економічної кризи / А.О. Мельник // Теоретичні та прикладні аспекти підвищення конкурентоспроможності підприємств : колективна монографія у 4 т. / за ред. О.А. Паршиной. – Д. : Герда, 2013. – С. 196–202.

УДК 338.2

Мельник А.О., студент, Шацька З.Я., к.е.н., доцент  
Київський національний університет технологій та дизайну

## **БАР'ЄРИ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ НА ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ**

У сучасних кризових умовах господарювання перед вітчизняними підприємствами постає проблема ефективної діяльності на майбутній період. Вони змушені адаптуватися, а також випереджати постійні зміни навколишнього середовища, тому без формування і чіткого визначення довгострокового напрямку розвитку підприємству складно вижити в умовах конкуренції та динамічних змін на ринку. Визначити довгостроковий напрям розвитку підприємству допомагає формування стратегії [2]. На сьогоднішній день з розвитком ринкових реформ в Україні, створення і процес розробки стратегії підприємства є важливою конкурентною перевагою над іншими організаціями [1]. В економічній літературі існують різні погляди щодо змісту та різновидів стратегії підприємства. Загальноприйнятим є традиційний поділ стратегії в залежності від рівня в системі ієрархії. На першому рівні знаходиться корпоративна стратегія, другий рівень – конкурентна стратегія, третій рівень – функціональна стратегія, четвертий рівень – операційна стратегія [3].