

Mol, M. J., and Birkinshaw, J. "The sources of management innovation: When firms introduce new management practices". *Journal of Business Research*, vol. 62, no. 12 (2009): 1269-1280.

DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2009.01.001>

*The Routledge Companion to Innovation Management*. Routledge, 2019.

Tkalich, D. K., and Yakovenko, V. S. "Osoblyvosti mekhanizmu upravlinnia innovatsiinymy protsesamy pidpriemstva" [The Features of the Mechanism

for Management of Innovative Processes of Enterprise]. *Biznes Inform*, no. 12 (2022): 93-98.

DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2022-12-93-98>

Yakovenko, V. S. "Novitni mozhyvosti ta formy orhanyzatsii biznesu u tsyrkuliarnii ekonomitsi" [New Opportunities and Forms of Business Organization in the Circular Economy]. In *Pidpriemnytstvo: suchasni vyklyky, trendy ta transformatsii*, 88-120. Dnipro: Bila K. O., 2023.

УДК 658:338

JEL: D24; M11; M21

DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2024-5-327-333>

## СУТНІСТЬ І ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА МЕТОДІВ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

©2024 ВІННИЧЕНКО О. В.

УДК 658:338

JEL: D24; M11; M21

### Вінниченко О. В. Сутність і загальна характеристика методів оцінки конкурентоспроможності підприємства

У статті досліджено теоретичні аспекти сутності поняття «конкурентоспроможність підприємства». Конкурентоспроможність компанії залежить від її внутрішнього стану та зовнішньої позиції. Вона визначає здатність компанії успішно конкурувати та протистояти своїм основним конкурентам у певний період часу, а не є постійною характеристикою компанії. Проблеми конкурентоспроможності присвячені дослідження багатьох вітчизняних і зарубіжних науковців. Проведений у роботі аналіз вказує на достатньо широкий склад поняття «конкурентоспроможність підприємства», що свідчить про відсутність єдиного підходу до визначення даного поняття. Для теоретичного узагальнення трактувань різних авторів терміна «конкурентоспроможність підприємства» в роботі було проведено морфологічну декомпозицію з метою визначення найбільш типових підходів до розуміння даного поняття. Проведено порівняльний аналіз основних методів оцінки конкурентоспроможності та виділено переваги та недоліки кожного з них. Отримані результати дозволяють зробити висновок, про те, що конкурентоспроможність підприємства – це інтегральний показник, який характеризує переваги підприємства та спроможність розвиватися відповідно до стратегії, маючи здатність ефективно використовувати конкурентні переваги та збільшуючи присутність на ринку, за умов ведення ефективної фінансово-господарської діяльності при оптимізації витрат і підвищенні якості продукції.

**Ключові слова:** конкурентоспроможність підприємства, фактори впливу, методи оцінки конкурентоспроможності.

**Рис.:** 1. **Табл.:** 3. **Бібл.:** 16.

**Вінниченко Олена Вікторівна** – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри підприємництва та бізнес-адміністрування, Харківський національний університет міського господарства ім. О. М. Бекетова (вул. Маршала Бажанова, 17, Харків, 61002, Україна)

**E-mail:** [viavi1974@gmail.com](mailto:viavi1974@gmail.com)

**ORCID:** <https://orcid.org/0000-0003-4681-7975>

**Researcher ID:** <https://www.webofscience.com/wos/author/record/ABG-5060-2021>

UDC 658:338

JEL: D24; M11; M21

### Vynnychenko O. V. The Essence and General Characteristics of Methods for Assessing the Competitiveness of an Enterprise

The article examines the theoretical aspects of the essence of the concept of «enterprise competitiveness». A company's competitiveness depends on its internal state and external position. It determines a company's ability to successfully compete and stand up to its main competitors in a given period of time, rather than being a permanent characteristic of a company. The problematics of competitiveness is the subject of research by many domestic and foreign scientists. The analysis carried out in the publication indicates a fairly wide composition of the concept of «enterprise competitiveness», which indicates the lack of a unified approach to the definition of this concept. For the theoretical generalization of the interpretations of the term «enterprise competitiveness» by various authors, a morphological decomposition was carried out in order to determine the most typical approaches to understanding this concept. A comparative analysis of the main methods for assessing competitiveness has been carried out and the advantages and disadvantages of each of them have been allocated. The obtained results allow us to conclude that the competitiveness of enterprise is an integral indicator that characterizes the advantages of the enterprise and the ability to develop in accordance with the strategy, having the ability to effectively use competitive advantages and increase its presence in the market, under conditions of conducting effective financial and economic activities while optimizing costs and improving product quality.

**Keywords:** enterprise competitiveness, factors of influence, methods of assessment of competitiveness.

**Fig.:** 1. **Tabl.:** 3. **Bibl.:** 16.

**Vynnychenko Olena V.** – PhD (Economics), Associate Professor, Associate Professor of the Department of Entrepreneurship and Business Administration, O. M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv (17 Marshala Bazhanova Str., Kharkiv, 61002, Ukraine)

**E-mail:** [viavi1974@gmail.com](mailto:viavi1974@gmail.com)

**ORCID:** <https://orcid.org/0000-0003-4681-7975>

**Researcher ID:** <https://www.webofscience.com/wos/author/record/ABG-5060-2021>

Сьогодні українська економіка перебуває в найскладніших часах за сучасної історії нашої держави. Глибока економічна криза, спричинена військовою агресією, більшою чи меншою мірою торкнулася всіх підприємств.

Криза – це певний процес, який приводить до змін і видозмінює або руйнує складену на підприємстві систему взаємовідносин, взаємозв'язків, впливає на організаційну структуру підприємства та перетворює її. Тому необхідний комплексний підхід до забезпечення та довгострокового підтримання конкурентоспроможності підприємств.

У сфері дослідження теоретичних і практичних питань, пов'язаних з аналізом конкурентоспроможності підприємств та використанням методичного інструментарію оцінки конкурентоспроможності на рівні підприємства, присвячено значну кількість праць закордонних і вітчизняних вчених. Серед українських учених, дослідження яких спрямовані на аналіз сутності та загальної характеристики методів оцінки конкурентоспроможності, слід відзначити, зокрема, таких: Н. В. Бугас, О. І. Гончар, Н. А. Добрицька, О. І. Дроган, В. В. Зянько, Ю. Б. Іванов, М. О. Кизим, Л. А. Костюк, О. Є. Сомова, О. М. Тищенко та ін.

Більшість підприємств, незалежно від організаційно-правової форми, здійснюючи свою діяльність при роботі на ринку мають такі стратегічні цілі: виживання, розширення та одержання прибутку. Залежно від етапу розвитку організації та чи інша з цих цілей має пріоритет, але з огляду на конкурентоспроможність підприємства – пріоритетом є підвищення конкурентоспроможності підприємства та максимізація прибутку.

Існує низка різних підходів до класифікації конкурентоспроможності. Так, залежно від об'єкта, до якого застосовується ця термінологія, розрізняють «конкурентоспроможність економіки», «конкурентоспроможність галузі», «конкурентоспроможність фірми», «конкурентоспроможність товару» тощо [8].

Конкурентоспроможність компанії залежить від її внутрішнього стану та зовнішньої позиції. Вона визначає здатність компанії успішно конкурувати та протистояти своїм основним конкурентам у певний період часу, але не є постійною характеристикою компанії.

Конкурентоспроможність компанії визначається трьома групами факторів:

- ✦ на макроекономічному рівні – конкурентоспроможність регіону та країни (національної економіки);
- ✦ на галузевому рівні – конкурентоспроможність галузі;
- ✦ на рівні компанії – елементи, що характеризують власний потенціал і позицію компанії

на ринку, включно з унікальністю продукції та рівнем конкурентоспроможності продукції.

Автори Н. В. Бугас, О. В. Босецька [2], розглядаючи конкурентоспроможність, зазначають, що конкурентоспроможність підприємств слід розглядати як кінцеву мотиваційну силу, яка спонукає як виробників, так і дистриб'юторів продукції підтримувати та поліпшувати якість продукції, оптимізувати виробничі витрати та підвищувати продуктивність праці. Автори зазначають, що висока концентрація виробників і продавців вимагає підтримки високої конкурентоспроможності бізнесу.

О. І. Гончар [6] вказує, що конкурентоспроможність компанії – це її здатність ефективно використовувати свої конкурентні переваги та ринковий потенціал, зміцнювати свої позиції на ринку в довгостроковій перспективі та збільшувати свою присутність на даному ринку, одночасно здійснюючи постійний пошук та оптимально використовуючи знайдені резерви ринкового потенціалу з урахуванням обмеженості ресурсів.

Проблемі конкурентоспроможності присвячені дослідження багатьох вітчизняних і зарубіжних науковців. Дослідженню визначення сутності поняття «конкурентоспроможність підприємства» була приділена увага значного кола вітчизняних учених (табл. 1).

Отже, аналіз табл. 1 вказує на достатньо широкий склад поняття «конкурентоспроможність підприємства», що свідчить про відсутність єдиного підходу до визначення даного поняття.

У процесі аналізу економічної категорії було виявлено, що: набір морфологічних одиниць, які характеризують змістовність терміна «конкурентоспроможність підприємств», є досить однорідним і створює цілком чітке його визначення.

На базі виконаного аналізу та з використанням результатів, отриманих у табл. 1, виокремлюємо компонентний склад поняття «конкурентоспроможність підприємства» (рис. 1).

Отже, в результаті проведеного аналізу було виділено основні компоненти, що визначають склад поняття «конкурентоспроможність підприємства», а саме:

- ✦ «інтегральний показник, що характеризує переваги над підприємствами галузі»;
- ✦ «здатність підприємства розвиватися відповідно до стратегії»;
- ✦ «здатність ефективно використовувати конкурентні переваги та ринковий потенціал»;
- ✦ «здатність закріпитись, зберегти або збільшувати присутність на певному ринку»;

## Підходи до визначення поняття «конкурентоспроможність підприємства»

Автор(-и), джерело	Визначення поняття конкурентоспроможність підприємства
О. П. Красняк, В. О. Мицик [11]	Під поняттям конкурентоспроможності підприємства слід розглядати фактичну та потенційну здатність підприємства виробляти товари та послуги, яким споживачі віддають перевагу на даному сегменті ринку порівняно з товарами та послугами його конкурентів, за умови ефективної фінансово-економічної діяльності підприємства
В. В. Кривіцька, В. В. Зянько [12]	Здатність компанії виробляти та продавати товари та послуги, які пропонують споживачам найкраще співвідношення ціни та якості порівняно з аналогічними товарами та послугами, виробленими іншими компаніями в цьому секторі
А. Е. Воронкова, В. П. Пономарьов, Г. І. Дібніс [3]	Сукупність певних можливостей суб'єкта підприємницької діяльності (виробничих, інноваційних, кадрових, ресурсних), що характеризують різні сфери діяльності та певним чином взаємодіють між собою
О. О. Гетьман, В. М. Шаповал [5]	У відповідний період часу здатність зайняти певну ринкову нішу
П. В. Брінь, Є. О. Звонко [1]	Конкурентоспроможність підприємства – це відносний інтегральний показник, що дає можливість оцінити конкурентні переваги конкретного суб'єкта підприємницької діяльності в порівнянні з іншими підприємствами галузі. Конкурентоспроможність продукції, яку випускає підприємство, – це основний фактор, що визначає конкурентоспроможність підприємства
В. О. Герасимова, Е. О. Рєзанов [4]	Відносна характеристика, яка вказує на здатність компанії розвиватися відповідно до своєї стратегії та конкурувати з іншими гравцями
М. О. Шульга [16]	Здатність певного об'єкта задовольняти конкретні потреби порівняно з аналогічними об'єктами на ринку визначає здатність витримувати конкуренцію в порівнянні з подібними одиницями
Ю. Б. Іванов, М. О. Кизим, О. М. Тищенко, О. Ю. Іванова, О. В. Ревенко, Т. М. Чечетова-Терашвілі [8]	Конкурентоспроможність підприємства – це відносна ознака, що відображає рівень, на якому розвиток даного підприємства відрізняється від розвитку його конкурентів за ступенем забезпечення товарами споживачів, а також здатність щодо адаптації підприємства до ринкової конкуренції

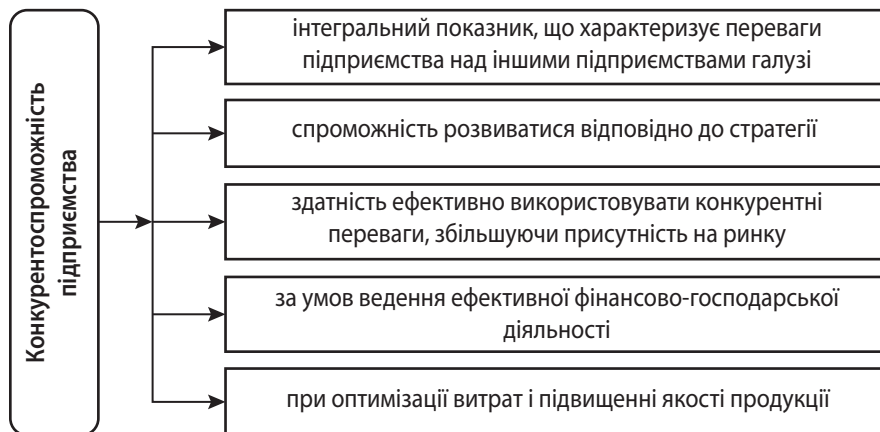


Рис. 1. Компонентний склад поняття «конкурентоспроможність підприємства»

- ✦ «здатність підприємства ефективно функціонувати на внутрішньому та зовнішньому ринках»;
- ✦ «здатність оптимально використовувати резерви ринкового потенціалу»;
- ✦ «спроможність підвищувати якість продукції та оптимізувати витрати»;

- ✦ «відображає ступінь відмінності розвитку даного підприємства від конкурентів»;
- ✦ «ведення ефективної фінансово-господарської діяльності».

Існує цілий ряд методів, які використовуються для оцінки конкурентоспроможності підприємства. Залежно від наявності тієї чи іншої вихідної

інформації використовуються різні методи аналізу конкурентоспроможності.

Вибір певного методу оцінки обумовлений передусім напрямом та об'єктом оцінки, а саме:

- ✦ аналіз конкурентоспроможності товару спрямовано на оцінку та виявлення перспектив реалізації конкретних товарів при формуванні обсягів та структури продажу продукції;
- ✦ оцінка конкурентоспроможності підприємства на певному ринку, яка спрямована на розробку заходів з підтримання або підвищення конкурентоспроможності підприємства;
- ✦ комплексний метод оцінки конкурентоспроможності проводиться з метою аналізу ринку та визначення стратегічних напрямків діяльності підприємства.

У табл. 2 наведено основні методи оцінки конкурентоспроможності підприємства, які виділяють у своїх дослідженнях науковці.

Отже, аналіз наявних підходів авторів до основних методів оцінки конкурентоспроможності підприємства дозволяє визначити, що існує певна кількість методів оцінки, але в середньому автори виділяють як основу від чотирьох до восьми методів. Основними та найбільш використовуваними методами оцінки конкурентоспроможності є п'ять груп методів: методи, засновані на аналізі конкурентоспроможності товару; матричний метод; методи, засновані на теорії ефективної конкуренції; інтегральні методи та методи, засновані на комплексній оцінці фінансово-господарської діяльності підприємства.

Розглянемо більш детально кожний з цих методів.

Методи, засновані на аналізі конкурентоспроможності товару – цей метод значну увагу приділяє аналізу якості продукції та якості обслуговування клієнтів, але він не враховує ефективність виробництва та продажів компанії; використовується для виробників одного виду продукції.

Таблиця 2

Основні методи оцінки конкурентоспроможності підприємства

Метод	О. І. Дроган [7]	О. Є. Сомова [15]	І. В. Сахно [14]	Д. О. Рибницький, Т. А. Городня [13]	Л. А. Костюк [10]	Ю. Б. Іванов, Тищенко О. М., Н. А. Дробитько, О. С. Абрамова [9]	Загальна кількість згадувань
Метод оцінки конкурентоспроможності підприємства за ринковою часткою					+		1
Матричний метод			+	+	+	+	4
Методи, що лежать в основі теорії ефективної конкуренції	+		+		+	+	4
Методи, засновані на конкурентоспроможності товару	+	+	+	+	+	+	6
Інтегральні методи		+	+		+	+	4
Методи, що ґрунтуються на теорії конкурентних переваг	+					+	2
Методи, що базуються на теорії мультиплікатора						+	1
Методи, засновані на порівнянні з еталоном				+		+	2
Методи, засновані на позиції з точки зору стратегічного потенціалу підприємства						+	1
Експертні методи	+	+					2
Методи, засновані на комплексній оцінці фінансово-господарської діяльності підприємства	+	+		+			3
Разом	5	4	4	4	5	8	



Матричний метод дозволяє оцінювати конкурентоспроможність підприємства в динаміці, але серед недоліків цього методу слід зазначити зосередженість лише на одній стратегії, має обмежену кількість характеристик, які використовуються для оцінки конкурентоспроможності фірми.

Методи, засновані на теорії ефективної конкуренції, допомагають визначити сильні та слабкі сторони компанії порівняно з іншими компаніями, наскільки великий цей розрив і які управлінські дії можна вжити для усунення слабких сторін, але зібрати всю необхідну інформацію досить складно, а для отримання достовірної оцінки необхідно провести трудомісткі розрахунки.

Переваги та недоліки основних методів оцінки конкурентоспроможності підприємства наведено в табл. 3.

Кожен із зазначених методів має як певні переваги, так і недоліки, тому в багатьох випадках необхідно застосовувати систему методів для більш комплексної оцінки конкурентоспроможності конкретного підприємства з урахуванням специфіки його господарської діяльності. Адже залежно від того, що є об'єктом оцінки, враховуючи фактори конкурентного середовища, а

також завдання, що необхідно вирішити в результаті оцінки, обираються метод або декілька методів оцінки.

## ВИСНОВКИ

Аналіз, проведений у цій роботі, дозволяє зробити висновок, про те, що конкурентоспроможність підприємства – це інтегральний показник, який характеризує переваги підприємства та спроможність розвиватися відповідно до стратегії, маючи здатність ефективно використовувати конкурентні переваги, збільшуючи присутність на ринку, за умов ведення ефективної фінансово-господарської діяльності при оптимізації витрат і підвищенні якості продукції. Для оцінки конкурентоспроможності використовують цілий ряд методів, основними з яких є: методи, засновані на аналізі конкурентоспроможності товару; матричний метод; методи, засновані на теорії ефективної конкуренції; інтегральні методи та методи, засновані на комплексній оцінці фінансово-господарської діяльності підприємства. Кожен із зазначених методів аналізу конкурентоспроможності має як певні переваги, так і недоліки, тому в багатьох випадках необхідно застосовувати систему методів для більш комплексної оцінки конкурентоспроможності кон-

Таблиця 3

Переваги та недоліки методів оцінки конкурентоспроможності

Ознака / Метод	Методи, засновані на аналізі конкурентоспроможності товару	Матричний метод	Методи, засновані на теорії ефективної конкуренції	Інтегральні методи	Методи, засновані на комплексній оцінці фінансово-господарської діяльності підприємства
<i>Переваги</i>					
Достовірність		+			+
Простота оцінки	+				
Наочність			+		
Комплексність		+		+	+
Точність					+
Цілісність результатів				+	
Можливість оцінки окремих результатів	+	+	+		
<i>Недоліки</i>					
Оцінка проводиться лише за обмеженим колом показників	+		+	+	+
Суб'єктивність оцінки				+	
Складність і трудомісткість підготовчих розрахунків		+	+		+

кретного підприємства з урахуванням специфіки його господарської діяльності. Адаже залежно від того, що є об'єктом оцінки, враховуючи фактори конкурентного середовища, а також завдання, що необхідно вирішити в результаті оцінки, обираються метод або декілька методів оцінки. ■

#### БІБЛІОГРАФІЯ

1. Брін П. В., Звонко Є. О. Шляхи оцінювання конкурентоспроможності бізнес-процесу та її внесок у конкурентоспроможність підприємства. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія «Економіка і управління»*. 2020. Т. 31. № 6. С. 89–93. DOI: <https://doi.org/10.32838/2523-4803/70-6-15>
2. Бугас Н. В., Босецька О. В. Управління конкурентоспроможністю підприємства в нестабільному ринковому середовищі. *Ефективна економіка*. 2015. № 11. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4503>
3. Воронкова А. Е., Пономарьов В. П., Дібніс Г. І. Підтримка конкурентоспроможного потенціалу підприємства. Київ : Техніка. 2000. 152 с.
4. Герасимова В. О., Резанов Е. О. Конкурентоспроможність підприємства: сутність та фактори впливу в сучасних умовах. *Економічний простір*. 2020. № 154. С. 93–97. DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/154-17>
5. Гетьман О. О., Шаповал В. М. Економічна діагностика : навч. посіб.. Київ : ЦУЛ. 2007. 307 с.
6. Гончар О. І. Функціонально-організаційні аспекти управління потенціалом на засадах синергетики. *Науковий вісник Полісся*. 2015. № 1. С. 77–84. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvp\\_2015\\_1\\_14](http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvp_2015_1_14)
7. Драган О. І. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теоретичні аспекти : монографія. Київ : ДАККіМ, 2006. 160 с.
8. Іванов Ю. Б., Кизим М. О., Тищенко О. М. та ін. Управління конкурентоспроможністю підприємства : підручник. Харків : ВД «ІНЖЕК», 2010. 320 с.
9. Іванов Ю. Б., Тищенко А. Н., Дробитько Н. А., Абрамова О. С. Конкурентоспособность предприятия: оценка, диагностика, стратегия : монография. Харьков : Изд-во ХНЭУ, 2004. 255 с.
10. Костюк Л. А. Теоретичні та методичні засади оцінки конкурентоспроможності. *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету*. 2012. Вип. 2. С. 22–30.
11. Красняк О. П., Мицик В. О. Конкурентоспроможність і конкурентні переваги підприємства в сучасних ринкових умовах. *Ефективна економіка*. 2019. № 11. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2019.11.40>
12. Кривіцька В. В., Зянько В. В. Механізм управління конкурентоспроможністю підприємства в умовах нестабільності. *Ефективна економіка*. 2020. № 8. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2020.8.151>
13. Рибницький Д. О., Городня Т. А. Сучасні підходи до оцінювання конкурентоспроможності підприємства. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2010. Вип. 20.9. С. 227–230. URL: [https://nv.nltu.edu.ua/Archive/2010/20\\_9/227\\_Rybnycki\\_NV\\_20\\_9.pdf](https://nv.nltu.edu.ua/Archive/2010/20_9/227_Rybnycki_NV_20_9.pdf)
14. Сахно І. В. Аналіз основних методичних підходів до оцінки конкурентоспроможності підприємств. *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету. Серія «Економічні науки»*. 2012. № 2. Ч. 2. С. 385–390.
15. Сомова О. Є. Вартісна оцінка рівня конкурентоспроможності підприємств машинобудування : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04. Київ, 2008. 19 с.
16. Шульга М. О. Розроблення напрямів підвищення конкурентоспроможності підприємства. *Підприємництво та інновації*. 2020. Вип. 12. С. 135–141. DOI: <https://doi.org/10.37320/2415-3583/12.23>

#### REFERENCES

- Brin, P. V., and Zvonko, Ye. O. "Shliakhy otsiniuvannia konkurentospromozhnosti biznes-protsesu ta yii vnesok u konkurentospromozhnist pidpriemstva" [Assessing the Competitiveness of a Business Process and Its Contribution to the Enterprise's Competitiveness]. *Vcheni zapysky Tavriiskoho natsionalnoho universytetu imeni V. I. Vernadskoho. Seriiia «Ekononika i upravlinnia»*, vol. 31, no. 6 (2020): 89-93. DOI: <https://doi.org/10.32838/2523-4803/70-6-15>
- Buhas, N. V., and Bosetska, O. V. "Upravlinnia konkurentospromozhnistiu pidpriemstva v nestabilnomu rynkovomu seredovyschii" [Management Competitiveness in a Volatile Market Environment]. *Efektivna ekonomika*, no. 11 (2015). <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4503>
- Drahan, O. I. *Upravlinnia konkurentospromozhnistiu pidpriemstv: teoretychni aspekty* [Management of Enterprise Competitiveness: Theoretical Aspects]. Kyiv: DAKKKiM, 2006.
- Herasymova, V. O., and Rezanov, E. O. "Konkurentospromozhnist pidpriemstva: sutnist ta faktory vplyvu v suchasnykh umovakh" [Competitiveness of Enterprise: Essence and Factors of Influence in Modern Conditions]. *Ekonomicnyi prostir*, no. 154 (2020): 93-97. DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/154-17>
- Hetman, O. O., and Shapoval, V. M. *Ekonomiczna diahnostyka* [Economic Diagnosis]. Kyiv: TsUL, 2007.
- Honchar, O. I. "Funktsionalno-orhanizatsiini aspekty upravlinnia potentsialom na zasadakh synerhetyky" [Functional and Organizational Aspects of Potential Management Based on Synergy]. *Naukovy visnyk Polissia*, no. 1 (2015): 77-84. [http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvp\\_2015\\_1\\_14](http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvp_2015_1_14)
- Ivanov, Yu. B. et al. *Konkurentosposobnost predpriyatiya: otsenka, diagnostika, strategiya* [Enterprise Competitiveness: Assessment, Diagnosis, Strategy]. Kharkiv: Izd-vo KhNEU, 2004.

- Ivanov, Yu. B. et al. *Upravlinnia konkurentospromozhnosti pidpriemstva* [Management of Enterprise Competitiveness]. Kharkiv: VD «INZhEK», 2010.
- Kostiuk, L. A. "Teoretychni ta metodychni zasady otsinky konkurentospromozhnosti" [Theoretical and Methodological Principles of Competitiveness Assessment]. *Zbirnyk naukovykh prats Tavriiskoho derzhavnoho ahrotekhnolohichnoho universytetu*, no. 2 (2012): 22-30.
- Krasniak, O. P., and Mytsyk, V. O. "Konkurentospromozhnist i konkurentni perevahy pidpriemstva v suchasnykh rynkovykh umovakh" [Competitiveness and Competitive Advantages of the Enterprise in Modern Market Conditions]. *Efektivna ekonomika*, no. 11 (2019).  
DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2019.11.40>
- Kryvitska, V. V., and Zianko, V. V. "Mekhanizm upravlinnia konkurentospromozhnosti pidpriemstva v umovakh nestabilnosti" [Mechanism of Management the Competitiveness of Enterprise in the Conditions of Instability]. *Efektivna ekonomika*, no. 8 (2020).  
DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2020.8.151>
- Rybnytskyi, D. O., and Horodnia, T. A. "Suchasni pidkhody do otsiniuvannya konkurentospromozhnosti pidpriemstva" [Modern Approaches to Assessing Enterprise Competitiveness]. *Naukovyi visnyk NLTU Ukrainy*, iss. 20.9 (2010): 227-230. [https://nv.nltu.edu.ua/Archive/2010/20\\_9/227\\_Rybnycki\\_NV\\_20\\_9.pdf](https://nv.nltu.edu.ua/Archive/2010/20_9/227_Rybnycki_NV_20_9.pdf)
- Sakhno, I. V. "Analiz osnovnykh metodychnykh pidkhodiv do otsinky konkurentospromozhnosti pidpriemstv" [Analysis of the Main Methodical Approaches to Assessing the Competitiveness of Enterprises]. *Zbirnyk naukovykh prats Tavriiskoho derzhavnoho ahrotekhnolohichnoho universytetu. Seriya «Ekonomichni nauky»*, vol. 2, no. 2 (2012): 385-390.
- Shulha, M. O. "Rozroblennia napriamiv pidvyshchennia konkurentospromozhnosti pidpriemstva" [Development of Directions for Increasing the Competitiveness of the Enterprise]. *Pidpriemnytstvo ta innovatsii*, no. 12 (2020): 135-141.  
DOI: <https://doi.org/10.37320/2415-3583/12.23>
- Somova, O. Ye. "Vartisna otsinka rivnia konkurentospromozhnosti pidpriemstv mashynobuduvannia" [Value Assessment of the Level of Competitiveness of Machine-building Enterprises]: *avtoref. dys. ... kand. ekon. nauk : 08.00.04*, 2008.
- Voronkova, A. E., Ponomaryov, V. P., and Dibnis, H. I. *Pidtrymka konkurentospromozhnogo potentsialu pidpriemstva* [Support of the Competitive Potential of the Enterprise]. Kyiv: Tekhnika, 2000.

УДК 338.512

JEL: D24; D29; M11; M21

DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2024-5-333-338>

## ШЛЯХИ ЗНИЖЕННЯ СОБІВАРТОСТІ ПРОДУКЦІЇ: АНАЛІЗ, МЕТОДИКА ТА ПЕРСПЕКТИВИ

©2024 СИДОРЕНКО А. О., РОЖКО В. І.

УДК 338.512

JEL: D24; D29; M11; M21

### Сидоренко А. О., Рожко В. І. Шляхи зниження собівартості продукції: аналіз, методика та перспективи

Стаття присвячена актуальній проблемі зниження собівартості продукції в умовах сучасного ринку, особливо в контексті українських підприємств, які стикаються з унікальними викликами в умовах поточної війни. Метою даної статті є аналіз основних заходів щодо зниження собівартості продукції, виявлення невирішених проблем у даній сфері та визначення перспектив подальших досліджень. У статті проводиться аналіз основних шляхів зниження собівартості та ідентифікуються невирішені проблеми, такі як недостатньо активне впровадження новітніх технологій, нестабільність економічної ситуації та валютних курсів. Також розглядається важливе питання ефективного управління виробництвом на підприємствах з метою забезпечення їхньої конкурентоспроможності та прибутковості. Зокрема, досліджуються різноманітні шляхи оптимізації собівартості продукції, наприклад шляхом впровадження ефективних технологій та методів виробництва, мінімізації відходів, автоматизації управління та виробництва, оптимізації рівня запасів та заміни застарілого обладнання тощо. Автори аналізують кожен із цих шляхів, наводять конкретні методики та окреслюють перспективи їхнього застосування, роблячи акцент на важливості постійного аналізу ринкових умов та пристосування стратегії ціноутворення до змін. Дослідження використовує методику аналізу наукових досліджень та публікацій, включно з оглядом наукових статей, журнальних публікацій та вебресурсів. На основі зібраної інформації надається огляд практичних прикладів успішних підприємств, які використовують інноваційні методи зниження собівартості, а саме, такі всесвітньо відомі фірми, як Tesla, Inc., Unilever, Amazon, Walmart, General Electric (GE). Стаття має значний практичний і науковий інтерес для підприємств, що борються з економічними викликами, а також для дослідників, які цікавляться проблематикою оптимізації виробничих процесів.

**Ключові слова:** собівартість продукції, зниження собівартості, структура собівартості, підприємство.

**Бібл.:** 8.

**Сидоренко Андрій Олегович** – студент, кафедра маркетингу, менеджменту та підприємництва, Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна (майдан Свободи, 4, Харків, 61022, Україна)

**E-mail:** [sidorenko2021ev11@student.karazin.ua](mailto:sidorenko2021ev11@student.karazin.ua)

**Рожко Віктор Іванович** – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу, менеджменту та підприємництва, Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна (майдан Свободи, 4, Харків, 61022, Україна)

**E-mail:** [viktor.rozhko@karazin.ua](mailto:viktor.rozhko@karazin.ua)

**ORCID:** <https://orcid.org/0000-0003-0153-6280>