

## **ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ**

Актуальність теми пов'язана з тим, що перехід в сучасних умовах до ринкових відношень потребує використання на практиці головних питань і категорій ринку. Поняття «конкурентоспроможність продукції» набуває великого значення у зв'язку з розширенням підприємств у виборі партнерів, асортиментної та збутової політики.

В сучасній економіці однією із найважливіших категорій є конкурентоспроможність. Вона виявляється лише в умовах конкуренції. Проблема конкурентоспроможності підприємства відносно нова для економіки України. За адміністративно-командної системи суперництва товаровиробників на ринку товарів і послуг практично не було. Підприємствам централізовано планувалося не тільки виробництво, але й обсяги та терміни реалізації продукції [1, с.3].

Розуміння конкурентоспроможності підприємства трактується фахівцями по-різному. Визначений авторитет в галузі конкуренції М. Портер, висновки якого обґрунтовуються на результатах багатьох досліджень досягнення і збереження конкурентної переваги, вважає, що фірми попереджають своїх суперників, якщо мають міцну конкурентну перевагу. В країнах з ринковою економікою конкурентоспроможність підприємства є результатом переплетіння факторів, породженим об'єктивним розвитком продуктивних сил і відображаючих результати політики великих монополій в боротьбі за якість, ринки збуту і отримання прибутку.

Дослідження конкурентоспроможності підприємства в умовах економічної ситуації, яка склалась в Україні, дає змогу розглядати її як комплексну характеристику потенціальних можливостей забезпечення конкурентних переваг в перспективі, яка доступна для огляду (15 - 20 років). Джерелами конкурентних переваг є прогресивна організаційно-технологічна і соціально-економічна база підприємства, вміння аналізувати та своєчасно здійснювати заходи щодо укріплення конкурентних переваг. Останнє слід відзначити особливо, тому що аналіз та оцінка рівня конкурентоспроможності підприємства необхідні на всіх ступенях поза виробничого процесу.

Конкуренція має негативні та позитивні риси. Тривалий час в нашій країні робився наголос в основному на негативних наслідках конкуренції: витіснення дрібних виробників великим капіталом, розорення одних і збагачення інших, посилення соціальної несправедливості, значне зростання майнової диференціації населення, загострення безробіття, інфляція тощо. В умовах адміністративно-командної системи у практиці господарювання конкуренція була майже відсутня [2, с.15].

Оцінюючи конкурентоспроможність суб'єкта господарювання, можна вирішити низку завдань, серед яких: визначити рівень конкурентоспроможності у конкретний момент часу, простежити тенденції зміни конкурентоспроможності за досліджуваний період, виявити «вузькі» місця та резерви підвищення конкурентоспроможності підприємства. Сьогодні не існує однозначних підходів до методології дослідження конкурентоспроможності підприємства та складу показників у межах відповідних методів її оцінювання.

Узагальнивши результати наукових досліджень із цього питання, можна систематизувати методики діагностики й оцінювання конкурентоспроможності підприємства.

Для оцінки конкурентоспроможності товару використовуються: диференціальний метод; графічний метод; матричні методи; змішаний метод.

Проблема конкурентоспроможності має в сучасному світі універсальний характер. Від того, наскільки успішно вона вирішується, залежить рівень економічного та соціального життя в будь-якій країні. Розробка конкурентної стратегії є одним з найважливіших факторів забезпечення конкурентоспроможності підприємства на ринку. [3, с.115]

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Бідник Н.Б. Математичні методи оптимізації конкурентоспроможності підприємства: автореф. Дис. на здобуття наук. ступеня канд. Екон. Наук: 08.00.11 «Математичні методи, моделі та інформаційні технології в економіці» / Н.Б. Бідник. – Львів, 2007. – 20 с.
2. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення: монографія / за заг. ред. О.Г. Янкового. – Одеса: Атлант, 2013. – 470 с.
3. Крайнік О.М. Ключові завдання нарощення конкурентного потенціалу вітчизняної економіки. Концептуальні засади стратегії розвитку сучасного соціуму в умовах глобалізації та євроінтеграції: матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції з міжнародною участю, 2012. – С. 113-115.