

## **КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ЯК ВАЖЛИВА ЛАНКА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЖИТТЄДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

*Зоїдзе Д.Р. \* Черкасова Ю.О.*

\*доцент кафедри менеджменту і адміністрування, к.е.н.  
спеціальність «Менеджмент організацій і адміністрування», 6 курс  
Національний фармацевтичний університет, м. Харків

В сучасних умовах розвитку економічних відносин все більше загострюється конкурентна боротьба як на внутрішньому, так і на світовому ринках. В той же час спостерігається чітка взаємозалежність між конкурентоспроможністю підприємства і рівнем його економічного добробуту. Тому, в умовах глобалізації та інтеграції у європейський економічний простір, для підприємства, яке стає на шлях виходу на світовий ринок, вирішальним фактором успішної діяльності стає управління конкурентоспроможністю.

Конкурентоспроможність підприємства можна охарактеризувати як можливість або здатність підприємства використовувати свої порівняльні переваги у виробництві і реалізації товарів і послуг по відношенню до виробників і постачальників аналогічних товарів і послуг. До основних факторів, які визначають конкурентоспроможність підприємства, відносять: стратегію фірми, наявність матеріальних, трудових та фінансових ресурсів, інноваційний потенціал, ефективність менеджменту.

Між поняттями «конкурентоспроможність товару» та «конкурентоспроможність підприємства» існує взаємозв'язок. Зрозуміло, що підприємство не може бути конкурентоспроможним, якщо його товар не має збуту. Однак, конкурентоспроможність товару не є вирішальним фактором для оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства. У деяких випадках конкурентоспроможність товару може бути забезпечена за рахунок його реалізації за демпінговими цінами, які не компенсують витрат на його виробництво та збут, що зрештою може призвести до банкрутства виробника.

Реалізація товару з низьким рівнем конкурентоспроможності знижує конкурентну стійкість виробника, який несе додаткові витрати, пов'язані з необхідністю стимулювання збуту, складування, зберігання товару, збільшення термінів користування кредитами, а іноді і прямі витрати від уцінки товару, що не користується попитом.

Конкурентоспроможність підприємства є однією з найважливіших категорій ринкової економіки і характеризує можливість та ефективність адаптації підприємства до умов конкурентного середовища. У зв'язку з цим, обґрунтування підходів до його дослідження з метою наступної розробки системи заходів для зміцнення позиції та досягнення конкурентних переваг підприємства є актуальним.

Ключове положення в економіці України займають промислові підприємства. Це обумовлено тим значенням, яке має промисловість у структурі національної економіки. Тому вирішення проблеми підвищення конкурентоспроможності саме промислових підприємств стає важливим в сучасних умовах господарювання.

Крім того, слід підкреслити, що в Україні існує певний інституційний вакуум. Деякі ринкові інститути взагалі відсутні в сучасній економічній системі або представлені дуже слабо. Оскільки недостатній розвиток, недосконалість або відсутність ринкових інституційних механізмів в Україні властиві не частковим, а фундаментальним характеристикам її сучасної економічної системи, то така система ще не спроможна забезпечити зростання конкурентоспроможності української продукції. Для становлення інституційної системи, яка б відповідала потребам конкурентоспроможності, необхідно змінити економічну роль держави. Аналіз механізму інституційних змін свідчить, що законодавчий процес, у ході якого змінюється інституційна структура конкурентної політики, не може відбутись без підвищення ефективності діяльності підприємств, приходу на підприємства ефективного власника та зростання конкурентоспроможності вітчизняної продукції.

Політика держави щодо зростання конкурентоспроможності продукції має розвиватися у двох основних напрямках:

- по-перше, посилення рівня конкуренції на монополізованих ринках шляхом розвитку малого та середнього бізнесу;
- по-друге, дієве регулювання вже існуючих монополістичних утворень і недопущення створення нових.

Найсуттєвішими проблемами в цій сфері є певні методичні прогалини у вітчизняному законодавстві, а також невирішеність низки питань з приводу можливостей антимонопольними органами одержання необхідної статистичної та юридичної інформації. Зробимо висновок, що один з найважливіших напрямів щодо забезпечення умов для зростання конкурентоспроможності вітчизняної продукції є інформаційне забезпечення конкурентної політики. Антимонопольний комітет України та його регіональні відділення повинні вдосконалювати власну базу інформаційних ресурсів і мати можливість користуватися інформаційними ресурсами інших органів державної влади, мати безперешкодний доступ до інформації про результати діяльності господарюючих суб'єктів національної економіки.

Однією із можливих умов для формування високого рівня конкурентоспроможності підприємства та задоволення відповідних бажань покупців є створення додаткових послуг, пов'язаних зі специфікою реалізованих товарів. Формування системи таких послуг складається з процесів купівлі товарів та післяпродажного обслуговування споживачів.

Таким чином, свідоме та цілеспрямоване управління конкурентоспроможністю виступає як запорука забезпечення виживання підприємства в умовах конкуренції та як чинник досягнення ним успіху у конкурентній боротьбі і в майбутньому.