

УДК 338.124

АНАЛІЗ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Пантус О.С., магістрант

(Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка)

Як було доведено багатьма економістами, конкуренція є рушійною силою розвитку суспільства, головним інструментом економії ресурсів, підвищення якості товарів і рівня життя населення. Конкурентоспроможність підприємства – це його перевага по відношенню до інших підприємств даної галузі всередині країни та за її межами. Конкурентоспроможність не є визначальною якістю підприємства, це означає, що конкурентоспроможність підприємства може бути оцінена тільки в рамках групи підприємств, що належать до однієї галузі, або підприємств, що випускають аналогічні товари (послуги). Конкурентоспроможність можна виявити тільки порівнянням між собою цих підприємств як в масштабі країни, так і в масштабі світового ринку.

Оцінка ступеня конкурентоспроможності, полягає в першу чергу в виборі базових об'єктів для порівняння, іншими словами, у виборі підприємства - лідера в галузі країни або за її межами. Таким чином, конкурентна перевага одного підприємства над іншим може бути оцінена в тому випадку, коли обидва господарства задовольняють ідентичні потреби покупців, що відносяться до споріднених сегментів ринку. При цьому підприємства знаходяться приблизно в одних і тих же фазах життєвого циклу. У тому випадку, якщо дані умови не дотримуються, порівняння буде некоректним. В даний час, для того щоб підприємство було конкурентоспроможним в боротьбі з провідними підприємствами, потрібні зовсім нові підходи до організації виробництва і управління, ніж ті, на які керівники орієнтувалися в минулому. І перш за все нові підходи потрібні в інвестиційній політиці, при проведенні на підприємстві технічної реконструкції, в процесі впровадження нової техніки і технології. В умовах динамічного розвитку конкурентного середовища необхідно проводити аналіз конкурентоспроможності свого підприємства на фоні інших представників даного сектора ринку. Це дозволить отримати інформацію, про те, що приваблює споживача в продукції або послуги даного підприємства, і які переваги мають його конкуренти. Аналіз необхідний, щоб на його основі можна було вдосконалити ті моменти, які сприяють зниженню конкурентоспроможності [1].

Виходячи з цього, проведення даного аналізу є життєво необхідною складовою кожного підприємства, оскільки, не знаючи того, що потрібно споживачеві і якими конкурентними перевагами володіють суперники, не прагнучи виправити недоліки, можна прийти до банкрутства.

Список літератури

1. Франів І. А. Теоретичні аспекти управління конкурентоспроможністю підприємства / І.А. Франів, Л.М. Коваль, Р.Р. Русин-Гриник // Механізм регулювання економіки. – 2010. – № 3, Т. 1. – С. 149-153.