

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ЗАПОРУКА ЕФЕКТИВНОСТІ ЙОГО ДІЯЛЬНОСТІ

Ящук І.М., гр. Ф-40м

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **Лачкова В.М.**
Харківській державний університет харчування та торгівлі

Сучасна ринкова економіка являє собою складний організм, що складається з різноманітних виробничих, комерційних, фінансових та інформаційних структур, які взаємодіють на тлі розгалуженої системи правових норм, і об'єднуються єдиним поняттям – ринком.

Центральним поняттям, що виражає сутність ринкових відносин є поняття конкуренції (competition). Конкуренція – це найважливіша ланка всієї системи ринкового господарства. Стимулом, що спонукає людину до конкурентної боротьби, є прагнення перевершити інших. Предметом конкурентного суперництва на ринках є частки ринку, контрольовані тими чи іншими товаровиробниками. Конкурентна боротьба – це динамічний процес. Він сприяє ліпшому забезпеченню ринку товарами.

Актуальність проблеми конкурентоспроможності українських товарів особливо зросла в цей час. коли наша економіка переходить до ринкових відносин. На сучасному етапі розвитку представляється також актуальним визначення рівня конкурентоспроможності продукції на внутрішньому й зовнішньому ринках. Ця проблема має кілька аспектів, включаючи вибір критерію оцінки рівня конкурентоспроможності, встановлення взаємозв'язку ціни і якості, економічного ефекту й ціни споживання продукції.

Практично значущою тема є для підприємств із виробництва морозива – продукту високої поживної цінності, споживання якого на душу населення в Україні істотно поступається аналогічним показникам розвинутих країн, а також уповільнюється через агресивні дії виробників товарів-субститутів. Недостатня розвиненість маркетингових технологій, брак інвестицій, дефіцит кваліфікованих спеціалістів-аналітиків та інші проблеми призводять до втрачання підприємствами своєї частки на ринку.

Для виживання та досягнення домінуючих позицій лідера в галузі необхідно вдосконалити процес управління конкурентоспроможністю продукції підприємства, активно нарощувати конкурентні переваги, постійно досліджувати і аналізувати як внутрішнє, так і зовнішнє середовище підприємства, а отже бути гнучким і швидко реагувати на всі зміни.