

конкурентоспроможності є бенч маркінг: безперервний, систематичний пошук, вивчення кращої практики конкурентів із суміжних галузей, а також постійне порівняння бажаних змін і результатів бізнесу зі створеною еталонною моделлю власної організації бізнесу.

Сьогодні більшість країн світу забезпечують підвищення товарної конкурентоспроможності за рахунок використання інновацій. Під інноваційним забезпеченням конкурентоспроможності підприємства розуміється створення і реалізація інноваційних та конкурентних переваг у сфері підвищення якості продукції, скорочення витрат, методів формування товарного асортименту, організації виробництва і управління підприємством.

Традиційно інновації пов'язують зі сферою матеріального виробництва, проте нововведення виникають і втілюються і в невиробничій сфері: медицині, освіті та інших галузях невиробляючих матеріальних продуктів. Таким чином, інноваційною є будь-яка діяльність, яка охоплює дослідження, проектування, розробку і впровадження нових, вдосконалених продуктів і технологічних процесів незалежно від їх галузевого призначення.

Мати конкурентну перевагу не повинно бути самоціллю для підприємства, важливо правильно зорієнтувати його діяльність і вміло слідувати обраній стратегії, що в кінцевому рахунку надають підприємствам можливості домогтися успіху в конкурентній боротьбі.

**Ю.В. Ковтуненко**, канд. екон. наук, доц. (ОНПУ, Одеса)

**О.А. Янковська**, студ. (ОНПУ, Одеса)

## **АНАЛІЗ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ НА ВІТЧИЗНЯНИХ І СВІТОВИХ РИНКАХ**

Конкурентоспроможність будь-яких суб'єктів господарювання є необхідною умовою для їх виживання, стабільного розвитку, збереження позицій на ринку, окупності, можливого розширення діяльності, інвестиційної привабливості. Але вона не є постійною й абсолютною характеристикою, це динамічна категорія.

Проблеми конкурентоспроможності вивчали такі науковці: К.Л. Бабчук, Р.Я. Баран, Т.Б. Гавришук, О.В. Доброзорова, Ю.Я. Єленєва, В.В. Криворотов, Т.В. Лавровська, А.О. Левицька, Н.В. Мисько, І.В. Причєпа, М.Є. Просвірина, М.Й. Романчукевич, М.І. Філіппов та ін.

Вчені інтерпретують поняття «конкурентоспроможність» не однаково, бо вони розглядають його з різних позицій. Наведемо деякі з них для порівняння.

Конкурентоспроможність підприємства – здатність (спроможність) підприємства вести суперництво у базовій галузі, на міжгалузевому та світових ринках [1, с. 6].

Конкурентоспроможність фірми (підприємства) – це можливість ефективної господарської діяльності і її практичної прибуткової реалізації в умовах конкурентного ринку [2, с. 210].

Конкурентоспроможне підприємство (фірма) – здатне тривалий час залишатися прибутковим в умовах відкритої ринкової економіки [3, с. 163].

Роздивляючись визначення, можна побачити, що ці науковці визначають конкурентоспроможність за допомогою критеріїв «прибутковість», «суперництво в ринкових умовах».

Аналіз конкурентоспроможності включає виявлення факторів, що забезпечують на ринку певну перевагу серед схожих підприємств. А її оцінка – порівняння характеристик підприємства, його особливостей з показниками конкурентів, що займають чи можуть зайняти кращі позиції на ринку. Існує багато різноманітних методів для оцінки конкурентоспроможності (матричні (SWOT-аналіз; матриця визначення конкурентних переваг, McKensey та інші); PIMS-проект; карта стратегічних груп; оцінки (інтегральна, за допомогою балів, витрат, ланцюжку цінностей), метод профілів чи графічний; функціональний і структурний методи, бенчмаркінгу та ін.) [4].

Методика визначення переваг, що необхідна для оцінки конкурентоспроможності підприємства: 1) виявлення лідера; 2) пошук, відбір критеріїв продуктивності ресурсів підприємства; 3) моніторинг за діяльністю конкурентів, аналіз достовірної інформації про їх активність на світових і вітчизняних ринках; 4) здатність зайняти певне місце на ринку; 5) підтримка переваги серед інших організацій.

Вітчизняні організації при пошуку конкурентних переваг стикаються з такими проблемами: відсутність використання стратегії конкурентоспроможного росту при вирішенні завдань у поточній діяльності підприємства; вибір ефективних методів при аналізі; односторонність підходів; неможливість реалізації внаслідок відсутності практики використання заходів в комплексі.

Для їх вирішення дослідники пропонують:

- сформувати ефективну систему якості і дотримуватися міжнародних стандартів;
- поліпшення технічних умов;
- періодично проводити моніторинг, щоб вчасно виявити зміни в конкурентному середовищі;
- вчасне реагування на зміни кон'юнктури;

- підвищення рівня управління підприємством і кваліфікації робітників в цілому;
- ретельно вивчати потреби ринку;
- доцільно використовувати людський капітал на підприємстві;
- використовувати з розумом досвід інших успішних підприємств, враховуючи національні особливості;
- залучати нові інвестиції, щоб модернізувати виробництво.

#### **Список використаних джерел**

1. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення : монографія / за заг. ред. О. Г. Янкового. – Одеса : Атлант, 2013. – 470 с.
2. Kovtunenکو Yu. V. Competitiveness enterprise in modern conditions: problems and prospects [Електронний ресурс] / Yu. V. Kovtunenکو, O. A. Grabovenko // Економіка: реалії часу : наук. журнал. – 2016. – № 2 (24). – С. 41–46. – Режим доступу : <http://economics.opu.ua/files/archive/2016/n2.html>.
3. Костецька Є. В. Конкурентоспроможність фірми та її продукції як важливі показники оцінки діяльності підприємства в умовах ринкової економіки / Є. В. Костецька // Науковий вісник Українського НЛУ. – 2005. – Вип. 15.2. – С. 163–165.
4. Промисловий маркетинг : навч. посібник / О. Ф. Оснач, В. П. Пилипчук, Л. П. Коваленко. – К. : Центр учбової літератури, 2011. – 364 с.

**А.О. Козлова**, канд. екон. наук, ст. викл. (*ХНУМГ ім. О.М. Бекетова, Харків*)

**А.О. Старостіна**, студ. (*ХНУМГ ім. О.М. Бекетова, Харків*)

#### **ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ**

В останній час в Україні і світі в цілому приділяється увага багатофункціональному розвитку сільської місцевості та диверсифікації виробничої діяльності та послуг в агросекторі. Сутність цієї концепції полягає у необхідності забезпечення розвитку села та сільського способу життя у декількох напрямках одночасно. Особлива увага приділяється розвитку зеленого, сільського туризму. Що у свою чергу підвищує рівень зайнятості сільських жителів, розбудови