

## Особливості конкурентоспроможності підприємства в сучасних умовах

Труш Юлія Леонідівна

Національний університет харчових технологій, м. Київ, вул. Володимирська, 68

Ключові слова: ефективність, конкурентоспроможність, підприємство, прибутковість, якість.

Ефективність та конкурентоспроможності підприємства набуває великої популярності в нашій час. Важливо та актуально чітко освоїти сутнісну характеристику і вимірювання ефективності виробництва, конкурентоспроможності підприємства. Для прибутковості підприємства потрібно знати, як правильно опанувати нові ринки збуту та бути монополістом в даній галузі. Необхідно чітко визначити ефект, ефективність, економічну ефективність, показники ефективності, конкурентоспроможність, та її рівень на підприємстві для того щоб охарактеризувати стан конкурентного середовища. Актуально в нашій час вміти визначити загальну методологію визначення ефективності виробництва, та за якими ознаками її класифікують, навести критерії та напрямки оцінки конкурентоспроможності підприємства для того, щоб зайняти вигідне положення на ринку.

Про економічну ситуацію можна багато знати та обговорювати, і аналізувати, що актуально сьогодні. А вже визначення цілей і напрямків діяльності, при створенні підприємства, в нашій час, залежить саме від неї.

Як показує досвід зарубіжних країн, високий ступінь економічних результатів можна досягнути лише на високопродуктивних підприємствах, оснащених прогресивними технологічними схемами.

Необхідно відмітити, що в останні десятиліття пройшли значні зміни в області теоретичних поглядів на окремі процеси в економіці, їх практичному оформленні, де особлива увага приділяється вирішенню проблем, які сприяють підвищенню ефективності галузі та підвищенню конкурентоспроможності.

В основу ефективного функціонування підприємства покладено сукупність багаторічних досліджень економістів науково-дослідних інститутів, навчальних закладів, промислових заводів, проектно-конструкторських організацій, а також підприємств харчової галузі, направлених на удосконалення систем управління виробництвом, що підвищує якість продуктів та конкурентоспроможність підприємств.

Тому зазначимо, що у реалізації заходів маркетингової товарної політики одним з головних аспектів є управління якістю і конкурентоспроможністю продукції.

Отже, конкурентоспроможність підприємства – це її здатність бути виділеною споживачем з аналогічних товарів, які пропонуються на ринку фірмами – конкурентами.

Її визначають, порівнюючи параметри товару фірми з відповідними конкуруючими аналогами. За основу такого порівняння беруть визначення ступеня задоволення потреб споживачів, їх індивідуальних вимог до продукції щодо показників ціни продажу і вартості споживання (витрат на експлуатацію чи комерційне використання товарів). У сумі ці витрати становлять ціну споживання.

Оцінювання конкурентоспроможності продукції може здійснюватися проведенням групових експертиз висококваліфікованими фахівцями, методами опитування споживачів, для того щоб організувати відповідні презентації, виставки, семінари, ярмарки.