

УКД 339

**Кулик Вікторія**

**Kulik Victoria I**

Науковий керівник: к.е.н., доцент Голда Н. М.

*Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя*

## **ОСОБЛИВОСТІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ**

### **ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА**

#### **FEATURES OF COMPETITIVENESS OF TRADE ENTERPRISE**

Окреме торговельне підприємство не є єдиним продавцем споживчих товарів та послуг. У процесі своєї діяльності воно стає учасником конкурентної боротьби за споживача. Тому одним із важливих етапів роботи з розробки стратегії діяльності є визначення стану конкуренції на ринку та визначення позиції підприємства на ньому. Можливість виживання підприємства в умовах постійної конкурентної боротьби залежить від його конкурентоспроможності.

Незважаючи на різні підходи до визначення суті поняття, усі дослідники визначають такі риси цього показника.

#### *1. Порівняльний характер*

Конкурентоспроможність не є явищем, притаманним конкретному об'єкту, вона не витікає з його внутрішньої природи, а виявляється тільки за умов порівняння цього об'єкта з іншими. Виходячи з цього, можна стверджувати, що конкурентоспроможність підприємств можливо оцінити шляхом порівняння найбільш суттєвих показників їх діяльності. Результатом цього порівняння є визначення рівня конкурентоспроможності.

#### *2. Часовий характер (динамічність)*

Досягнутий в окремий проміжок часу рівень конкурентоспроможності торговельного підприємства не може розглядатися як довготривала

характеристика його ринкової позиції незалежно від ефективності його діяльності. Протидія інших суб'єктів господарювання, рішучість та активність їх конкурентних стратегій можуть призвести до втрати досягнутої позиції та зниження рівня конкурентоспроможності.

Конкурентоспроможність окремого торговельного підприємства на певному сегменті товарного чи регіонального ринку виступає як узагальнююча оцінка його конкурентних переваг у питаннях формування ресурсного потенціалу, якості задоволення споживчого попиту та досягнутої завдяки цьому ефективності функціонування господарчої системи, які мають місце на момент чи протягом періоду оцінювання. Конкурентоспроможність є одним з вагомих показників стану підприємства як господарської (виробничої) системи, який визначає перспективи його подальшого розвитку, можливість досягнення стратегічних цілей та завдань. Підтримка або підвищення конкурентоспроможності може розглядатися і як одна з функціональних стратегічних цілей (завдань) підприємства. Реакція ринку на зміну попиту не може залежати від поведінки одного або деяких підприємств. Реактивність ринкової системи на зміну попиту, її адаптивність до сигналів попиту в умовах незалежних ринкових агентів необхідно оцінювати у зв'язку з постійною присутністю на ринку конкуренції.

Загальні правила оцінювання конкурентоспроможності продукції передбачають вибір і аналіз ринку для реалізації товару; вивчення конкурентів з виробництва і реалізації аналогічного товару; вибір та обґрунтування найбільш конкурентоспроможного товару-аналога як бази порівняння; визначення необхідних груп параметрів, що підлягають оцінюванню; установлення набору одиничних показників за відповідними групами параметрів; вибір методик розрахунку, визначення та аналіз зведених показників за товарними групами; розрахунок інтегрального показника конкурентоспроможності товару, що проектується.