

ТРАНСФОРМАЦІЯ КАТЕГОРІАЛЬНОГО АПАРАТУ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ КРИЗОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Розвиток країни залежить від усіх елементів ринку і, в першу чергу, від конкурентоспроможності підприємств. У процесі формування ринкових відносин в економіці України виникло багато проблем, які, незважаючи на отримані результати, не можна вважати розв'язаними. Одна з таких проблем – це забезпечення на належному рівні конкурентоспроможності суб'єктів господарювання, що є головною передумовою підтримання стійких позицій підприємств на внутрішньому та міжнародному ринках. Першим етапом на шляху вирішення зазначеної проблеми є формулювання категоріального апарату конкурентоспроможності. Конкурентоспроможність – дуже складне поняття. Особливо важливо вивчити її механізм в умовах кризової економіки.

Суттєвий внесок у дослідження конкурентоспроможності підприємств внесли вітчизняні фахівці Л.С.Кобиляцький, Ю.Т.Козак, В.В.Ковалевський, І.Ю.Сіваченко, Ю.В.Макогон, Я.Б.Базилюк, Є.Н.Волошин, А.В.Вовчак, І.А.Маркіна, І.Р.Бузько, Р.О.Костирко, Н.А.Дробітько, Л.М.Варава, В.А.Павлова, О.Е.Лубенченко, О.Р.Трофімчук, П.Ю. Беленький. Серед вітчизняних і зарубіжних вчених економістів не існує єдиної думки щодо сутності категорії конкурентоспроможності підприємства.

Оскільки в літературі не існує загальноприйнятого визначення конкурентоспроможності, не сформовано загальний підхід щодо дослідження конкурентоспроможності різних об'єктів, то є нагальна необхідність проаналізувати поняття „конкурентоспроможність” з єдиних системних і методичних позицій і уявлень про її сутність, конкретизуючи і доповнюючи зміст цього поняття для кожного з можливих об'єктів дослідження.

Метою даного дослідження є наукове обґрунтування і удосконалення теоретико-методологічних основ конкурентоспроможності підприємства.

В цілому, поняття конкурентоспроможності інтерпретується і аналізується відповідно до економічного об'єкту, що розглядається. Водночас, критерії оцінки, організаційно-економічні характеристики і фактори динаміки конкурентоспроможності на рівні товару, підприємства, галузі, або національного господарства мають свою специфіку [1].

Враховуючи те, що торгівля є посередником між виробником і споживачем, конкурентоспроможність торговельного підприємства обґрунтовує механізм інтенсивності конкуренції на споживчому ринку, виступаючи індикатором якості задоволення потреб споживачів всієї системи суспільного відтворення [2].

Отже, нами запропоновано визначення конкурентоспроможності з врахуванням системи взаємозв'язків з іншими економічними категоріями і функціональними особливостями підприємства.

Запропоноване визначення конкурентоспроможності підприємства можна використовувати для характеристики конкурентного середовища як в цілому, так і з врахуванням функціональних особливостей, для характеристики конкурентоспроможності окремих підприємств [3].

Таким чином, конкурентоспроможність торговельного підприємства – це відносна характеристика, що виражає відмінності даного підприємства від інших підприємств щодо ступеню задоволення потреб споживачів і ефективності господарсько-фінансової діяльності.

Література:

1. Павлова В.А. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка та стратегія забезпечення: Монографія. – Д.: Видавництво ДУЕП, 2006. – 276 с.
2. Базилюк Я. Конкурентоспроможність національної економіки України: Монографія / Я.Б. Базилюк; Адин. Президента України, Нац. Ін-т стратег. Досліджень. К.: НІСД, 2002. – 132 с.
3. Конкурентоспроможність: проблеми науки і практики / Харківський державний економічний університет; П.Ю. Беленький, В.С. Пономаренко, О.Є. Кузьмін та ін. – Х.: Вид-во ХДЕУ, 2006. – 247 с.