

Славське - ще один гірськолижний курорт, який знаходиться у Сколівському районі Львівської області, біля гори Тростян. Початок лижної подорожі, розташоване на горі Тростян, в арсеналі 11 трас, довжиною 22 км, абсолютно різної складності. Завдяки зручному транспортному розташуванню і великій кількості варіантів, де зупинитися, гірськолижний курорт Славське користується великою популярністю серед жителів західних регіонів. На території курорту є багато гірськолижних трас, частину з них оснащено системою штучного засніження та освітлення. Відповідний спуск тут знайдуть і професійні спортсмени, і навіть наймолодші туристи.

Отже таким чином можна сказати, що диверсифікація інфраструктури гірськолижних курортів в першу чергу залежить від наявних природних умов, складності лижних трас і транспортної доступності. Завдяки транспортній доступності і широкій системі різних трас гірськолижний курорт «Буковель» має найсприятливіші умови серед курортів України. Даний курорт має різноманітне інфраструктурне забезпечення, яке дає змогу охопити різні цільові аудиторії туристів. Але не менш важливим є і інвестиційна підтримка території. Зважаючи на наявні природні умови при розробці гірськолижних комплексів до уваги беруться усі фактори впливу на умови катання і наявні міжнародні стандарти безпеки. Таким чином більшість гірськолижних курортів України можуть розширити свою інфраструктуру, тим самим залучивши ще більший потік різних сегментів туристів.

#### **Література:**

1. Регіональні аспекти розвитку лижного туризму: сучасний стан та перспективи // Шикеринець В. Ефективність державного управління. - 2013. - Вип.35. - С.173-178. [Електронний ресурс]. Режим доступу: [http://tourlib.net/statti\\_ukr/shykerynec.htm](http://tourlib.net/statti_ukr/shykerynec.htm).
2. Гірськолижний туризм і найпопулярніші європейські курорти. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://tic.com.ua/eto-interesno/2942-girskolizhniy-turizm-i-najpopulyarnishi-yevropejski-kurorti.html>
3. Українська асоціація активного та екологічного туризму. Гірськолижний туризм. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://uaeta.org/ua/tourism/5?tab=territory>
4. Горнолыжный отдых: Популярные курорты Карпат и некурортный горнолыжный отдых. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://guide.karpaty.ua/ru/categories/girskolyzni-kurorty>.

### **АНАЛІЗ ПОНЯТТЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ, ОСНОВНИХ ПІДХОДІВ, ПОКАЗНИКІВ І МЕТОДІВ ЇЇ ВИЗНАЧЕННЯ**

**Приходько В. О.**, магістр 6 курсу кафедри економіки та маркетингу  
**Артьомова А. В.**, канд. техн. наук., доц. каф. економіки та маркетингу

*Національний аерокосмічний університет ім. М. Є. Жуковського «ХАІ»*

У діяльності сучасних підприємств далеко не останню роль грає поняття конкурентоспроможності. Поняття «конкуренція» означає суперництво двох

або більше підприємств, зацікавлених в досягненні однієї мети - максимального прибутку [1]. У сучасних умовах ринкової економіки виникає потреба в застосуванні найбільш сучасних і ефективних концепцій розвитку національної економіки. Самою значущою проблемою для будь-якого підприємства, є вирішення проблем виживання та запобігання загрози банкрутства. Виділення конкурентних переваг підприємства зумовлює стійку конкурентну позицію на ринку.

Для визначення положення, яке займає економічний суб'єкт на внутрішньому та зовнішньому ринках, необхідно провести оцінку його конкурентоспроможності. Теоретичні та практичні питання конкурентоспроможності підприємства розглядалися в працях А. Н. Романова, Н. К. Масовий, О. І. Лаврушина, В. В. Попкова, Х. А. Фасхієва, М. А. Шушкіна, В. Ю. Зудина, М. С. Богданова, Г. М. Гвічія. У даний час відсутня єдина загальноприйнята методика оцінки конкурентоспроможності підприємства. Одна з них, розроблена Р. Ф. Фатхутдіновим, пропонує наступні методичні особливості оцінки конкурентоспроможності підприємства [2]: рівень конкурентоспроможності вважати як середньозважену величину за показниками конкурентоспроможності обраних товарів на конкретних ринках; окремо проводити аналіз ефективності діяльності підприємства, виходячи з конкурентоспроможності та ефективності кожного товару на кожному ринку;

окремо вважати показник стійкості функціонування підприємства; прогнозувати перераховані в перших трьох пунктах комплексні показники мінімум на п'ять років. Запропонована методика з оцінки конкурентоспроможності підприємства свідчать про необхідність організації роботи по підбору великої кількості вихідних даних, обробка яких не гарантує обґрунтованих висновків про конкурентоспроможність всієї системи. Показники, які можуть бути використані при оцінці конкурентоспроможності підприємства, різні і їх набір може відрізнятися залежно від використовуваної методики оцінки. Автори методик оцінювання конкурентоспроможності підприємства пропонують різний набір факторів організації. Найбільш обґрунтований набір факторів наведено в роботах Артура А. Томпсона-мл ІА. Дж. Стрікленд, Девіда Кревенса і Е. П. Голубкова. Артур А [3] та [4]. Всю сукупність факторів, що впливають на конкурентоспроможність організації, пропонується розділити на три групи: цілі, які ставить перед собою підприємство; ресурси, якими володіє підприємство; фактори зовнішнього середовища. Покладаючись на дослідження вчених, слід зазначити, що саме комплексний підхід до вирішення проблем підвищення конкурентоздатності підприємства є запорукою успішної реалізації стратегії управління в цілому.

В сучасності існує шість основних підходів до визначення конкурентоспроможності [5].

Відповідно до першого підходу конкурентоспроможність розглядається з точки зору переваг порівняно з конкурентами.

Другий підхід базується на теорії рівноваги А. Маршала. У виробника немає причин для переходу в інше стан, і він досягає максимальної прибутку та рівня продажу.

Третій підхід полягає в оцінці конкурентоспроможності за якістю продукції на основі складання багат шарових профілів за різними характеристиками компетентності.

Четвертий підхід представляє собою матричну методику оцінки конкурентоспроможності, реалізується шляхом складання матриць і попереднього вибору стратегії.

П'ятий підхід структурний, відповідно до нього, стан підприємства можна оцінити за такими показниками як: рівень монополізації галузі, наявність бар'єрів для нових підприємств, що з'являються на ринку.

Шостий підхід функціональний, його представники визначають співвідношення між витратами та ціною, обсягами завантаження потужностей виробництва, кількості випускається продукції та інших показників. Відповідно до цього підходу конкурентоспроможним вважаються підприємство, в якому краще встановлено виробництво та подальша реалізація товару, більш ефективно поставлено управління фінансовими ресурсами.

Перша група - це показники, які характеризують ефективність виробничо-торгової діяльності підприємства. Серед них можна виділити: співвідношення чистої прибутку до чистої вартості матеріальних активів, співвідношення чистої прибутку до чистого продажу, а також співвідношення чистої прибутку до чистого оборотного капіталу.

Втора група показників представляє показники інтенсивності використання основного капіталу та оборотного. В якості представників цієї групи можна назвати: співвідношення чистих продажів до чистого оборотного капіталу, співвідношення чистих продажів до собівартості матеріальних активів, співвідношення основного капіталу до вартості матеріальних активів, співвідношення чистих продажів до вартості матеріально-виробничих запасів та співвідношення матеріально-виробничих запасу до чистому оборотному капіталі.

Заклучна група, це показники фінансової діяльності. Це такі характеристики, як: співвідношення поточного боргу до вартості матеріальних активів, співвідношення поточного боргу до вартості матеріально-виробничих запасів, співвідношення оборотних коштів до поточного боргу, співвідношення довгострокових зобов'язань до чистого оборотного капіталу.

Останній підхід до визначення конкурентоспроможності представляється найбільш точним і максимально повним, що відображає ринкову ситуацію.

На сьогоднішній день розроблено безліч методів оцінки конкурентоспроможності підприємств: матричний метод (матриця БКГ, матриця Портера, матриця «привабливість ринку/ конкурентоспроможність», матриця «стадія розвитку ринку/ конкурентна позиція», матриця «етап життєвого циклу виробництва/ конкурентна позиція»); методи, основані на процедурі оцінки конкурентоспроможності підприємства; методи, в основі яких надана теорія ефективної конкуренції; методи, основані на комплексному підході до оцінки [6].

Матричні методи оцінки досить прості і дають наочну інформацію. Більше того, вони базуються на розгляді процесу конкуренції у розвитку та у випадку наявності правдивої інформації дають можливість здійснити досить якісний аналіз конкурентних позицій.

Методи, які базуються на проведенні оцінки конкурентоспроможності продукції, зв'язують за допомогою поняття «ефективного споживання» конкурентоспроможність підприємства та конкурентоспроможність товару. Вважається, що конкурентоспроможність вище, чим вище якість товару і менша його вартість. Серед позитивних моментів цих методів можна назвати: простоту та наочність проведення оцінки. Але разом з тим вони не дають повного уявлення про сильних та слабких сторін у роботі підприємства [7].

Реалізація комплексних методів оцінки конкурентоспроможності підприємства здійснюється з використанням методу інтегральної оцінки. Цей метод включає дві складові: перші, критерії, що характеризують ступінь задоволення потреб споживача, в другій, критерії ефективності виробництва. Позитивною чергою цього методу можна назвати простоту здійснених розрахунків і можливість однозначно інтерпретувати результати.

Для коректної оцінки та подальшого підвищення конкурентоспроможності підприємства розроблено безліч методів, які можуть застосовуватися як по окремих, так і в комплексі, залежно від завдань, поставлених перед початком проведення оцінки. Різноманіття існуючих сьогодні методів дає можливість підібрати найбільш ефективний і простий метод оцінки для кожного конкретного підприємства.

#### Література:

1. Социология: Энциклопедия [Текст] / под ред. А. А. Грицанов, В.Л. Абушенко, Г. М. Евелькин, Г. Н. Соколова, О.В. Терещенко. – Мн. :Книжный Дом, 2003. – 1312 с.
2. Управление конкурентоспособностью организации [Текст] : учеб. пособ. / под ред. Р. А. Фатхутдинова. – М. : Эксмо, 2005. – 544 с.
3. Томпсон-мл., Артур А. Стратегический менеджмент. Концепции и ситуации для анализа [Текст] : учеб. пособие / Артур А. Томпсон-мл., А. Дж. Стрикленд III. – М. : Вильямс, 2006. – 928 с.
4. Голубков, Е. П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика [Текст] : учеб. пособие / Е. П. Голубков. – М. : Финпресс, 2000. – 464 с.
5. Ильичева И. В. Маркетинг: учебно-методическое пособие / Ульяновск : УлГТУ, 2010. – 229 с.
6. Лазаренко А. А. Методы оценки конкурентоспособности [Текст] / А. А. Лазаренко // Молодой ученый. — 2014. — №1. — С. 374-377.
7. Микроэкономика. Учебник/ под ред. Г.А. Родиной, С.В. Тарасовой. – М.: Юрайт, 2012.