

*Ареф'єв С.О., д.е.н., Прокопенко Ю.В., магістр*

*Київський національний університет технологій та дизайну*

### **СУТНІСТЬ КОНКУРЕНЦІЇ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

У статті розглянуто сутність та функції конкуренції, розглянуто рівні конкурентоспроможності, досліджено підходи до визначення конкурентоспроможності підприємства.

**Ключові слова:** конкуренція; конкурентоспроможність; конкурента політика; стратегічне управління.

*Арефьев С.О., д.э.н., Прокопенко Ю.В., магистр*

*Киевский национальный университет технологий и дизайна*

### **СУЩНОСТЬ КОНКУРЕНЦИИ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

В статье рассмотрены сущность и функции конкуренции, рассмотрены уровни конкурентоспособности, исследованы подходы к определению конкурентоспособности предприятия.

**Ключевые слова:** конкуренция; конкурентоспособность; конкурентная политика; стратегическое управление.

*Arefiev S., Prokopenko Yu.*

*Kyiv National University of Technologies and Design*

### **ESSENCE OF COMPETITION AND COMPETITIVENESS ENTERPRISES**

The article discusses the nature and functions of competition, considers the levels of competitiveness, explores approaches to determining the competitiveness of an enterprise.

**Keywords:** competition; competitiveness; competition policy; strategic management.

**Постановка проблеми.** Сьогодні господарська діяльність ґрунтується на ринкових відносинах. Центральним поняттям, що виражає сутність ринкових відносин є конкуренція. Дослідженням проблеми конкуренції та конкурентоспроможності до 90-х років ХХ століття в Україні не займалися через відсутність необхідності, а зараз, в умовах діючої економічної системи та жорсткої конкурентної боротьби, це питання стає дуже актуальним. Розгляд сутності конкурентоспроможності підприємства є важливим як для економіки країни в цілому, так і для окремих виробників, адже вона є запорукою отримання високого та стабільного прибутку, а також забезпечення життєдіяльності підприємства, його економічної безпеки та стабільного розвитку. Розуміючи це, вітчизняні товаровиробники ставлять перед собою таку мету: задоволення потреб, які існують на ринку, отримання максимального прибутку та збільшення обсягів збуту, розширення частки внутрішнього та зовнішнього ринку, забезпечення необхідного рівня якості та ціни продукції, що виробляється, впровадження нових технологічних процесів і модернізація обладнання.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питанням конкурентної боротьби, розвитку конкуренції як одного із базових принципів ринкової економіки присвячені та праці таких відомих вчених-економістів, як Г. Азоев, Ф. Найт, М. Портер, Д. Рікардо, Дж. Робінсон, А. Сміт, Й. Шумпетер, Р. Фатхутдінов та інші. Серед вітчизняних науковців, які аналізували проблеми конкуренції, слід відзначити праці визнаних вчених-економістів Б. Губського, С. Мочерного, Ф. Павленка, В. Подсолонко, В. Сизоненко та інших. Але, незважаючи на велику кількість робіт і досліджень, присвячених цьому питанню, й до цього часу не має чіткого загальноприйнятого визначення конкуренції та конкурентоспроможності.

**Метою статті** є узагальнення поглядів, їх систематизація та конструктивний аналіз сутності понять конкуренція та суміжних з нею категорій таких, як: конкурентоспроможність підприємства, конкурентоспроможність продукції.

**Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів.** При визначенні сутності понять «конкуренція» та «конкурентоспроможність» існує ряд труднощів пов'язаних з тим, що у науковій літературі немає чіткого визначення цих категорій. Кожен науковець інтерпретує ці твердження по своєму, спираючись на власні погляди та градацію важливості окремих складових елементів.

Слід розуміти, що поняття «конкуренція» та «конкурентоспроможність» не є тотожними і кожне потрібно розглядати окремо, у відповідності до складових яким вони належать. Важливість вивчення категорії «конкуренції» полягає в тому, що як економічне поняття і соціально-економічне явище вона стає актуальною в умовах світової інтеграції економічних систем.

Конкуренція (від лат. *concurere* – зіштовхуюсь) – це економічне суперництво між відокремленими виробниками продукції, робіт, послуг за завоювання ринку та отримання більшого прибутку. Без конкуренції ринкові відносини практично неможливі [1, с. 205]. Велика кількість інтерпретацій поняття конкуренції, відображають її сутність та закони, за якими вона реалізується в нинішніх умовах господарювання.

Отже, можна стверджувати, що конкуренція являє собою змагання між виробниками подібної продукції для її реалізації та отримання якомога більшого прибутку, вона слугує рушійною силою для розвитку ринку товарів і послуг. Конкуренція зобов'язує фірми створювати конкурентоспроможний товар або надавати конкурентоспроможну послугу. Критерієм адаптації підприємства до нестабільних умов господарювання є рівень конкурентоспроможності, а тому необхідно досліджувати взаємозв'язок між глобальною конкурентоспроможністю країни в цілому, підприємств, конкретних товарів. На сучасному етапі у вітчизняних підприємств існують такі проблеми у сфері визначення своєї конкурентоспроможності: політична та економічна криза, інфляція, низький рівень інформаційного забезпечення, відсутність чітких цілей та завдань оцінювання, інтуїтивний характер проведення оцінки.

Ключовою ланкою дослідження конкурентоспроможності є саме конкурентоспроможність підприємства як окремого суб'єкта виробничо-господарської діяльності, на якому створюється товар, що може бути успішно реалізований завдяки маркетинговій стратегії та рекламній політиці.

Конкурентоспроможність підприємства є високо динамічною характеристикою: залежить не лише від стану даного підприємства, а й від відповідних параметрів інших підприємств конкурентів; пов'язана зі змінами у зовнішньому та внутрішньому середовищі функціонування підприємства; формується в рамках існуючої розстановки сил на ринку і змінюється в результаті появи нового підприємства на ринку. Не можна говорити про абсолютну конкурентоспроможність підприємства: воно може бути конкурентоспроможним в своїй галузі на внутрішньому ринку й бути неконкурентоспроможним на міжнародних ринках. За визначенням Г. Азоева, конкурентоспроможність підприємства – це здатність ефективно розпоряджатися власними й позиковими ресурсами в умовах конкурентного ринку, це результат його конкурентних переваг по всьому спектру проблем управління підприємством [2].

На думку П.С. Зав'ялова, конкурентоспроможність фірми – це можливість ефективної господарської діяльності та її практичної прибуткової реалізації в умовах конкурентного ринку. Реалізація забезпечується всім комплексом наявних у фірми засобів, включаючи маркетингові.

Підвищення рівня конкурентоспроможності аграрних підприємств, оптимізація їх функціонування і елементарне виживання в ринковому середовищі – одна з основоположних проблем сучасної української економіки. Від її рішення багато в чому залежить якість відтворювальних процесів, прибутковість підприємств, їх адаптація до ринкових умов і подальший економічний ріст.

Найважливішим складовим елементом конкурентоспроможності є якість продукції, проте це не ідентичні поняття. Параметри якості визначаються, як правило, з інтересів і реальних можливостей виробника, а параметри конкурентоспроможності – з інтересів і можливостей споживача. Якщо під якістю розуміється просто сукупність споживчих властивостей продукції, то конкурентоспроможність характеризується відповідністю конкретної суспільної потреби. У цьому випадку при оцінці рівня конкурентоспроможності можливе зіставлення і неоднорідною продукції, яка задовольняє одну і ту ж потребу.

В умовах ринкових відносин актуальність управління якістю обумовлена необхідністю виробництва продукції, що має високу конкурентоспроможність. Необхідно чітко розуміти, що входить в поняття «конкурентоспроможність продукції» та які складові елементи є пріоритетними при визначенні даної економічної категорії. Перебуваючи у тісному зв'язку, категорії конкурентоспроможності товару та підприємства мають і суттєві відмінності:

По-перше, результати оцінки конкурентоспроможності продукції дійсні лише в короткостроковому періоді часу, у той час як конкурентоспроможність підприємства необхідно розглядати в довгостроковій перспективі.

По-друге, конкурентоспроможність продукції розглядається стосовно до кожного її виду, а конкурентоспроможність підприємства охоплює всю мінливу номенклатуру продукції, що випускається даним економічним суб'єктом.

По-третє, аналіз рівня конкурентоспроможності підприємства здійснюється ним самостійно, а оцінка конкурентоспроможності продукції переважно споживачами.

Отже, конкурентоспроможність продукції відображає його здатність більш повно відповідати запитам покупців порівняно з аналогічними товарами, представленими на ринку. Високий рівень конкурентоспроможності товару свідчить про доцільність його виробництва та можливості вигідного продажу. Разом з тим, конкурентоспроможність продукції повинна максимально врахувати вимоги та можливості конкретних груп покупців. Причини конкурентоспроможності товару необхідно шукати в конкурентних перевагах окремих його характеристик, що є наслідком більш ефективного керування на етапах розробки, реалізації й експлуатації пропонованої продукції.

**Висновки.** Економічні категорії «конкуренція» та «конкурентоспроможність» є базовими для визначення ефективності функціонування аграрного підприємства та визначення доцільності випуску й реалізації тієї чи іншої продукції. Формування конкурентоспроможності аграрного підприємства має здійснюватися шляхом створення системи агротехнічних та техніко-технологічних заходів виробництва аграрної продукції та її збуту, впровадження новітніх технологій переробки зберігання та реалізації аграрної продукції, впровадження проєктів щодо відтворення та поліпшення ґрунтів сільськогосподарського призначення. Проте ці заходи є неможливими для впровадження в дію без наявності достатньої кількості висококваліфікованих працівників, високого рівня технічного оснащення та державного регулювання аграрного сектору країни.

#### Список використаної літератури

1. Балабанова Л. В. Маркетинг: підручник / Л. В. Балабанова; 2-ге вид., перероб. і доп. – К.: Знання-прес, 2006. – 640 с.
2. Должанський І. З. Конкурентоспроможність підприємства: навч. посібник / І. З. Должанський. – К.: Центр навчальної літератури, 2008. – 384 с.
3. Рибаківа О. В. Конкуренція і конкурентоспроможність: економічна суть та фактори підвищення [Електронний ресурс] / О. В. Рибаківа. – Режим доступу: <http://archive.nbuv.gov.ua>.
4. Шершньова З. Є. Стратегічне управління: підручник / З. Є. Шершньова. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К.: КНЕУ, 2004. – 699 с.