

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-32-60>

УДК 330.341

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ЯК ВИЗНАЧАЛЬНИЙ ПОКАЗНИК ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

COMPETITIVENESS AS A DETERMINING INDICATOR OF EFFICIENCY OF ENTERPRISE ACTIVITY

Буряченко Олексій Валентиновичкандидат політичних наук,
Вінницький фінансово-економічний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5308-2570>**Ткачук Людмила Миколаївна**кандидат економічних наук, доцент,
Вінницький національний технічний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9770-7851>**Коваль Наталія Олегівна**кандидат економічних наук, доцент,
Вінницький національний технічний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7293-3331>**Buryachenko Oleksiy**

Vinnytsia University of Finance and Economics

Tkachuk Liudmyla, Koval Natalia

Vinnytsia National Technical University

Стаття присвячена дослідженню теоретико-методологічних аспектів конкуренції та конкурентоспроможності підприємства як найбільш важливих категорій економічного механізму ринкової економіки. Узагальнено економічну сутність конкуренції та конкурентоспроможності на основі аналізу та систематизації поглядів вітчизняних та зарубіжних вчених. Проведено групування форм конкуренції між підприємствами за галузевотериторіальною ознакою, кількістю суб'єктів на ринку та ступенем їх конкурентної сили, за методами конкурентної боротьби. Проведено аналіз і узагальнення основних концепцій конкуренції, визначено основні концептуальні підходи до визначення сутності конкуренції. Запропоновано комплекс заходів, спрямованих на посилення конкурентних позицій підприємства.

Ключові слова: конкурентоспроможність, конкуренція, внутрішньогалузева конкуренція, міжгалузева конкуренція, конкурентна сила, конкурентна позиція.

Статья посвящена исследованию теоретико-методологических аспектов конкуренции и конкурентоспособности предприятия как наиболее важных категорий экономического механизма рыночной экономики. Обобщена экономическая сущность конкуренции и конкурентоспособности на основе анализа и систематизации взглядов отечественных и зарубежных ученых. Проведено группирование форм конкуренции между предприятиями по отраслево-территориальному признаку, количеством субъектов на рынке и степени их конкурентной силы, методами конкурентной борьбы. Проведен анализ и обобщение основных концепций конкуренции, определены основные концептуальные подходы к определению сущности конкуренции. Предложен комплекс мер, направленных на усиление конкурентных позиций предприятия.

Ключевые слова: конкурентоспособность, конкуренция, внутриотраслевая конкуренция, межотраслевая конкуренция, конкурентная сила, конкурентная позиция.

The article is devoted to the study of theoretical and methodological aspects of competition and competitiveness of the enterprise as the most important categories of the economic mechanism of a market economy. The economic essence of competition and competitiveness is generalized on the basis of analysis and systematization of views of domestic and foreign scientists. Competitiveness of the enterprise is considered as a complex multifaceted con-

cept that involves the struggle to achieve the best results, gain competitive advantage through the efficient use of all available resources, manufacture and sale of competitive products and profit from efficient business activities. The study of the economic essence of the competitiveness of enterprises shows that its increase in crisis management is a complex but important process. To ensure a sufficient level of competitiveness, domestic enterprises need, above all, significant financial resources, as well as logical and consistent management decisions by management. The grouping of forms of competition between enterprises on the basis of industry and territory, the number of entities in the market and the degree of their competitive strength, the methods of competition. The analysis and generalization of the basic concepts of competition are carried out, the basic conceptual approaches to definition of essence of competition are defined. A set of measures aimed at strengthening the competitive position of the enterprise is proposed. It is determined that in order to ensure the competitive level of the enterprise it is necessary to conduct as an assessment of competitiveness, which involves identifying the strengths and weaknesses of its activities, hidden opportunities and potential threats. This makes it possible to effectively plan and direct the activities of the enterprise based on its competitive advantages.

Keywords: competitiveness, competition, intra-industry competition, inter-industry competition, competitive force, competitive position.

Постановка проблеми. Конкуренція є рушійною силою ринкової економіки, оскільки вона спонукає підприємства та інших учасників ринкових відносин вдосконалювати свою виробничо-господарську діяльність з метою отримання конкурентних переваг. Основним вимірником цього успіху виступає конкурентоспроможність, яка узагальнює переваги підприємця на внутрішньому та міжнародному ринках.

Актуальність теми дослідження посилюється у зв'язку з тим, що конкурентоспроможність безпосередньо впливає на успішність функціонування суб'єктів економічних відносин, а також ефективність та стабільність розвитку ринкового механізму в цілому.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В сучасній науковій літературі дослідження механізмів конкуренції та конкурентоспроможності розглядаються в працях класиків економічної науки І. Ансоффа, Дж. Кейса, Дж. Хейнвуда, Д. Нейблафа, П. Самуельсона, Й. Шумпетера, К. Прахлада, М. Портера, С. Брю, Д. Сакса, А. Сміта, М. Фрідмена.

В Україні теоретико-методологічні аспекти конкурентоспроможності та особливості формування конкурентних відносин розглядаються вітчизняними вченими Т. Балабановою, А. Мазаракі, Г. Скударем, Н. Куденко, В. Пастуховою, В.М. Кобелєвим, В. Болтенко, І. Білецькою та ін.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Не зважаючи на значну кількість теоретичних та прикладних досліджень з даної проблеми, потребують подальшого розвитку дослідження факторів, що визначають конкурентоспроможність галузей економіки та окремих підприємств, інструментарію оцінки конкурентоспроможності продукції на вітчизняному ринку.

Навіть враховуючи ґрунтовний внесок вищеперерахованих вчених, існують окремі

аспекти принципів та ознак конкурентоспроможності підприємств, які мають потребу у подальших дослідженнях для більш детального вивчення та аналізу їх сутності.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є дослідження теоретико-методологічних підходів до розробки стратегій підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Управління конкурентоспроможністю є однією із визначальних складових успішної діяльності підприємства. В сучасних умовах кожне підприємство зацікавлене у визначенні своїх конкурентних переваг та слабких сторін з метою побудови ефективної стратегії конкурентної боротьби, в межах якої буде визначений перелік чітких короткострокових і стратегічних дій, які необхідно впровадити для підвищення конкурентоспроможності.

В сучасних умовах конкурентоспроможність підприємства розглядається як можливість боротися за ринки збуту, здатність випереджати конкурентів, використовуючи сучасні технології, вміння максимально ефективно розподіляти ресурси з метою випуску високоякісної продукції.

Конкурентоспроможність продукції доцільно визначати як комплексну характеристику, яка уособлює відмінність від товарів-конкурентів за ступенем відповідності визначеним потребам споживачів та за рівнем витрат на задоволення цих потреб у певний момент часу. Основними складовими комплексного поняття конкурентоспроможності є конкурентоспроможності продукції та конкурентоспроможності підприємства, що враховує усі напрямки функціонування підприємства: виробництво, постачання сировини та матеріалів, збут продукції, маркетингова та логістична діяльність, стимулювання працівників [1]. Тому на підставі уза-

гальнення можна стверджувати, що конкурентоспроможність підприємства – це інтегральна характеристика, що визначає відмінність від підприємств-конкурентів за ступенем ефективності функціонування та якості і конкурентоспроможності продукції у визначений період часу. Визначальним критерієм ефективності функціонування організації в узагальненому вигляді є прибутковість [2].

Конкурентоспроможність продукції по суті є низкою характеристик товарів і послуг, що визначають їх вартісні та якісні показники, які роблять продукцію більш привабливою для споживачів в порівнянні з продукцією підприємств-конкурентів, та можуть бути продані як на внутрішньому, так і на міжнародному ринках, забезпечуючи при цьому дотримання інтересів галузі, регіонів і країни в цілому. Такий підхід до визначення характеру конкурентоспроможності забезпечує рівні умови для всіх елементів регіонального продовольчого ринку [3].

Конкурентоспроможність визначається на основі прогнозів розвитку потреб покупців і якісного вдосконалення продукції підприємства в порівнянні з необхідними витратами і прогнозованим отриманням прибутку. Необхідно взяти до уваги, що конкурентоспроможність підприємства – це одна з фундаментальних ринкових категорій, життєвий цикл якої характеризується мінливістю та динамічністю. Таким чином, при незмінних характеристиках якості товару, значення його конкурентоспроможності здатне суттєво змінюватися в залежності від ринкової кон'юнктури, динаміки зміни цін, поведінки конкурентів на ринку, маркетингових заходів тощо.

Форми конкуренції та їх економічна характеристика узагальнено в таблиці 1 [4–5].

З метою підвищення ефективності функціонування підприємства доцільно застосовувати системний підхід до управління процесом формування та управління потенціалом конкурентоспроможності підприємства [6], що передбачає таку послідовність дій:

Таблиця 1

Характеристика конкуренції

Ознаки	Види конкуренції	Характеристика
За галузево-територіальною ознакою	Внутрішньогалузева	Суперництво між товаровиробниками в межах однієї галузі економіки, що виготовляють та продають однакові товари, спрямованих на задоволення тих самих потреб, але мають певні відмінності у виробничих затратах, ціні, якості тощо.
	Міжгалузева	Економічна боротьба між підприємствами в різних галузях за одержання більшого прибутку.
	Міжнародна	Економічна боротьба виробників різних країн на світовому ринку.
За кількістю суб'єктів на ринку та ступенем їх конкурентної сили	Досконала або чиста	Наявність великої кількості продавців і покупців подібного товару, вільний доступ товаровиробників до будь-якої економічної діяльності.
	Недосконала:	Конкуренція між великими, середніми та дрібними підприємствами.
	– монополістична	Боротьба між монополіями з метою усунення конкуренції інших, контролю ринку збуту, отримання монополією високого прибутку.
	– олігополістична	Виникає, коли на ринку діє не один монополіст-продавець однорідних товарів, а декілька продавців.
За методами конкурентної боротьби	Цінова	Суперництво між підприємствами шляхом зниження цін на продукцію, що випускається (в тому числі за рахунок зниження витрат) без зміни її споживчих властивостей.
	Нецінова	Здійснюється за рахунок підвищення якості товару (послуги), рівня сервісного обслуговування покупців, розширення асортименту товарів, що випускаються
	Чесна	Характеризується підвищенням якості продукції (послуги), зниженням цін, проведенням активної рекламної кампанії, вдосконаленням системи післяпродажного обслуговування (сервісу).
	Нечесна	Пов'язана з промисловим шпигунством, підробкою продукції конкурентів, введенням споживачів в оману.

- формулювання та формування структури потенціалу конкурентоспроможності підприємства;
- аналіз конкурентних переваг підприємства, визначення його можливостей;
- вибір методик оцінювання потенціалу конкурентоспроможності підприємства;
- інтегральна оцінка потенціалу конкурентоспроможності;
- розробка стратегії, яка буде спрямована на посилення конкурентоспроможного потенціалу.

Висновки. Таким чином, конкурентоспроможність підприємства є складним багатоаспектним поняттям, яке означає суперництво, боротьбу за досягнення найкращих результатів, отримання конкурентних переваг шляхом ефективного використання всіх наявних ресурсів, виготовлення та реалізації конкурентоспроможної продукції та отримання прибутку від ведення ефективної господарської діяльності

Дослідження економічної сутності конкурентоспроможності підприємств свідчить про те, що її підвищення в кризових умовах господарювання є складним, але вкрай важливим процесом. Для забезпечення достатнього рівня своєї конкурентоспроможності вітчиз-

няні підприємства потребують передусім значних фінансових ресурсів, а також логічних та послідовних управлінських рішень із боку керівництва.

Для забезпечення конкурентоспроможного рівня підприємства необхідно провести такий важливий етап як оцінка конкурентоспроможності, а також якість ведення на внутрішньому і зовнішньому ринках. Оцінка конкурентоспроможності підприємства передбачає визначення сильних і слабких сторін його діяльності, прихованих можливості та потенційних загроз, що в свою чергу дає можливість ефективно планувати діяльність підприємства на основі його конкурентних переваг.

Найважливішими заходами, спрямованими на посилення конкурентної сили підприємства є:

- вдосконалення техніко-економічних характеристик та якості продукції підприємства;
- орієнтація на споживачів;
- спрямування зусиль на досягнення переваг над конкурентами;
- активна рекламна діяльність та освоєння нових ринків;
- збільшення асортименту продукції та розробка нових брендів

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Кривіцька В. В., Зянько В. В. Механізм управління конкурентоспроможністю підприємства в умовах нестабільності. *Ефективна економіка*. 2020. № 8. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8118>
2. Красняк О. П., Мицик В. О. Конкурентоспроможність і конкурентні переваги підприємства в сучасних ринкових умовах. *Ефективна економіка*. 2019. № 11. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7383>
3. Масляєва О. О. Економічна сутність категорії „конкурентоспроможність”: дефініція та систематизація. *Ефективна економіка*. 2011. № 10. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=737>
4. Чіков І. А. Конкуренція: теоретичні підходи до розуміння сутності поняття. *Агросвіт*. 2019. № 10. URL: http://www.agrosvit.info/pdf/10_2019/12.pdf
5. Рак Ю. А. Підходи до оцінки конкурентного середовища на ринках різних видів благ. *Ефективна економіка*. 2017. № 11. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5864>
6. Гриньов А.В., Шульженко В.В. Засади системного управління конкурентним потенціалом підприємства. *Ефективна економіка*. 2019. № 2. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=138>

REFERENCES:

1. Kryvitska V. & Zyanko V. (2020) Mekhanizm upravlinnya konkurentospromozhnistyu pidpryyemstva v umovakh nestabilnosti [The mechanism of managing the competitiveness of the enterprise in conditions of instability]. *Efektivna ekonomika*, no. 8. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8118>
2. Krasnyak O. & Mytsyk V. (2019) Konkurentospromozhnist i konkurentni perevahy pidpryyemstva v suchasnykh rynkovykh umovakh [Competitiveness and competitive advantages of the enterprise in modern market conditions]. *Efektivna ekonomika*, no. 11. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7383>
3. Maslyayeva O. (2011) Ekonomichna sutnist katehoriyi „konkurentospromozhnist”: definitsiya ta systematyzatsiya [Economic essence of the category "competitiveness": definition and systematization]. *Efektivna ekonomika*, no. 10. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=737>

4. Chikov I. (2019) Konkurenciya: teoretychni pidkhody do rozuminnya sutnosti ponyattya [Competition: theoretical approaches to understanding the essence of the concept]. *Ahrosvit*, no. 10. Available at: http://www.agrosvit.info/pdf/10_2019/12.pdf
5. Rak Y. (2017) Pidkhody do otsinky konkurentnoho seredovyshcha na rynkakh riznykh vydiv blah [Approaches to assessing the competitive environment in the markets of different types of goods]. *Efektivna ekonomika*, no. 11. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5864>
6. Hrynov A. & Shulzhenko V. (2019) Zasady systemnoho upravlinnya konkurentnym potentsialom pidpryyemstva [Principles of system management of competitive potential of the enterprise]. *Efektivna ekonomika*, no. 2. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=138>