

Владислав Невмержицький
здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти*
ОПП «Комерційна діяльність і логістика»
Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана, Україна
vnevmerzhitskiy@ukr.net

КОНКУРЕНЦІЯ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА КОМЕРЦІЙНУ ДІЯЛЬНІСТЬ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

COMPETITION AND ITS INFLUENCE ON THE COMMERCIAL ACTIVITY OF AN INDUSTRIAL ENTERPRISE

Анотація. У даному дослідженні визначено вплив конкуренції на діяльність промислового підприємства. Проаналізована сутність конкурентоспроможності та визначено вплив конкуренції на діяльність промислового підприємства.

Ключові слова: конкуренція, конкурентоспроможність, ринок, підприємство

Abstract. In this work, we investigated the impact of competition on the activity of an industrial enterprise. To begin with, we analyzed the essence of competitiveness and, as a result, determined the impact of competition on the activity of an industrial enterprise.

Key words: competition, competitiveness, market, enterprise

В сучасному глобалізованому бізнесі надзвичайно гостро постає питання конкуренції та конкурентоспроможності. Так як на ринку працює мільйони компаній, проте лише незначний відсоток з них може назвати себе успішними. На сьогодні немає жодної компанії у світі, яка б не використовувала способи підвищення своєї конкурентної позиції, адже це в першу чергу дає можливість завоювати більшу частку на ринку і відповідно переманити клієнтів, які в підсумку збільшать її прибутку. Сьогодні конкуренція – це боротьба за панування на ринку і за прихильність клієнта всіма можливими та неможливими способами. Ось чому підвищення конкурентоспроможності є надзвичайно важливим і необхідним для сталого розвитку компанії та укріплення нею своїх позицій на ринку.

Тема конкуренції та її впливу на комерційну діяльність підприємства досліджувалась багатьма вітчизняними та зарубіжними вченими-економістами, як: Панасенко Д.А [2], Грецкий Р. [3], Ларрі Дваєр, Чулвон Кім [4], Ломбана Джахір [5] та багато іншими.

На даний момент конкуренція є економічним процесом взаємодії та боротьби суб'єктів господарської діяльності за покупців і збільшення частки ринку або за вигідніші умови виробництва та збуту.

Конкуренція – це рушій економічного прогресу, а підприємство може досягнути конкурентоспроможного статусу лише тоді, коли зуміє просунути свій товар до максимально можливої кількості споживачів, задовольнивши їхній існуючий попит. Проте, з іншої точки зору, конкурентоспроможність продукції залежить від функціонування конкурентоспроможного підприємства та його господарсько-економічної діяльності. Щоб забезпечити належну конкурентоздатність продукції, необхідно організувати ефективне управління факторами, умовами та причинами, які визначають рівень якості продукції, витрати виробництва й досягнення максимально можливого споживчого ефекту.

Саме конкурентне середовище збільшує у промислового підприємства ефективність виробництва продуктів і послуг, [3. с. 36] підвищує здатність задовольняти потреби

* *Науковий керівник: Тетяна Косарева, к.е.н., доцент, доцент кафедри комерційної діяльності і логістики, ДВНЗ «КНЕУ ім. Вадима Гетьмана», Україна*

зацікавлених сторін [4, с. 369-414] та стимулює бути прибутковим і підтримувати домінуюче становище на ринку [5, с. 149].

Політика конкуренції полягає в застосуванні правил, які забезпечують чесну конкуренцію промислових підприємств між собою. Це заохочує ефективність комерційної діяльності, створює більш широкий вибір продукції для споживачів і допомагає знизити ціни та підвищити якість.

Першим аспектом, що стимулює розвиток комерційної діяльності є низькі ціни для всіх: найпростіший спосіб для компанії отримати високу частку ринку – це запропонувати кращу ціну. На конкурентному ринку ціни падають, це корисно не лише для споживачів – коли більше людей можуть дозволити собі купувати продукти, це заохочує промислові підприємства збільшувати обсяги виробництва та стимулює економіку в цілому.

Наступним фактором конкуренції, на який слід звернути увагу є висока якість: конкуренція також спонукає промислові підприємства підвищувати якість товарів і послуг, які вони продають, щоб залучити більше клієнтів і збільшити частку ринку. Якість може означати різні речі: продукти, які служать довше або працюють краще, кращу післяпродажну чи технічну підтримку або дружніше та краще обслуговування.

Крім того конкуренція забезпечує великий вибір: на конкурентному ринку підприємства намагатимуться зробити свою продукцію несхожою на решту. Це призводить до більшого вибору, тому споживачі можуть вибрати продукт, який пропонує найкращий баланс між ціною та якістю.

Конкурентоспроможність часто ототожнюється з ціною або якістю продукту, продуктивністю ресурсів, виробничими витратами або самою ж конкурентною перевагою.

На нашу думку, конкурентоздатність підприємства проявляється в його здатності досягати основної мети при наявності безлічі конкурентів, які мають схожі цілі та реалізують схожі бізнес-процеси для їх досягнення.

Різні фактори можуть впливати як в бік підвищення конкурентоздатності промислового підприємства, так і в бік її зменшення і ці зміни сприяють перетворенню можливостей у дійсність. Отримання конкурентної переваги в комерційній діяльності на основі факторів конкуренції залежить від того, наскільки ефективно промислове підприємство може їх поєднувати та використовувати для забезпечення сталого розвитку своєї комерційної діяльності.

Можемо відмітити, що основні проблеми низького рівня конкурентоспроможності промислового підприємства це:

- відсутність досвіду змагань;
- невідповідність систем управління підприємством міжнародним вимогам;
- відсутність вітчизняних фундаментальних наукових досліджень в цій області;
- діяльність західних підприємств, десятиліттями існуюча в умовах жорсткої конкуренції.

Для вирішення цих проблем є способи підвищення конкурентоспроможності промислових підприємств, за рахунок активізації комерційної діяльності, а саме:

- створення іміджу компанії за «справедливою» ціною за рахунок відповідності ціни та якості;
- розширення і поліпшення асортименту продукції;
- оптимальне використання матеріальних цінностей і поліпшення виходу продукції;
- поліпшення кадрового потенціалу і структур управління;
- ретельне вивчення потреб ринку;
- наявність конкурентоспроможності вітчизняних постачальників;
- стимулювання продажів за рахунок володіння різними акціями та іншими компаніями.

Отже в підсумку можемо стверджувати, що саме конкуренція змушує промислові підприємства впроваджувати нові технології та інноваційні виробничі процеси, які знижують витрати виробництва, а також шукати нові способи реалізації комерційної діяльності [7].

Таким чином промислове підприємство підвищує якість свого продукту, запроваджує нові способи ведення комерційної діяльності, не притаманні конкурентам і привертає увагу нових покупців, а значить, збільшує власний прибуток.

Ми дослідили, що високий рівень конкурентоздатності ринку дозволяє покупцеві отримати повне задоволення своїх потреб, і саме конкуренція змушує підприємства постійно коригувати комплекс маркетингу, активно здійснювати інноваційну політику та позитивно діє на ціни і додаткові послуги, тобто оживляє ринок. Іншими словами, конкуренція є таким собі драйвером, які підштовхує підприємство ставати кращим та покращувати свою діяльність, що в підсумку позитивно впливає як на кінцевих споживачів так і на розвиток ринку загалом.

Нами було досліджено, що вплив конкуренції на комерційну діяльність підприємства проявляється через фінансові показники діяльності, такі як платоспроможність, рентабельність продажів, рентабельність продукції, які на пряму залежать від рівня конкурентоспроможності та положення компанії на ринку. Чим стійкіше положення займає компанія, тим прибутковішою вона є, адже має велику кількість клієнтів, які відповідно створюють ефективні продажі та в кінцевому результаті позитивні фінансові показники діяльності.

Конкуренція суттєво впливає на комерційну діяльність підприємства, адже вона штовхає керівництво шукати різні варіанти завоювання ринку шляхом меншої ціни, дешевшої технології чи інноваційних продуктів та нових способів реалізації продукції. Таким чином саме конкуренція є запорукою фінансово успіху компанії, адже борячись за першість на ринку підприємства максимально ефективно використовує наявні ресурси, що дозволяє їм заощадити та збільшити свою прибутковість.

Література

1. Конкурентоздатність фірми : оцінка рівня та напрями підвищення / за. червоний. О.Х. Янкового. – Одеса: Атланта, 2013. – 470 с
2. Панасенко Д.А. Конкурентоспроможність підприємства: сутнісна та функціональна характеристики. Вісник Національного університету «Львівська політехніка», 2017. № 727. С. 270-276
3. Грецький Р. Теоретичні підходи до визначення природи та сутності конкуренції. Формування ринкових відносин в Україні. 2017. № 2. С. 35-38.
4. Larry Dwyer, Chulwon Kim (2003): Destination Competitiveness: Determinants and Indicators, Current Issues in Tourism, 6:5, pp 369-414
5. Lombana Jahir (2006). Competitiveness and trade policy problems in agricultural exports: A perspective of producing/exporting countries in the case of Banana Trade to The European Union. Saarbrücken, Alemania: Müller Verlag – Kolumbien Göttingen, 2006
6. Конкурентоспроможність підприємства: навчальний посібник / І.А. Дмитрієв, І.М. Кирчата, О.М. Шершенюк – Х.: ФОП Бровін О.В., 2020. 340 с.
7. Литюга Ю. Новітні методи підвищення конкурентоспроможності підприємства / Юлія Литюга, Майя Соколовська-Плугарьова // Інноваційне підприємництво: стан та перспективи розвитку [Електронний ресурс] : зб. матеріалів III Всеукр. наук.-практ. конф., 29–30 берез. 2018 р. / М-во освіти і науки України, ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана» [та ін.] – Київ : КНЕУ, 2018. – С. 50–54.