

УДК 339.137.2

## ПОНЯТТЯ І СУТНІСТЬ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Чернявська Є.І., Касаткіна М.В.

### CONCEPT AND ESSENCE OF COMPETITIVENESS OF THE ENTERPRISE

Chernjavskaia E.I., Kasatkina M.V.

*Стаття присвячена аналізу сутності конкурентоспроможності підприємства. Обґрунтовано, що конкурентоспроможність підприємства – це складне поняття. На поверхховому рівні конкурентоспроможність підприємства представляє собою його здатність виготовляти продукцію, що користується попитом у споживачів, і отримувати на цій підставі прибуток. Сутність конкурентоспроможності підприємства розкривають два методологічних принципи М. Портера. Згідно першого, це позиції підприємства на ринку. За другим принципом, конкурентоспроможність лежить в площині діяльності підприємства як ланцюжка створення цінності товару. В трансформаційних економіках конкурентоспроможність підприємства як первинної структурної ланки національної економіки в першу чергу залежить від діяльності держави, розбудови нової інституціональної матриці розвитку економіки та підприємств.*

**Ключові слова:** ринкова економіка, недосконала конкуренція, конкурентоспроможність підприємства, конкурентоспроможність товару, інституціональна матриця.

**Вступ.** Функціонування сучасних господарських суб'єктів супроводжується ускладненням умов зовнішнього середовища. Сьогодні завоювання позицій та їх збереження на ринку є однією з головних задач, що стоїть перед менеджерами вищого щабля. Суперництво підприємств на ринку набуває особливої гостроти. Це в свою чергу сприяє пошуку нових шляхів підвищення конкурентоспроможності. Від так постає питання чіткого розуміння поняття «конкурентоспроможності», спираючись на вивчення існуючих підходів.

**Постановка проблеми.** З переходом України до ринкової економіки та конкуренції як механізму взаємодії між суб'єктами економічних відносин питання конкурентоспроможності підприємств набрали актуальності як для практики господарської діяльності, так і вітчизняної науки. В сучасних умовах, які стали результатом перш за все ринкових реформ, що проводилися в Україні останніх майже 30-ти років, питання конкурентоспроможності підприємств набрали нової актуальності, що пов'язано, перш за все, зі збільшенням негативних економічних явищ, виникненням інволюційних процесів в окремих га-

лузях економіки, наприклад в базових галузях хімічної промисловості. Факторів, що зумовлюють неефективність економіки, виникненням інволюційних процесів – безліч. Потрібне продовження наукових досліджень, з'ясування сутності конкурентоспроможності підприємства, виокремлення факторів, що визначають рівень конкурентоспроможності українських підприємств.

**Аналіз останніх публікацій.** Питанням конкурентоспроможності підприємств присвячені праці відомих закордонних фахівців І. Ансофа, М. Портера, Ф. Котлера, В. Андріанова, Г. Азоева, Р. Фатхудинова та інших дослідників. Серед вітчизняних науковців, які аналізували проблеми конкурентоспроможності українських підприємств, слід відзначити праці Ю. Іванова, О. Шнипка, Г. Скударя, Але незважаючи на проведені дослідження, опубліковані роботи, питання з'ясування сутності поняття конкурентоспроможності підприємства зберігає свою актуальність.

**Мета статті** полягає у з'яванні сутності поняття «конкурентоспроможність підприємства».

**Результати досліджень.** В історичному плані поява поняття конкурентоспроможності підприємств в науковому обороті відноситься до початку 60-х рр. минулого століття. Під дією утворення світової системи соціалізму, кризи та розпаду колоніальної системи перед традиційними транснаціональними корпораціями постали питання: як жити далі, як здійснювати економічну діяльність і отримувати прибутки в нових умовах. Стратегія розвитку на підставі методу логічних приростів, тобто планування діяльності корпорацій від досягнутого, вже не спрацювала. Отримування прибутків стало проблематичним. В результаті, як відмічає І. Ансофф, виникла необхідність не тільки постійної переоцінки стратегій, але й створення і оцінки нових довгострокових планів [1, с. 202]. Дане зауваження відносилось перш за все до компаній, які діяли в традиційних галузях бізнесу: сталеливарній промисловості, верстобудуванні та виробництві сільськогосподарської техніки. Що стосується компаній новітніх галузей,

то вони вже з самого початку орієнтувались на новітні технології організації та управління компаніями.

Зміни в економічних відносинах, умовах господарської діяльності обумовили пошук нових управлінських технологій. Такими технологіями, як відмічає І. Ансофф, стали конкурентні стратегії в рамках існуючого бізнес-портфелю. При цьому головним аспектом проблеми стало визначення не привабливості чи реальності функціонування компанії на конкретному ринку, а вирішення питання про те, як їй необхідно працювати на цьому ринку, щоб отримувати прибуток. В центрі уваги в розробці новітніх стратегій розвитку, управління компаніями стали питання товарів та послуг, які пропонувались споживачам, технології реклами, канали розподілу [1, с. 202].

У подальшому з розвитком технологічних революцій високої динаміки набрав розвиток зовнішнього середовища. Зміни внутрішнього і зовнішнього середовища пронизують діяльність організацій, міжнародні, регіональні й національні ринки. Швидкими темпами стала оновлюватися продукція. В цих умовах стратегії управління компаніями на підставі концепцій ринкової орієнтації, орієнтації на споживача, як відмічає відомий вчений з питань менеджменту та маркетингу Ф. Котлер, стає недостатньою. Концепції ринкової орієнтації закономірно доповнюються новими поняттями сегментування, вибору цільових сегментів, позиціонування [2, с. 20]. Комплексною назвою новітніх технологій організації та управління підприємствами стали поняття конкурентних стратегій, конкурентних переваг, конкурентоспроможності.

Поняття конкурентоспроможності або конкурентних переваг стають важливими орієнтирами і принципами організації та стратегій розвитку компаній, оцінки їх поточного стану, перспектив розвитку. Значущість питань конкурентоспроможності визнається на рівні країн і міжнародних організацій. З 1979 року експерти Всесвітнього економічного форуму (ВЕФ) починають щорічно розраховувати індекс конкурентоспроможності країн та публікувати у «Глобальному звіті про стан конкурентоспроможності» (Global Competitiveness Report). У Звіті конкурентоспроможність визначається саме як "...набір інституційних та економічних заходів, що підтримують високі темпи економічного зростання у середньостроковій перспективі" [3, с. 77].

З 1997 індекс конкурентоспроможності (ІК) став визначатись і для України. Необхідно відмітити, що періодично методика та показники ІК зазнають змін, що свідчить про серйозність підходу до проблематики конкурентоспроможності. З 2004 року рейтинг конкурентоспроможності країни розраховується за двома індексами: індексом глобальної конкурентоспроможності (Global Competitiveness Index, GCI) (ІГК) та індексом конкурентоспроможності бізнесу (Business Competitiveness Index, BCI) (ІКБ). ІГК розраховується за такими показниками: якість інститутів, інфраструктура, макроекономічна стабі-

льність, здоров'я і початкова освіта, вища освіта і професійна підготовка, ефективність ринку товарів і послуг, ефективність ринку праці, розвиненість фінансового ринку, технологічний рівень, розмір ринку, конкурентоспроможність ринку, інноваційний потенціал. ІКБ є синтетичним показником і включає якість національного бізнес-клімату, оцінку операцій і стратегії компаній.

В економічній літературі поняття конкурентоспроможності використовується у двох термінах: «конкурентоспроможність» і «конкурентні переваги». Окремі автори проводять різницю між вказаними термінами. На наш погляд, переконливою є позиція О.С. Шнипка. Автор звертає увагу на те, що існування вказаних двох понять обумовлено перекладом з англійської мови «competitive advantage». Термін перекладається і як «конкурентна перевага», і як «конкурентоспроможність», тому поняття є тотожними або близькими за змістом [4, с.9]. Таким чином, «конкурентоспроможність» і «конкурентні переваги» можна використовувати як синонімічні, тобто тотожні поняття.

В економічній літературі на сьогодні не існує єдиного визначення поняття конкурентоспроможності підприємства. Так, З.Є. Шершньова, С.В. Оборська визначають: «Конкурентоспроможність підприємства – рівень його компетенції відносно інших підприємств конкурентів у нагромадженні та використанні виробничого потенціалу певної спрямованості, а також його окремих складових: технології, ресурсів, менеджменту (особливо – стратегічного поточного планування), навичок і знань персоналу тощо, що знаходить вираження в таких результатуючих показниках, як якість продукції, прибутковість, продуктивність тощо.

Конкурентоспроможність продукції – ступінь її відповідності на певний момент вимогам цільових груп споживачів або обраного ринку за найважливішими характеристиками: технічними, економічними, екологічними тощо» [5, с.59].

Ю.А.Савінов, М.Н.Чепурів і ряд інших дослідників конкурентоспроможність підприємства розглядають крізь призму конкурентоспроможності товару, оскільки в ринковій економіці всі відносини між покупцями і продавцями формуються на підставі купівлі-продажу товарів, будь-то уречевлені ресурси чи особистісні [6, с. 215]. Безумовно, підприємство не може бути конкурентоспроможним, якщо її продукція не є конкурентоспроможною. Однак конкурентоспроможність товару не покриває всіх проблем конкурентоспроможності підприємства.

Ряд дослідників вважають, що дослідження конкурентоспроможності підприємства передбачає з'ясування сутності категорії «конкуренція», оскільки «...вони тісно взаємопов'язані – про конкурентоспроможність можна говорити тільки при наявності конкуренції між виробниками певної продукції (послуги)» [7]. На перший погляд у такому підході є логіка, але це тільки на перший погляд. Вона не враховує типи ринкових структур. Так, теоретично і в кла-

сичному типі, тобто епохи вільної конкуренції, основу ринкової економіки складає вільна конкуренція. Специфікою цієї конкуренції є наявність в галузі великої кількості товаровиробників, продавців, в результаті цього ціни на ринку формуються об'єктивно. Ніхто із товаровиробників не може диктувати свої умови ринку, тобто впливати на рівень цін. Можливість отримувати додатковий прибуток лежить в площині удосконалення власної діяльності, скорочення своїх індивідуальних витрат, що можливе за рахунок нововведень, підвищення кваліфікації зайнятих. Галузева конкуренція в епоху вільної конкуренції виступає об'єктивним механізмом стимулювання розвитку та втілення в економічну діяльність підприємств науково-технічного прогресу.

Ситуація принципово змінюється з переходом до монопольної стадії розвитку, коли базові галузі починають розвиватися на підставі ринків недосконалої конкуренції, однією із ознак яких є те, що товаровиробники мають можливість впливати на ринок, ринкові ціни. Таким чином, підкреслюючи зв'язок між конкуренцією і конкурентоспроможністю підприємства необхідно уточнювати про яку саме конкуренцію з точки зору структури йде мова.

Ряд дослідників в своїх роботах обґрунтовано звертають увагу на те, що конкурентоспроможність підприємства – це складне, багатоаспектне та структуроване поняття.

Т. М. Плотіцина згрупувала визначення конкурентоспроможності підприємства, які були запропоновані російськими вченими у три групи:

- до першої групи вона віднесла визначення, які базуються на внутрішній та зовнішній діяльності підприємства;

- до другої групи були віднесені визначення, які базуються на товарній складовій, тобто поняття конкурентоспроможності підприємства визначається через конкурентоспроможність продукції підприємства;

- до третьої групи віднесені визначення, що поєднують в собі як товарну складову, так і складову виробничої діяльності підприємства [8, с. 205-208].

Ю. Б. Іванов, П.А. Орлов, О.Ю. Іванова виділяють чотири підходи до визначення конкурентоспроможності підприємства:

- компаративний;
- ресурсний;
- поєднання компаративного і ресурсного підходів;
- системний [9, с.24].

В.О. Шпильова підкреслює, що конкурентоспроможність будь-якого підприємства, є інтегральною характеристикою, яка включає наступні складові:

- конкурентоспроможність пропозиції на ринку;
- конкурентоспроможність ресурсів підприємства;

- конкурентоспроможність окремих видів діяльності, наприклад маркетингової діяльності, менеджменту тощо [10, с.33].

Е.І. Цибульська так визначає конкурентоспроможність підприємства – це «... його здатність у поточному періоді та в довгостроковій перспективі забезпечувати більш високу, порівняно з конкурентами, ефективність виробництва та вигідність реалізації своїх товарів» і далі продовжує, що більш глибоке розуміння сутності конкурентоспроможності підприємства передбачає з'ясування взаємозв'язку та взаємозалежності таких понять, як конкурентоспроможність товару і конкурентоспроможність країни, конкурентна перевага, конкурентний статус, конкурентна стратегія тощо [11, с.69-70].

Аналіз показує, що з'ясування сутності конкурентоспроможності підприємства – це дійсно складне питання. Розкриття сутності поняття конкурентоспроможності підприємства потребує системного підходу, покрокового виокремлення головних елементів, що в практичному плані дозволить вирішити проблеми конкурентоспроможності українських підприємств.

На самому поверховому рівні, тобто в загальному плані, під конкурентоспроможністю підприємства треба розуміти його здатність виготовляти продукцію, що користується попитом у споживачів, і отримувати на цій підставі прибуток як умови економічного розвитку підприємства.

Конкурентоспроможність підприємства завжди проявляється через призму конкурентоспроможності товару. Обидві категорії: конкурентоспроможність підприємства і конкурентоспроможність товару взаємопов'язані причинно-наслідковими зв'язками. Без конкурентоспроможності товару не може бути конкурентоспроможності підприємства, оскільки реалізація продукції, товару є умовою розвитку підприємства. В свою чергу конкурентоспроможність товару може бути забезпечена лише конкурентоспроможним станом підприємства, збиткове підприємство протягом визначеного терміну не може виготовляти конкурентоспроможну продукцію.

В розумінні глибинної сутності конкурентоспроможності або конкурентних переваг підприємств важливе значення мають роботи М. Портера, який згодом став членом постійно діючої Ради з питань конкурентоспроможності національної економіки США при президенті Р. Рейгане. Сутність конкурентоспроможності підприємств в умовах після II світової війни ринкової економіки західних країн М. Портер розкриває на підставі двох методологічних принципів.

Згідно першого принципу, конкурентна стратегія підприємства повинна мати своїм підґрунтям всебічне знання структури галузі та процеси її змін. В будь якій галузі економіки, незалежно від того, діє вона тільки на внутрішньому ринку чи на зовнішньому, сутність конкуренції визначають п'ять сил: 1) загроза появи нових конкурентів; 2) загроза виробництва заміників – товарів чи послуг; 3) спроможність постачальників торгуватися; 4) спроможність покупців торгуватися; 5) суперництво вже існуючих конкурентів між собою. Підкреслимо, вказана стру-

тура є характерною для ринків недосконалої конкуренції.

За другим принципом, конкурентоспроможність залежить від того, як підприємство організує та виконує окремі види діяльності, утворюючи таким чином ланцюжок цінності [12, с. 52-59].

Не складно бачити, що наведені методологічні принципи аналізу конкурентоспроможності підприємств відображають конструкцію діяльності підприємств в умовах ринків недосконалої конкуренції. Цю конструкцію в свою чергу можна звести до двох взаємопов'язаних груп елементів або факторів економічної діяльності підприємств. Першу групу факторів представляють фактори, що утворюють зовнішнє середовище підприємств. В цій групі особливо в період ринкової трансформації економічної системи важливе значення мають законодавчі фактори. По суті ці фактори визначають формування нових інститутів і нових соціальних, виробничих відносин, визначають соціально-економічну специфіку підприємств як суб'єктів ринкової економіки. Необхідно враховувати, що законодавчі акти також орієнтують на той чи інший технологічний тип розвитку національної економіки. Дослідження показують, що характер економічних перетворень в суспільстві цілком залежить від характеру пануючих політичних і економічних інститутів. В разі панування екстрактивних політичних і економічних інститутів перетворення можуть проводитися не в контексті зняття гальм в розвитку продуктивних сил. В такому разі в економіці, суспільстві будуть спостерігатися значні деструктивні економічні і соціальні явища, інволюційні процеси [13].

Друга група факторів відображає економічну модель розвитку підприємств як суб'єктів ринкової системи. Необхідно підкреслити, що конкурентоспроможність підприємства проявляється перш за все в формі конкурентоспроможності товару, що виготовляє підприємство. Тому реструктуризація економічної моделі підприємства повинна бути побудована навколо випуску конкурентоспроможної продукції.

Очевидно, що з трансформацією економічної системи в ринковий тип необхідні реструктуризація як інституціональних, соціально-економічних умов діяльності підприємств, так і реструктуризація підприємств в контексті зміни їх економічної моделі розвитку. Реструктуризація соціально-економічних умов діяльності підприємств – це рішення владних структур. Реструктуризація підприємств в формі приватизації – це також рішення владних структур. Після приватизаційного періоду рішення стосовно економічної моделі розвитку, вирішення проблеми конкурентоспроможності підприємства приймають самостійно.

З переходом до ринкової економіки Україна стала приділяти серйозну увагу проблемам конкурентоспроможності. Однак на сьогодні проблема конкурентоспроможності країни та підприємств не є вирішеною. Непрозорість урядових рішень, високий рівень корупції, слабка ефективність банківської си-

стеми, фіскальний характер податкової системи, «провали» в специфікації прав власності та гарантуванні угод, низький рівень платоспроможного попиту в країні й інші фактори, інакше кажучи, панування екстрактивних політичних і екстрактивних економічних інститутів, гальмують ефективний розвиток ринкової економіки та ефективне вирішення проблеми конкурентоспроможного розвитку українських підприємств.

**Висновки.** Дослідження показують, що конкурентоспроможність підприємства – це складне, багатоаспектне та багато структуроване поняття. На самому поверховому рівні конкурентоспроможність підприємства представляє собою його здатність виготовляти продукцію, що користується попитом у споживачів, і отримувати на цій підставі прибуток як умови економічного розвитку підприємства. Сутність конкурентоспроможності підприємства розкривають два методологічні принципи М. Портера. Згідно першого, це позиції підприємства на ринку. За другим принципом, конкурентоспроможність лежить в площині діяльності підприємства як ланцюжка створення цінності товару. В трансформаційних економіках конкурентоспроможність підприємства як первинної структурної ланки національної економіки в першу чергу залежить від діяльності держави, розбудови нової інституціональної матриці розвитку економіки та підприємств.

#### Л і т е р а т у р а

1. Ансофф, И. Новая корпоративная стратегия / И. Ансофф. – СПб. Питер, 1999. – 416 с. – (Серия "Теория и практика менеджмента").
2. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. 11-изд. /Ф.Котлер. – СПб.: Питер, 2004. – 800 с. : ил. — (Серия "Теория и практика менеджмента").
3. Десять років соціально-економічних перетворень в Україні: спроба неупередженої оцінки /за ред. І. Бураковського. — К. : К.І.С., 2002. — 120 с.
4. Шнипко О. С. Національна конкурентоспроможність: сутність, проблеми, механізми реалізації / О.С. Шнипко. – К.: Наукова думка, 2003. – 334 с. : іл. – Бібліогр. : с. 322-336.
5. Шершньова З. Є. Стратегічне управління: Навч. Посібник / З. Є. Шершньова, С. В. Оборська – К.: КНЕУ, 1999. – 384 с.
6. Савинов, Ю. А. Как сделать товар конкурентоспособным? / Ю. А. Савинов, М. Н. Чепурин // Как продать ваш товар на внешнем рынке : справочник / отв. ред. Ю. А. Савинов. — М. : Мысль, 1990. — С. 214-227.
7. Слезь О.П., Богдан Є.В. Сутність конкуренції та конкурентоспроможності підприємства / О.П. Слезь, Є.В. Богдан. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.zgia.zp.ua/gazeta/evzdia\\_7\\_082.pdf](http://www.zgia.zp.ua/gazeta/evzdia_7_082.pdf)
8. Плотицина Т.М. Определение конкурентоспособности предприятия / Т.М. Плотицина / Вестник ТГТУ, 2010. – Т. 16. - № 1. – С. 205-211.
9. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення : [монографія] / за заг. ред. О.Г. Янкового. – Одеса : Атлант, 2013. – 470 с.
10. Шпильова В.О. Конкурентоспроможність торговельної послуги. Збірник наукових праць

Черкаського державного технологічного університету // Економічні науки, 2007. – Випуск 18, частина II. – С. 33-36.

11. Цибульська Е.І. Конкурентоспроможність підприємства: навч. посіб. для студентів, які навчаються за спец. %! – Економіка / Е.І. Цибульська; Нар. укр. акад. – Харків: Вид-во НУА, 2018. – 320 с.
12. Портер, М. Международная конкуренция: пер. с англ./ М. Портер; под ред. и с предисл. В. Д. Щетинина. – М.: Международные отношения, 1993. – 896 с.
13. Аджемоглу Дарон. Почему одни страны богатые, а другие бедные. Происхождение власти, процветания и нищеты / Дарон Аджемоглу, Джеймс А. Робинсон; пер. С англ. Дмитрия Литвинова, Павла Миронова, Сергея Сановича. – М.: Издательство АСТ, 2016. – X, 693 с.

### References

1. Ansoff, I. Novaya korporativnaya strategiya / I. Ansoff. – SPb. Piter, 1999. – 416 s. – (Seriya "Teoriya i praktika menedzhmenta").
2. Kotler F. Marketing menedzhment. 11-izd. /F.Kotler. – SPb.: Piter, 2004. – 800 s. : il. — (Seriya "Teoriya i praktika menedzhmenta").
3. Desyat rokiv sotsialno-ekonomichnih peretvoren v UkraYinI: sprobа neuperedzhenoyi otsInki /za red. I. Burakovskogo. — K. : K.I.S., 2002. — 120 s.
4. Shnipko O. S. Natsionalna konkurentospromozhnIst: sutnIst, problemi, mehanIzmi reallzatsIYi / O.S. Shnipko. – K.: Naukova dumka, 2003. – 334 s. : Il. – Bibliogr. : s. 322-336.
5. Shershnova Z. E. Strategichne upravlnnya: Navch. Poslbnik / Z. E. Shershnova, S. V. Oborska – K.: KNEU, 1999. – 384 s.
6. Savinov, Yu. A. Kak sdelat tovar konkurentosposobnyim? / Yu. A. Savinov, M. N. Chepurin // Kak pro-dat vash tovar na vneshnem rynke : spravochnik / otv. red. Yu. A. Savinov. — M. : Myisl, 1990. — S. 214–227.
7. Elets O.P., Bogdan E.V. SutnIst konkurentIYi ta konkurentospromozhnostI pIdpriEmstva / O.P. Elets, E.V. Bogdan. [Elektronniy resurs]. – Rezhim dostupu : [www.zgia.zp.ua/gazeta/evzdia\\_7\\_082.pdf](http://www.zgia.zp.ua/gazeta/evzdia_7_082.pdf)
8. Plotitsina T.M. Opredelenie konkurentosposobnosti predpriyatiya / T.M. Plotitsina / Vestnik TGTU, 2010. – T. 16. - # 1. – S. 205-211.
9. KonkurentospromozhnIst pIdpriEmstva: otsInka rIvnaya ta napryami pIdvischennaya : [monograflya] / za zag. red. O.G. Yankovogo. – Odesa : Atlant, 2013. – 470 s.
10. Shpilova V.O. KonkurentospromozhnIst togo-velnoYi poslugi. ZbIrnik naukovih prats Cherkasko-go derzhavnogo tehnologichnogo unIversitetu // EkonomIchnI nauki, 2007. – Vipusk 18, chastina II. –S. 33-36.
11. Tsibulska E.I. KonkurentospromozhnIst pIdpriEmstva: navch. poslb. dlya studentIv, yakI navchayutsya za spets. %! – EkonomIka / E.I. Tsibulska; Nar. ukr. akad. – HarkIv: Vid-vo NUA, 2018. – 320 s.
12. Porter, M. Mezhdunarodnaya konkurentsiya: per. s angl./ M. Porter; pod red. i s predisl. V. D. Schetinina. – M.: Mezhdunarodnyie otnosheniya, 1993. – 896 s.
13. Adzhemoglu Daron. Pochemu odni strani bogatyie, a drugie bednyie. Proishozhdenie vlasti, protsvetaniya i nischetyi / Daron Adzhemoglu, Dzheyms A. Robinson; per.

S angl. Dmitriya Litvinova, Pavla Mironova, Sergeya Sanovicha. – M.: Izdatelstvo AST, 2016. – H, 693 s.

### Чернявская Е.И., Касаткина М.В. Понятие и сущность конкурентоспособности предприятия

*Статья посвящена анализу сущности конкурентоспособности предприятия. Обосновано, что конкурентоспособность предприятия - это сложное понятие. На поверхностном уровне конкурентоспособность предприятия представляет собой его способность производить продукцию, что пользуется спросом у потребителей, и получать на этом основании прибыль. Сущность конкурентоспособности предприятия раскрывают два методологических принципа М. Портера. Согласно первого, это позиция предприятия на рынке. По второму принципу, конкурентоспособность лежит в плоскости деятельности предприятия как цепочки создания ценности товара. В трансформационных экономиках конкурентоспособность предприятия как первичного структурного звена национальной экономики в первую очередь зависит от деятельности государства, развития новой институциональной матрицы развития экономики и предприятий.*

**Ключевые слова:** рыночная экономика, несовершенная конкуренция, конкурентоспособность предприятия, конкурентоспособность товара, институциональная матрица.

### Chernjavska E.I., Kasatkina M.V. Concept and essence of competitiveness of the enterprise

*The article is devoted to the analysis of the essence of the enterprise's competitiveness. It is substantiated that the competitiveness of an enterprise is a complex concept. At the superficial level, the competitiveness of an enterprise is its ability to produce products, which are demanded by consumers, and to receive profits on that basis. The essence of the company's competitiveness are revealed by two methodological principles of M. Porter. According to the first, this is the position of the company on the market. According to the second principle, competitiveness lies in the scope of the enterprise as a chain of creation of goods value. In the transformational economies, the competitiveness of the enterprise as the primary structural part of the national economy depends primarily on the state's activity, the development of a new institutional matrix of economic development and enterprises.*

**Key words:** market economy, imperfect competition, enterprise competitiveness, product competitiveness, institutional matrix.

**Чернявська Євгенія Іванівна** – доктор економічних наук, професор, професор кафедри економіки і підприємництва Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля, [isoterika77@gmail.com](mailto:isoterika77@gmail.com)

**Касаткіна Марина Володимирівна** – старший викладач кафедри економіки і підприємництва Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля, [the.markas80@gmail.com](mailto:the.markas80@gmail.com)

Рецензент: д.е.н., проф. **Костирко Л.А.**

Стаття подана 14.04.2019