

Магістр 2 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

**УЗАГАЛЬНЕННЯ ТЕОРЕТИЧНИХ ПІДХОДІВ
ДО ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ
"КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПРОДУКЦІЇ"**

Анотація. Розглянуто основні підходи до трактування поняття конкурентоспроможності продукції та з'ясовано особливості її формування.

Аннотация. Рассмотрены основные подходы к трактовке понятия конкурентоспособности продукции и выяснены особенности ее формирования.

Annotation. The basic approaches to treatment of the concept of production competitiveness are considered and the peculiarities of its formation are found out.

Ключові слова: конкурентоспроможність продукції, поняття, визначення, потреби, ринок.

Розвиток ринкових відносин в Україні неможливий без ефективного та стабільного зростання економіки та виробництва конкурентоспроможної продукції, що відображає не лише ефективність діяльності окремого підприємства, але й в цілому економіки країни. За умов зростання конкурентної боротьби конкурентні переваги підприємства формуються з урахуванням потреб та вимог споживачів, задовольнити які можна шляхом виготовлення конкурентоспроможної продукції. Саме конкурентоспроможність продукції значною мірою визначає конкурентну позицію виробника, адже збільшення її рівня зумовлює зростання кількості споживачів виробленої продукції. Тому є досить актуальним питання щодо узагальнення поняття "конкурентоспроможність продукції", що важливо для вирішення завдань створення та реалізації конкурентоспроможної продукції.

Питання щодо дослідження конкурентоспроможності продукції та її впливу на розвиток підприємства висвітлили у своїх наукових роботах Д. Рікардо, М. Портер, Маконнел К. Р., Брю С. Л., Ф. Котлер, Г. Азаров, А. Градов, Р. Фатхутдінов, Д. Юданов, Ю. Іванов, І. Булеєв та ін.

Метою дослідження є розкриття особливостей формування конкурентоспроможного товару та визначення поняття "конкурентоспроможність продукції".

Завдання роботи полягають у дослідженні джерел, що розглядають термін конкурентоспроможності продукції. Формування поняття, що забезпечить надання повної інформації про конкурентоспроможність продукції.

Об'єктом дослідження виступає конкурентоспроможність товару.

Предметом дослідження є теоретичні підходи до визначення поняття "конкурентоспроможність продукції".

Кожен продукт або послуга мають певну споживацьку цінність, тобто те, наскільки вони можуть задовольняти потреби споживачів. Чим вище цей рівень, тим більш конкурентоспроможну продукцію випускає підприємство.

Досліджуючи економічну категорію "конкурентоспроможність продукції", було визначено велику кількість трактовок, основні з яких наведені в таблиці.

Аналізуючи наведені визначення, можна зробити висновок, що будь-який представлений на ринку товар фактично проходить там перевірку щодо ступеня задоволення суспільних потреб. Конкурентоспроможність товару, тобто здатність збуту товару на певному ринку, можна визначити тільки шляхом порівняння конкурентних товарів між собою.

Для того, щоб товар був конкурентоспроможним, він має відповідати критеріям оцінки споживачів конкретного ринку в конкретний час. Те, що потрібне споживачу сьогодні, може стати абсолютно непотрібним уже завтра через зміну моди або внаслідок появи нового технічного рішення. Купуючи щось, споживач знаходить необхідний товар серед аналогічних, тобто вибирає такий, що найбільше задовольняє його потреби.

Таблиця

**Визначення поняття "конкурентоспроможність продукції"
різними авторами**

Автори	Визначення
І. Астахова, А. Маренич	Конкурентоспроможність товару – відносно поняття, чітко прив'язане до конкретного сегмента ринку й часу продажу [1]
П. Зав'ялов	Конкурентоспроможність товару – це сукупність якісних і цінових характеристик, що забезпечує задоволення конкретних потреб покупця [1]
Булєєв І. П.	Конкурентоспроможність товару – це сукупність показників, які забезпечують розробку, виробництво, реалізацію і післяпродажне обслуговування товару з метою задоволення потрібного споживчого попиту й отримання цільового прибутку підприємства [1]
Ю. Савинов, М. Чепурин	Конкурентоспроможність – характеристика товару, в якій відображується його відмінність від товару-конкурента за ступенем відповідності конкретної суспільної потреби та за витратами на її задоволення [2]
М. Портер	Конкурентоспроможність товару – це властивість товару виступати на ринку з присутніми там аналогічними товарами

Р. Фатхутдінов	Конкурентоспроможність товару – це властивість, що характеризується ступенем задоволення ним конкретної потреби порівняно з аналогічними товарами на цьому ринку та визначає здатність товару витримувати конкуренцію порівняно з аналогічними товарами на цьому ринку [3]
----------------	--

Однією із умов вибору товару споживачем є збіг основних ринкових характеристик виробу з умовними характеристиками конкретної потреби покупця. Такими характеристиками найчастіше вважають нормативні та технічні параметри, а також ціну придбання та вартість споживання товару [4].

Проаналізувавши наведені поняття, можна сформулювати таке визначення: конкурентоспроможність продукції – це сукупність цінкових характеристик, якісних властивостей, а також особливостей продажу й обслуговування продукції, які вигідно відрізняють її від конкуруючої аналогічної продукції і дають змогу знаходити збут на ринку і задовольняти потреби покупців.

Наук. керівн. Москаленко Н. О.

Література: 1. Сопільник Л. І. Теоретичні аспекти управління конкурентоспроможністю підприємств / Сопільник Л. І., Колодійчук А. В. – Науковий вісник НЛТУ. 2009. – № 19.8. – 2009. – С. 183–187. 2. Иванов Ю. Б. Конкурентоспособность предприятия: оценка, диагностика, стратегия : научн. изд. / колл. авторов. – Х. : Изд. ХНЭУ, 2004. – 256 с. 3. Фатхутдінов Р. А. Управління конкурентоздатністю організації : підручник / Фатхутдінов Р. А., Осовська Г. В. ; заг. ред. Осовська Г. В. – К. : Кондор, 2009. – 468 с. 4. Магомедов Ш. Ш. Конкурентоспособность товаров : учебн. пособ. / Ш. Ш. Магомедов. – М. : Дашков и Ко, 2003. – 293 с.