Швагірев Максим Дмитрович,аспірант

Національний університет «Одеська політехніка», м. Одеса

ORCID: 0000-0002-7452-5091

**СУЧАСНІ ЗМІНИ СУТНОСТІ РИНКОВОЇ КОНКУРЕНЦІЇ**

Цілям дослідження конкурентоспроможності підприємства відповідає розгляд конкуренції, насамперед, як конкурентної протидії суб'єктів конкуренції один одному, але з урахуванням можливого їхнього співробітництва з метою придбання ринкової чи політичної влади як об'єкта конкуренції [1, с.31].

Розгляд сутнісних сторін суб'єктів конкуренції у їх взаємодії дозволяє констатувати той факт, що причинами виникнення конкуренції є:

а) цілеспрямована поведінка суб'єктів конкуренції;

б) використання суб'єктами конкуренції подібних предметів та методів досягнення їх цілей у процесі конкурентної взаємодії [2, с.231-232].

Умовами виникнення конкурентної взаємодії є:

а) наявність свободи господарської діяльності;

б) наявність доступу до необхідних ресурсів, ринків збуту та інформації про них як об'єктів конкурентної взаємодії;

в) наявність у суб'єктів конкурентної взаємодії, як мінімум, прав користування, розпорядження коштами, необхідними для провадження господарської діяльності, та присвоєння результатів їх використання;

г) наявність, як мінімум, двох цілеспрямованих суб'єктів, в силу особливостей своєї діяльності, здатних вступити в конкурентну взаємодію між собою;

д) рівноправність суб'єктів конкуренції;

е) обмеженість доступних для використання в процесі досягнення поставлених цілей об'єктів (попиту, ресурсів, влади) конкуренції;

ж) єдність ринкової локалізації суб'єктів конкуренції та географічні обмеження ринку.

Пусковими факторами виникнення конкуренції є пускові чинники виникнення діяльності підприємств, якими є їхні цілі діяльності та мотивація персоналу.

Суб'єктів конкуренції можна визначити як індивідуальні чи колективні цілеспрямовані, які не здійснюють господарську діяльність, а також виробничі системи, що конкурують між собою за об'єкти конкуренції, використання яких дозволять їм досягати поставленої мети. Головною загальною рисою для суб'єктів конкуренції є не використовувані ними предмети конкуренції і споживчий попит, а причина, що спонукає суб'єкти конкуренції виборювати об'єкти конкуренції з допомогою її предметів, що є спільність їх цілей.

Об'єкти конкуренції за своєю сутністю є явища дійсності, за які здійснюється суперництво. Їх можна класифікувати так:

а) споживачі, у своїй сукупності постають як ринки збуту виробленої суб'єктами конкуренції продукції (робіт, послуг), а також об'єкти докладання наявної ринкової чи політичної влади даних суб'єктів;

б) ресурси як джерела можливостей суб'єктів конкуренції продукуванню ними бажаних результатів діяльності - капітальні, трудові ресурси позиціонування;

в) ринкова влада, що є наслідком заняття щодо домінуючого становища над ринком, і політична влада, що є наслідком наявності можливості впливу на інституційне середовище ринку, передусім, владні інститути.

За своєю сутністю предмет конкуренції є сполучною ланкою між суб'єктами та об'єктами конкуренції, тобто він являє собою засіб реалізації суб'єктом конкуренції можливих для нього механізмів отримання ресурсів, що постають у його діяльності у вигляді об'єктів конкуренції [3, с.11-12]. На наш погляд, суб'єкт конкуренції, який здійснює господарську діяльність, має в своєму розпорядженні два основні засоби реалізації доступних йому механізмів залучення ресурсів, тобто предметами конкуренції, якими є:

а) продукція, роботи, послуги, що продукуються суб'єктом конкуренції, що володіють споживчою цінністю, внаслідок чого володіють споживчою, а значить і міновою вартістю, що дозволяє здійснювати їх обмін на ринках - споживчому та ресурсному - на необхідні для досягнення цілей суб'єкта конкуренції ресурси;

б) ринкова та/або політична влада суб'єкта конкуренції, яка купується ним шляхом реалізації певної стратегії і використовується для досягнення поставлених цілей.

Предмети конкуренції представляють її суб'єкту лише можливість використання об'єктів конкуренції. Ця можливість реалізується суб'єктом конкуренції шляхом використання різних методів конкуренції:

а) пов'язаних з використанням як предмет конкуренції виробленої продукції (робіт, послуг) (цінова конкуренція; конкуренція за допомогою покращення якості товару; конкуренція за допомогою здійснення організаційно-збутових заходів);

б) пов'язаних з використанням як предмет конкуренції придбаної в процесі функціонування на ринку ринкової та політичної влади (обмеження обсягів виробництва з метою підвищення цін; свідоме невиконання зобов'язань перед державою; невиплати заробітної плати працівникам та неплатежі постачальникам та підрядникам; змова з іншими суб'єктами конкуренції та ін.).

Використання суб'єктами конкуренції методів конкуренції визначається насамперед структурою ринку (моделлю конкурентної взаємодії) та ступенем розвиненості ринкових інститутів.

**Література**

1. Дубницький В.І., Комірна В.В., Науменко Н.Ю., Овчаренко О.В. Конкуренція, конкурентоспроможність, ринкова кон’юнктура: навчальний посібник. Дніпропетровськ: ДВНЗ «УДХТУ». 2016. 400 с.
2. Теоретико-методологічні аспекти підвищення конкурентоспроможності прикордонного регіону: кол. монографія. За ред. В.І. Захарченко та М.М, Меркулова. Одеса: Атлант. 2018. 243 с.
3. Теорії конкуренції та практики визначення конкурентоспроможності в умовах безпекоорієнтованого розвитку: кол. монографія. Відп. ред. В.І. Захарченко. Одеса: Фенікс. 2020. 196 с.