

**В.І. Борзенко**, канд. техн. наук, доц. (НТУ «ХПИ», Харків)

**В.Ю. Верютіна**, ст. викл. (НТУ «ХПИ», Харків)

**Н.М. Дьякова**, ст. викл. (НТУ «ХПИ», Харків)

## **РОЛЬ КОНКУРЕНЦІ В РИНКОВІЙ ЕКОНОМІЦІ ТА ЗАВДАННЯ МЕНЕДЖМЕНТУ**

У сучасній економіці відбуваються постійні зміни, пов'язані з глобалізацією, нерівномірністю розвитку, загостренням конкурентної боротьби між країнами, регіонами та фірмами. Ринкова економіка як система сформувалася в результаті утворення громадських відносин, покликаних регулювати конкурентну поведінку економічних суб'єктів, що забезпечують гарантії свободи економічної діяльності кожному з учасників. До істотних ознак ринкової системи слід віднести, перш за все, конкуренцію і її розвиток на основі конкурентних відносин [1].

Розвиток людського суспільства, а раніше розвиток живої природи взагалі, постійно здійснювалося в обстановці суперництва різних типів, видів, підвидів, що утворюють структуру живої природи або суспільства. Суперництво в економіці прийнято визначати, як конкуренцію. Між тими, хто діє в ім'я своїх інтересів і цілей, формуються протиріччя. Тому конкуренцію справедливо визначати як громадський параметр життя, поряд з такими, наприклад, явищами, як прагнення до розвитку, тенденція до відтворення видів, в тому числі, до створення потомства, прагнення до задоволення потреб.

Ускладнення виробничої і господарського життя призвело до того, що не всі власники могли виконувати і підприємницьку функцію, оскільки це вимагало певних знань і досвіду, і її теж значною мірою довелося передати в руки найманих керуючих. Останні таким чином зосередили в руках дві функції: управління поточною діяльністю та підприємництво. Так з'явився сучасний менеджмент – група осіб, які здійснюють у рамках організації підприємницькі та управлінські функції. Практична реалізація цих функцій також називається менеджментом і може розглядатися у двох аспектах. З одного боку, це управління організацією, що діє в умовах ринку в режимі «автономного плавання» і пов'язане з необхідністю приймати самостійні рішення в будь-яких несподіваних обставин. З іншого боку, це управління самостійним видом діяльності, не обов'язково передбачає створення організації та керівництво підлеглими. Менеджментом, наприклад, вважається організація виступів зірок естради, проведення спортивних і масових заходів тощо.

Стійкий успіх фірми значною мірою визначається її економічною ефективністю і дієвістю. Економічна ефективність виражає кількість витрат, які фірма використовує, щоб зробити

одиницю продукції. Отже, коли компанія здатна збільшити кількість виробленої продукції або кількість споживачів, яких вона обслуговує, і при цьому підтримувати незмінний рівень витрат, то компанія підвищує свою економічну ефективність. Якщо кількість і якість виробленої продукції залишається незмінним, а кількість витрат зменшується, то і в цьому випадку компанія підвищує свою економічну ефективність. Дієвість відноситься до успішного досягнення організаційних цілей і відображає, чи правильно здійснюють менеджери діяльність. Ефективність же визначає ступінь результативності діяльності менеджерів в забезпеченні необхідного рівня конкурентного рівня товару.

Таким чином, під конкуренцією розуміється економічний процес суперництва економічних суб'єктів за більш вигідні умови існування на ринку. Конкуренція є визначальним фактором впорядкування цін, стимулом для активізації інноваційних процесів. Вона сприяє витісненню з виробництва неефективних підприємств, раціональному використанню ресурсів, запобігає диктату виробників по відношенню до споживача. Поняття конкуренція розглядається в першу чергу як динамічний процес. Воно проявляється у вдосконаленні продуктів і технологій, формування нових ринків, нових джерел сировини або нових типів організації, що, як правило, вимагає інвестицій. У свою чергу, стимулом для здійснення інвестицій виступає можливість отримання позитивної економічної прибутку до тих пір, поки цінова конкуренція не призведе до зниження ціни до рівня довгострокової рівноваги [1]. Вирішальну роль у створенні на ринку сприятливого конкурентного середовища мають антимонопольне законодавство і діяльність антимонопольних органів, правильна поведінка яких сприяє стабілізації всієї економіки в цілому.

### **Список джерел інформації**

1. Захаров Г.К. Роль конкуренции в рыночной экономике // Менеджмент и маркетинг – вызовы XXI века. Екатеринбург: УГЕУ, 2018. С. 263–267.
2. Перерва П.Г. Управление маркетингом на машиностроительном предприятии. Харьков: Основа, 1993. 288 с.
3. Pererva P.G., Kocziszky Gy., Somosi Veres M., Kobieliava T.A., Compliance program of an industrial enterprise. Tutorial. Kharkov; Miskolc: NTU «KhPI», 2018. 689 p.
4. Романчик Т.В., Перерва П.Г. Місце інноваційної складової у забезпеченні економічної безпеки підприємства // Інформація та знання в системі управління інноваційним розвитком: монографія. Суми: Триторія, 2018. С. 301–314.
5. Перерва П.Г. Трудостройство без проблем (искусство самомаркетинга). Харьков: Фактор, 2009. 480 с.
6. Гончарова Н.П., Перерва П.Г., Яковлев А.И. Маркетинг инновационного процесса. К.: ВИРА-Р, 1998. 267 с.
7. Перерва П.Г. Самомаркетинг менеджера и бизнесмена. Ростов н/Д: Феникс, 2003. 592 с.