

УДК 338.45.014.1:621

О. О. Масляєва,  
асистент, Дніпропетровський державний аграрний університет

## ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ КАТЕГОРІЇ „КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ”: ДЕФІНІЦІЯ ТА СИСТЕМАТИЗАЦІЯ

**Анотація.** Встановлено, що конкурентоспроможність є синтезом багатьох економічних категорій. Застосовано загальний підхід щодо дослідження конкурентоспроможності різних об'єктів з єдиних системних і методичних позицій та уявлень про її сутність.

**Annotation.** It is set that competitiveness is the synthesis of many economic categories. General approach is applied in relation to research of competitiveness of different objects from the unique system and methodical positions and pictures of its essence.

### ВСТУП

Останнім часом в умовах глобалізації економіки спостерігається посилення конкуренції, притаманне для всіх країн і галузей економіки. Однією з головних причин низької конкурентоспроможності українських підприємств є недостатня здатність боротися за розширення своєї частки на внутрішньому та зовнішньому ринках, просувати свої товари та завойовувати споживача, поставивши інтереси останнього в центр своєї виробничої та комерційної діяльності. У зв'язку з цим постає гостра проблема оцінки рівня конкурентоспроможності, а тому підвищення конкурентоспроможності національних товаровиробників має стати найважливішим пріоритетом їх конкурентної політики.

### РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

У науковій літературі не існує єдиного загальноприйнятого визначення конкуренції, а тому доцільним є проведення аналізу основних найпоширеніших її визначень, сформульованих відомими науковцями. Слово „конкуренція” (від. лат. – *concurrentia*) визначається як змагання або зіткнення. За класифікацією Ф. Шерера і Д. Росса, критерії конкуренції можуть бути поділені на типи: поведінкове, структурне, функціональне [10]. Поведінкове – це розуміння конкуренції як боротьби за гроші споживачів шляхом задоволення їх потреб. Структурне – аналіз структури для визначення ступеня свободи продавця і покупця на ринку, а також способу виходу на нього. Згідно функціонального трактування – це суперництво старого з новим. А. Сміт пов'язував конкуренцію з парним, без змови суперництвом, що відбувається між продавцями/покупцями за найбільш вигідні умови продажу товару. При цьому основним методом конкурентної боротьби він вважав зміни цін [7].

З часом поведінкове розуміння конкуренції продовжує удосконалюватися в напрямку більш точного визначення її мети та способів ведення. Так, марксистська економічна доктрина, що заперечувала основні принципи ринкової економіки трактувала конкуренцію як соціалістичне змагання, що органічно поєднує в собі змагальність і товариську співпрацю та взаємодопомогу працівників [5]. Як видно з трактування, змагальність виступає як один з головних шляхів підвищення продуктивності праці та ефективного виробництва. Згідно з неокласичною теорією поведінкове тлумачення конкуренції пов'язується з боротьбою за рідкі економічні блага. Логіка цього підходу полягає в тому, що більшість благ є рідкими в тому розумінні, що їх кількість менша за потенційну потребу. „Конкуренція – це прагнення якнайкраще задовольнити критеріям доступу до рідких благ”, – вважає П. Хейне [4, с. 73].

Поряд з поведінковим, одержало розповсюдження структурне трактування. Його джерелами є роботи А. Курно, Дж. Робінсона, Е.Чемберлена, які заклали фундамент сучасного поняття конкуренції, монополістичної конкуренції, олігополії та монополії. Згідно зі структурним трактуванням конкуренції акцент робиться на аналізі структури ринку, а також на тих умовах, що домінують на ньому. К. Макконел і С. Брю визначають конкуренцію як наявність на ринку великої кількості незалежних продавців і покупців, які мають можливість вільно входити на ринок та виходити з нього [8, с.31]. Х. Зайдель та Р. Теммен визначають конкуренцію, як „центр ваги всієї системи ринкового господарства, в якому і продавці, і покупці конкурують на ринку між собою з метою досягти кожен своєї мети за рахунок конкурентів” [3, с. 136]. А. Портер стверджує, що конкуренція – це динамічний процес, який розвивається, це ландшафт, який безперервно змінюється, на якому з'являються нові товари, нові шляхи маркетингу, нові виробничі процеси та нові ринкові сегменти [6, с. 586].

Функціональний підхід описує роль, яку конкуренція відіграє в економіці. Так, саме конкуренція примушує підприємства постійно шукати та знаходити нові види продукції, саме вона сприяє виробництву продукції високої якості, спонукає реагувати на потреби споживачів, сприяє розвитку науки та техніки, інформаційних систем та технологій. З іншого боку, конкуренція призводить до нестабільності в бізнесі, у деяких випадках є причиною інфляції та безробіття, банкрутства підприємств та ін.

У Законі України „Про захист економічної конкуренції” конкуренція визначається як „змагання між суб'єктами господарювання з метою здобуття завдяки власним досягненням переваг над іншими суб'єктами господарювання, внаслідок чого споживачі, суб'єкти господарювання мають можливість вибирати між кількома продавцями, покупцями, а окремий суб'єкт господарювання не може визначати умови обороту товарів на ринку” [1, с.12]. Слід зазначити, що цей закон зовсім не регламентує поняття „конкурентоспроможність”, також у законі відсутні посилання на методики розрахунку показників конкурентоспроможності для суб'єктів господарювання. Трактування категорії „конкуренція” вітчизняними та російськими науковцями наведено в табл. 1.

Таблиця 1. Визначення поняття „конкуренція”

Визначення	Автор, джерело
<b>Конкуренція</b> - боротьба фірм за обмежений обсяг платоспроможного попиту споживачів, яка ведеться ними на доступних сегментах ринку	А.Ю. Юданов,
<b>Конкуренція</b> - суперництво у будь-якій сфері діяльності між окремими юридичними або фізичними особами, зацікавленими у досягненні спільної мети	Г.Л. Азоєв
<b>Конкуренція в економічному розумінні</b> – це боротьба підприємств за економічні вигоди від продажу товарів і послуг, а також за ринки постачання і збуту, за робочу силу	Б. Шлюсарник
<b>Конкуренція</b> є об'єктивним економічним явищем, яке в розвиненому товарному виробництві примушує господарчі суб'єкти прагнути до збільшення прибутку за рахунок розширення масштабів діяльності, зростання продуктивності праці та	Н.С. Педченко

удосконалення форм організації виробничого процесу	
<b>Конкуренція</b> – це процес управління суб'єктом своїми конкурентними перевагами з метою одержання перемоги або досягнення інших цілей у боротьбі з конкурентами за задоволення об'єктивних або суб'єктивних потреб у межах законодавства або в природних умовах	Р.А.Фатхутдінов
<b>Конкуренція</b> – це вже не „продукт проти продукту”, „ ефективність проти неефективності”, а „нелінійна інновація проти лінійної”.	Б. Шпотов
<b>Конкуренція</b> – економічний процес взаємодії, взаємозв'язку та боротьби комерційних суб'єктів ринкової системи в процесі створення, збуту та споживання матеріальних благ. Це регулятор ринкових відносин, стимулятор НТР та ефективності суспільного виробництва.	Г.Л. Багієв, Х.Анн

Крім того, С.А. Єрохін пропонує таке поняття як гіперконкуренція - ситуація, коли підприємства дедалі більшою мірою зазнають сукупного впливу раніше ізольованих один від одного конкурентних факторів, що веде до виникнення багатоаспектної, динамічної та агресивної конкуренції [2, с.503-505]. Сутність конкуренції знаходить свій прояв у найважливішій характеристиці – конкурентоспроможності. До недавнього часу ця категорія залишалася малодослідженою вітчизняною економічною наукою, що було обумовлено такими причинами:

у дореформених умовах звертання до цієї сфери економічного життя не було актуальним, а трансформація національної господарської системи відбулася настільки швидко та радикально, що наука не встигла досконально визначити нові реалії;

в деякій мірі перешкодою цьому процесу виступає очевидність змісту категорії „конкурентоспроможність”, а також близькість останньої до змісту категорії „ефективність”;

багатоаспектність проблеми. Її досліджують спеціалісти з маркетингу, управління якістю, менеджменту, при цьому ніхто не намагається вийти за рамки своєї спеціалізації. Тому накопичений великий обсяг наукової інформації потребує систематизації.

Сьогодні конкурентоспроможність на товарних ринках стає проблемою державної безпеки. Враховуючи, що критерієм адаптації підприємства до ринкових умов господарювання є рівень конкурентоспроможності, необхідно досліджувати взаємозв'язок між конкурентоспроможністю країни в цілому, підприємств, конкретних товарів. На сучасному етапі у вітчизняних підприємств існують такі проблеми у сфері визначення своєї конкурентоспроможності: низький рівень інформаційного забезпечення, відсутність чітких цілей та завдань оцінювання, інтуїтивний характер проведення оцінки, відсутність єдиної методологічної бази.

Конкурентоспроможність є синтезом багатьох економічних категорій. Як зазначається в науковій літературі, у широкому розумінні конкурентоспроможність – це зумовлена економічними, соціальними політичними чинниками позиція країни або товаровиробника на внутрішньому та зовнішньому ринках. За умов відкритої економіки вона може визначатися і як здатність країни (підприємства) протистояти міжнародній конкуренції на власному ринку і ринках інших країн. Проблема підвищення конкурентоспроможності стосується практично всіх сторін суспільного життя. Загострення конкурентної боротьби за збут продукції, за місце на ринку змушує країни (підприємства) постійно шукати нові резерви, вимагає вдосконалення технологій з метою створення більш якісних товарів.

Оскільки в літературі не існує загальноприйнятого визначення конкурентоспроможності, не сформовано загальний підхід щодо дослідження конкурентоспроможності різних об'єктів, то є нагальна необхідність проаналізувати поняття „конкурентоспроможність” з єдиних системних і методичних позицій і уявленнь про її сутність, конкретизуючи і доповнюючи зміст цього поняття для кожного з можливих об'єктів дослідження. Аналіз останніх досліджень і публікацій дозволяє сформулювати трактування категорії „конкурентоспроможність”, запропоновані відомими авторами (табл. 2).

**Таблиця 2. Визначення поняття „конкурентоспроможність”**

Визначення	Джерело
<b>Конкурентоспроможність</b> – здатність забезпечити кращу позицію в порівнянні з конкуруючим підприємством	Б. Карлофф
<b>Конкурентоспроможність</b> – це здатність конкретного предмету витримати конкуренцію (потенційну і/або реальну)	Е.А. Горбашко
<b>Конкурентоспроможність</b> - властивість об'єкта, що характеризує ступінь реального чи потенційного задоволення ним конкретної потреби в порівнянні з аналогічними об'єктами, представленими на конкретному ринку	Р.А. Фатхутдінов
<b>Конкурентоспроможність</b> – це сукупність переваг і здатності суб'єкта в порівнянні з його подібними в боротьбі за досягнення мети, характерної для них, в умовах дії законів певного навколишнього середовища (системи)	А.Г. Дементьєва
<b>Конкурентоспроможність</b> – синтез якості й можливості успішної реалізації продукції на конкурентному вітчизняному або міжнародному ринку у певний момент часу за рахунок досягнення конкурентних переваг	Т.В. Гринько
<b>Конкурентність</b> (конкурентоспроможність) - відносна здатність не тільки підприємства, але й сектора, народного господарства, у порівнянні з іншими суб'єктами економічних відносин до: виробництва сучасних, технологічно інтенсивних товарів, вирішення нових технічних проблем, досягнення доходів (постійно зростаючих) при високому рівні зайнятості та відносно високому рівні заробітної плати	Б. Шлюсарник
<b>Конкурентоспроможність</b> – виступає результатом створення підтримки протягом тривалого періоду часу та сукупної оцінки конкурентних переваг	Н.А. Дробітько

Загальний підхід до трактування поняття „конкурентоспроможність” дає можливість визначити його як:

по-перше, здатність досягти найкращих результатів у конкретній сфері діяльності в процесі суперництва. Найважливіше значення у цьому визначенні має аспект ринкового суперництва, бо саме він утворює засади поняття „конкурентоспроможність”.

В економічній сфері суперництва набуває форми економічного змагання суб'єктів господарювання. У роботі [9, с.15] для даної сфери оцінки й аналізу конкурентоспроможності вона трактується як володіння властивостями, що формують переваги для суб'єкта економічного змагання. Розвивається концепція

конкурентоспроможності, згідно з якою для такого суб'єкта господарювання як галузь промислового виробництва, головний предмет економічного суперництва полягає в боротьбі за споживача та ресурси. Основна відмінна риса такого підходу полягає в тому, що вона:

по-перше, розглядається з позиції володіння властивостями, які створюють переваги в конкурентній боротьбі за споживача та корисні ресурси;

по-друге, конкурентоспроможність можна визначити як здатність суб'єкта активно завоювати та утримуватися в сегменті як внутрішнього, так і зовнішнього ринку в конкретній визначеній час. Слід також відзначити, що конкурентоспроможність не обмежується „ефективним веденням господарської діяльності”, а є більш розширеним поняттям і не замкнутим межами внутрішньої діяльності. Крім того, незважаючи на широке використання терміна „конкурентоспроможність”, в економічній літературі й нормативно-технічній документації загальноприйняте поняття конкурентоспроможності не уніфіковано. Вивчення літературних джерел свідчить про те, що поняття конкурентоспроможності підприємства, критерії її оцінки не стандартизоване - частіше це поняття стосується товару, але отожнювання понять конкурентоспроможності товару і підприємства не є коректним;

по-третє, слід відзначити, що поняття „конкурентоспроможність” поширюється не тільки на продукцію, але й на підприємства, галузі, країни.

Аналізуючи наведені трактування конкурентоспроможності, можна визначити такі точки зору в підходах до формування останньої як категорії: існування власного мотиву до діяльності, очікування позитивних результатів; наявність конкурентних переваг; можливість і здатність протистояти суперникам. Однак, слід відзначити, що жодне з трактувань не акцентує уваги на раціональності використання ресурсів та не наголошує на можливості пошуку додаткових резервів задля підвищення рівня конкурентоспроможності в майбутньому. Для повного розуміння процесів конкуренції, формування глибокої уяви щодо формування конкурентоспроможності необхідно визначити основні чинники, які на неї впливають. Під чинниками слід розуміти внутрішні та зовнішні сили, інструменти, які обумовлюють об'єктивний та суб'єктивний вплив на формування конкурентного середовища. Чинники визначають і описують характеристики елементів, їх стан, що дозволяє найбільш об'єктивно і правильно формувати підхід до організаційного забезпечення управління конкурентоспроможністю підприємства. Слід зазначити, що визначені вище елементи повинні розглядатися в єдності та взаємозв'язку, а також можуть бути описані конкретними характеристиками. Саме це дозволить оцінити рівень і стан елемента.

Після аналізу чинників конкурентоспроможності підприємства різних авторів виявлено, що за економічним характером їх можна розділити на чинники мікро- і макросередовища (рис.1). При цьому слід зазначити, що не всі чинники мають прямий вплив на конкурентоспроможність підприємства і формують кінцевий результат, тому було визначено саме ті, що є пріоритетними.

За матеріалами проведеного в теоретичній частині дослідження можна запропонувати бачення існуючого на сьогодні механізму формування конкурентоспроможності підприємства. У новітній довідковій економічній літературі трактування терміна „механізм” двоєке: 1) послідовність станів, процесів, що визначають яку-небудь дію, явище; 2) система, устрій, які визначають порядок якого-небудь виду діяльності. Узагальнюючи наведені трактування, поняття механізм формування конкурентоспроможності підприємства можна визначити як „сукупність методів та засобів, завдяки яким здійснюється ув'язка та узгоджуються фактори і чинники зовнішнього середовища з внутрішніми потенційними можливостями та інтересами підприємства”.



Рис. 1. Чинники конкурентоспроможності підприємства

Слід також відзначити, що механізм формування конкурентоспроможності підприємства виступає складовою його системи управління. Формування механізму конкурентоспроможності, систематизація методів та показників визначення конкурентоспроможності підприємства дає можливість опанувати ринкову ситуацію та її зміни, визначити пріоритети конкурентів, провести аналіз можливостей розширення ринку збуту та виступає в практичній діяльності підприємства основою для розробки заходів щодо забезпечення його конкурентоспроможності. Найочевиднішою причиною, яка виступає перешкодою для успішного функціонування й досягнення конкурентоздатності, є „висока інерційність” існуючих моделей управління, що виявляється в ігноруванні змін зовнішнього оточення”. Крім того, існують такі негативні особливості системи управління підприємствами, як відсутність довгострокової стратегії; неузгодженість внутрішніх управлінських структур; невідповідність усіх підсистем, стилю і методів управління напрямкам діяльності.

Підвищення конкурентоспроможності національного виробництва сьогодні можливе за умов забезпечення однакових можливостей конкуренції з іноземними виробниками в першу чергу на внутрішньому ринку, що в подальшому має формувати достатній рівень конкурентоспроможності країни в цілому. Сучасні визначення національної конкурентоспроможності, прийняті рядом офіційних організацій (WEF, WB) або пропонувані окремими вченими, за суттю, відповідають загальному визначенню конкурентоспроможності як здатності компаній, галузей, регіонів забезпечувати порівнянню високий рівень доходів та заробітної плати, залишаючись при цьому відкритими для міжнародної конкуренції.

Більшість західних економістів визначають конкурентоспроможність країн, як можливість розробляти та виготовляти товари й послуги або вищої якості, або ж за цінами, значно нижчими порівняно з цінами конкурентів. У широкому аспекті конкурентоспроможність національної економіки сприймається як здатність країни забезпечувати збалансованість своїх зовнішніх пропорцій та уникати тих обмежень, що зумовлюються зовнішньоекономічною сферою, самовідтворювати поліпшення своїх світогосподарських зв'язків.

Дж. Сакс вважає, що конкурентоспроможність національної економіки визначається наявністю в країні здорового ринку, чинників виробництва та інших характеристик, які формують потенціал для досягнення стабільного економічного зростання. Здорова економіка має бути підкріплена зростанням ділової активності, керована законом та стабільними цінами. На необхідності забезпечення високого рівня конкурентоспроможності національної економіки як засобу підвищення добробуту суспільства наголошував М. Портер – один із провідних дослідників проблем конкурентоспроможності у світі. Він зазначав, що конкурентоспроможність не є самоціллю, яка забезпечує економічний розквіт країни. «Головна мета держави, – писав він, – забезпечити власним громадянам досить високий та зростаючий рівень життя. Спроможність держави зробити це залежить не від якогось аморфного терміна «конкурентоспроможність», а від того, наскільки продуктивно використовуються

національні ресурси – праця та капітал» [6, с.35].

Конкурентоспроможність національної економіки виявляє здатність економічної системи забезпечувати соціально-економічну оптимальність за будь-якого впливу внутрішніх та зовнішніх чинників. Слід підкреслити такі особливості конкурентоспроможності національної економіки:

конкурентоспроможність національної економіки є атрибутом господарської системи, що базується на світовому поділі праці та міжнародному товарному обміні;

конкурентоспроможність національної економіки розвивається у внутрішньому середовищі країни в результаті конкурентного змагання. Вона є результатом прогресу виробничих сил та науково-технічного прогресу;

відповідальність за стан конкурентоспроможності національної економіки несе держава, якій належить провідна роль у визначенні важелів економічної політики, дотриманні зобов'язань перед світовими організаціями та країнами-партнерами.

Враховуючи, що критерієм адаптації підприємства до ринкових умов господарювання є рівень конкурентоспроможності, можна відстежити взаємозв'язок між конкурентоспроможністю країни в цілому, підприємств, товарів, а вже потім визначити ті фактори, які впливають на кожен з них. Так, про конкурентоспроможність національної економіки свідчить наявність конкурентоспроможних галузей, яка, в свою чергу, реалізується тільки через виробничо-господарську діяльність підприємств, що в ній працюють. Тоді як, конкурентоспроможність продукції є лише окремою частиною в комплексі цілей підприємства поряд з його можливостями і ринковою активністю.

#### ВИСНОВКИ

Отже, конкурентоспроможність – багаторівнева економічна категорія, складовими рівнями якої є: технологія, товар, підприємство, регіон, галузь і країна. Усі ці рівні взаємозалежні, і оцінка їх стану в першу чергу визначається станом справ на першому рівні. Надана ієрархія передбачає наступне: наявність та поточний стан використання ресурсів кожного нижчого суб'єкта конкуренції формує конкурентоспроможність вищого суб'єкта та має властивість нарощувати його з кожним рівнем ієрархії.

Узагальнюючи викладене, конкурентоспроможність можна визначити як здатність деякого класу об'єктів продуктивно займати ринкову нішу і ефективно утримувати свої позиції. Враховуючи наведені трактування та на підставі узагальнення, запропоновано власне визначення таких категорій:

*Конкурентоспроможність підприємства* – здатність підприємства ефективно використовувати свій конкурентний потенціал, зберігаючи при цьому своє становище на конкурентному ринку або ж розширювати займаний сектор ринку, постійно вести пошук та раціонально реалізовувати виявлені резерви конкурентного потенціалу в умовах обмеженості ресурсів.

*Конкурентоспроможність галузі* – наявність достатньої кількості підприємств, що здатні виробляти товари і послуги відповідні попиту внутрішнього та зовнішнього ринків, та спроможність створювати умови для нарощування свого конкурентного потенціалу.

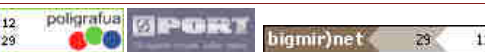
*Конкурентоспроможність країни* – характеристика, що визначає, обумовлене економічними, соціально-демографічними, політичними, екологічними факторами, стійке становище країни на внутрішньому ринку, спроможність долати бар'єри виходу на зовнішній ринок та здатність вести конкурентну боротьбу.

Ступінь посилення ринкових позицій на зовнішніх ринках окремого підприємства в більшості випадків переходить від рівня конкурентоспроможності підприємства до рівня конкурентоспроможності держави (регіону, галузі). Стійке положення підприємства на зовнішніх ринках, ступінь його привабливості загалом визначається рівнем конкурентоспроможності держави, який і має формувати лояльне відношення стратегічних партнерів. Слід також відзначити, що в економічній літературі існують дискусії щодо вибору базового рівня конкурентоспроможності, а разом із тим і параметрів оцінки на кожному з рівнів, вищих за базовий. Необхідно відмітити, що за таких умов параметри оцінки рівня конкурентоспроможності нижчого рівня повинні входити як базові змінні в параметри оцінки вищого рівня. При цьому можна стверджувати про прогресивність характеру та наявність синергічної складової від нарощування конкурентоспроможності з кожним послідовним рівнем ієрархії

#### Література

1. Закон України „Про захист економічної конкуренції” від 11.01.2001р. № 2210-III// Відомості Верховної Ради України. – 2001. – №12.
2. Єрохін С.А. Структурна трансформація національної економіки: теорет. - методол. аспект: Монографія / С.А. Єрохін. – К.: Світ Знань, 2002. – с. 525.
3. Забелін П.В., Моїсеєва Н.К. Основы стратегического управления: Учеб. пособ. - М.: Информационно-внедренческий центр „Маркетинг”, 1998. – 195 с.
4. Краткий экономический словарь / Под ред. А. Н. Азриляна. – 2-е изд., доп. и перераб. – М.: Институт новой экономики, 2002. – 1087 с.
5. Политическая экономия: Словарь /Под ред. М.И. Волкова и др. – М.: Политиздат, 1979. – 524 с.
6. Портер М. Международная конкуренция / Пер. с англ. В.Д. Щетинина.- М.: Международные отношения, 1993. – 49 с.
7. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. – М.: Соцэргиз, 1962. – 432 с.
8. Фатхудинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организации. – М.: Изд-во Эксмо, 2004. – 544 с.
9. Фатхудинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление. - М.: ИНФРА, 2000. – 312 с.
10. Шерер Ф., Росс Д. Структура отраслевых рынков. – М.: ИНФРА-М, 1997. – 316 с.

Стаття надійшла до редакції 18.10.2011 р.



ТОВ "ДКС Центр"