

**ТКАЧЕНКО К.В.**, аспірантка

Науковий керівник – **ВАРЧЕНКО О.М.**, д-р екон. наук  
*Білоцерківський національний аграрний університет*

## **КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ЕКОНОМІЧНА КАТЕГОРІЯ**

У статті узагальнено існуючі підходи до розуміння економічних категорій «конкуренція» і «конкурентоспроможність». Систематизовано чинники, що впливають на формування конкурентних відносин між суб'єктами господарювання та ідентифіковано економічні характеристики, які забезпечують конкурентоспроможність підприємства.

**Ключові слова:** конкуренція, конкурентоспроможність підприємства, конкурентні переваги, ринок.

**Постановка проблеми.** Необхідною умовою досягнення комерційного успіху підприємства на ринку є орієнтація на потреби споживача з метою більш ефективного їх задоволення, гнучке пристосування до кон'юнктури ринку. В умовах насиченості ринку товаровиробник повинен забезпечувати переваги над конкурентами через формування конкурентних переваг. Переваги над основними конкурентами досягаються за рахунок відмінностей певного підприємства від основних його конкурентів як за рівнем задоволення виробленими товарами конкретної потреби, так і за ефективністю виробничої діяльності.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Питання формування і реалізації довгострокових конкурентних переваг у ринкових умовах розглядалися у працях таких зарубіжних учених: Г.Л. Азоева, П. Дойль, А.О. Курно, Дж. Кейнс, Ж.-Ж. Ламбен, А.П. Лернер, М. Портер, Д. Рікардо, Дж. Робінсон, А. Томпсон, А.Дж. Стрікленд, Р.А. Фатхудінова, А.Ю. Юданова та ін. Фундаментальні теоретичні та методичні основи забезпечення конкурентоспроможності підприємств одержали подальший розвиток у дослідженнях багатьох відомих вітчизняних науковців, зокрема таких: В.Г. Андрійчук, О.М. Варченко, О.І. Дачій, Л.А. Євчук, С.М. Кваша, Д.Ф. Крисанов, В.Я. Месель-Веселяк, О.М. Шпичак та ін. Проте у нинішніх умовах існує потреба в обґрунтуванні єдиного підходу до розуміння конкуренції та конкурентоспроможності з урахуванням специфічних особливостей функціонування суб'єктів господарювання.

**Метою дослідження** є узагальнення підходів до розуміння економічних категорій «конкуренція» і «конкурентоспроможність» та обґрунтування особливостей їх прояву в сучасних умовах ринкового середовища.

**Методика досліджень.** Теоретико-методичною основою дослідження були праці зарубіжних та вітчизняних науковців. У процесі дослідження використовувались наукові методи узагальнення та порівняння.

**Результати досліджень та їх обговорення.** Засновники класичної політичної економії розглядали конкуренцію як обов'язковий атрибут, який А. Сміт ототожнював із «невидимою рукою» ринку, механізмом, що автоматично забезпечує ринкову рівновагу, ефективність, пропорційність і динамічність ринкової економіки [1]. Д. Рікардо відзначав, що конкуренція здійснює вплив на виробництво товарів [2]. На думку Дж. Мілля, конкуренція є «єдиним регулятором цін, заробітної плати, ренти..., законом, який встановлює правила цього регулювання» [3]. Отже, у працях економістів-класиків основна увага приділялася довершеній конкуренції.

Представники неокласичної школи, розвиваючи основні положення класичної теорії конкуренції, обґрунтували моделі недосконалої конкуренції. Так, А. Маршалл [4] більш широко розкриває механізм автоматичного встановлення рівноваги на ринку за допомогою конкуренції та дії законів граничної корисності і граничної продуктивності. Ф. Найт [5] відзначав, що конкуренція – це свобода індивідумів щодо вибору найкращих суб'єктів, які діють на ринку. І. Шумпетер, розглядаючи конкуренцію щодо економічного забезпечення економічного зростання, стверджував, що вона є суперництвом старих і нових товарів, технологіями, джерелами забезпечення потреб, типами організації [6]. За визначенням Ф. Котлера, конкуренція включає в себе всі діючі та потенційні пропозиції, що змагаються, і товари, здатні потрапити у поле зору покупця [7].

Вагомий внесок у розробку теоретичних моделей недосконалої конкуренції належить Ф. Еджуорту (математичний опис), А.П. Лернеру (монополярна влада та її оцінка), К. Вікселю (конкуренція і цінова дискримінація) та іншим дослідникам [8].

Отже, до середини ХХ ст. сформувалися думки щодо економічної сутності конкуренції, її

основних рушійних сил, характеристика яких об'єднана в чотири моделі: довершена (чиста) конкуренція, монополістична конкуренція, олігополія та чиста монополія.

Водночас, у 1990-ті роки сформувалися теоретичні концепції, що ґрунтувалися на принципово іншому підході щодо визначення конкуренції. Це було зумовлено тим, що конкуренція як економічне явище є проявом інтересів господарюючих суб'єктів у боротьбі за досягнення однієї і тієї ж мети. Нині більшість фахівців вважають функціонування суб'єктів господарювання на ринку в сучасних умовах гіперконкуренцією [9], де основними складовими їхнього комерційного успіху є кооперація і тісна співпраця. Найбільш відомими теоретико-методологічними розробками є теорія підприємницьких екосистем Дж. Ф. Мура [10], в якій вводиться поняття «коеволуція», що означає поєднання впливу на організацію зовнішнього середовища, конкуренції та еволюції середовища бізнесу, а також теорія «співконкуренції» А.М. Бранденбургера і Б.Дж. Нейлбаффа [10], яка наголошує на необхідності як конкуренції, так і співпраці залежно від ринкової ситуації.

Отже, конкуренція є невід'ємним ринковим атрибутом і обов'язковою умовою існування ринкової форми господарювання. У міру розвитку суспільства й появи нових шкіл економічної думки розуміння сутності ринкових відносин поглиблювалося, а разом з ним ускладнювалося розуміння конкуренції.

Сучасний етап дослідження конкуренції представлений працями Л.В. Балабанової, В.В. Холод, І.З. Должанського, В.А. Василенка, Т.І. Ткаченка й багатьма іншими науковцями, а також сформульовано наступні ознаки конкуренції:

а) є системоутворювальною складовою ринкових відносин, визначаючи сукупність властивих їм елементів (формування витрат виробництва, ціни, адаптивність до умов і вимог ринку);

б) є базою формування ринкових методів господарювання та основою економічного закону, що характеризує об'єктивність категорії між суб'єктами ринку, впливає на характер і форми відносин між ними;

в) створює певні умови, за яких проявляється ряд економічних законів. Відповідно до закону вартості покупець має право вибору необхідного йому товару за споживчою вартістю, а не за цінами конкретних продавців. Дія закону економії ресурсів означає те, що виробник, який забезпечує ефективне виробництво продукції високої якості порівняно з іншими суб'єктами, має більш вигідні умови для формування і посилення конкурентних переваг на ринку;

г) існує у різних формах.

Узагальнюючи всі періоди дослідження категорії, можна виділити три підходи до розуміння природи конкуренції.

Перший підхід характерний для класичної економічної теорії і визначає конкуренцію як невід'ємний елемент ринкового механізму, що дозволяє врівноважити попит і пропозицію. Конкуренція виступає як «невидима рука», що забезпечує взаємодію попиту і пропозиції, а також врівноважує ринкові ціни.

Другий підхід розглядає конкуренцію як критерій, за яким визначається тип галузевого ринку, і використовується у сучасній теорії морфології ринку. Залежно від рівня досконалості конкуренції виділяють різні типи ринків, для кожного з яких властивою є певна поведінка економічних суб'єктів ринку. Під конкуренцією у цьому випадку розуміють залежність загальних ринкових умов від поведінки окремих учасників ринку.

Третій підхід ґрунтується на розумінні конкуренції як суперництва економічних суб'єктів за досягнення кращих результатів на ринку.

Кожний із перерахованих підходів має наукову цінність у цьому дослідженні, однак визначальним є третій підхід, який розглядає конкуренцію як суперництво.

Таким чином, із позиції системності ринкова конкуренція може бути описана наступним чином. Існуюча економічна система включає ряд конкуруючих суб'єктів та середовище їх оточення, які формують вимоги до результатів функціонування суб'єктів. Будь-який суб'єкт конкуренції функціонує у ринковому просторі як самостійна соціально-економічна система, що переслідує певні цілі свого розвитку і виступає як структурний компонент у складі більш складно організованих систем.

Будучи цілісною соціально-економічною системою, конкурентне співтовариство є неоднорідною сукупністю суб'єктів, якій притаманна складна організаційна структура. Виступаючи однією з основних характеристик стану і розвитку конкуренції на ринку, конкурентна структура характеризується якісними та кількісними показниками, до яких, у першу чергу, належать кількість і розподіл господарюючих суб'єктів.

Зазначимо, що існуюча нерівність суб'єктів за своїми конкурентними характеристиками, у т.ч. і розмірами частки ринку, яку вони займають, стала передумовою появи ідеї виділення стратегічних конкурентних груп як сукупності конкуруючих товаровиробників, що посідають

подібні позиції та реалізують схожі за змістом стратегії. Отже, функціонуючи у конкурентному середовищі, суб'єкт постає перед необхідністю не лише будувати відносини з окремими конкурентами, але враховувати інтереси цілих конкурентних груп.

Боротьба суб'єктів як форма суперництва представляє собою один із проявів загального закону розвитку, який формується у діалектиці закону єдності і боротьби протилежностей.

Узагальнюючи зазначене вище, можна запропонувати таке трактування, згідно з яким під конкуренцією слід розуміти тип відносин суб'єктів ринку, які переслідують цілі свого розвитку, що склалися під впливом чинників внутрішнього середовища.

Здатність господарюючих суб'єктів вести конкурентне суперництво з іншими виробниками у межах певного ринкового простору, формує основу категорії «конкурентоспроможність». В економічній науці існують різноманітні підходи до визначення цієї категорії [11, 12].

Ідентифікація конкурентоспроможності як характеристики суб'єкта конкуренції дозволяє стверджувати про наявність подібної ієрархічної організації рівнів, тісно пов'язаних між собою. Вважаємо, що базовим рівнем є конкурентоспроможність підприємства, яка включає до свого складу конкурентоспроможність продукції. Отже, конкурентоспроможні товаровиробники не лише виробляють продукцію, яка за своїми споживчими параметрами перевершує конкуруючі товарні зразки, але й протистоять конкурентам із позиції характеристик внутрішнього і зовнішнього середовища.

Конкурентоспроможність продукції у цьому випадку відображає тактичну можливість суб'єкта змагатися протягом конкретного проміжку часу. Водночас, конкурентоспроможність виробника характеризує його пристосованість до зовнішніх змін у стратегічній перспективі.

Відзначимо, під конкурентоспроможністю суб'єкта розуміють комплекс взаємозв'язаних економічних характеристик (чинників), впливаючи на які можна досягти конкурентних переваг на певному ринку. До них відносять як характеристики товару, так і чинники, що формують економічні умови виробництва й збуту товарів. Проте попри всю обґрунтованість підходу, економічна суть конкурентоспроможності ще розкрита не повністю, оскільки у визначенні не відображається основа її виникнення – відносини між виробниками.

У свою чергу, інші дослідники визначають конкурентоспроможність суб'єкта як здатність максимально ефективно використовувати наявний потенціал у протистоянні тиску ринкових сил з метою завоювання вигідної ринкової позиції. Водночас, не існує однозначного, загальноприйнятого визначення потенціалу суб'єкта. Використання різних варіантів інтерпретації (невикористані можливості, наявні ресурси або ж сукупність усіх наявних і невикористаних можливостей) зумовлює труднощі щодо практичного використання підходу, що вимагає уточнення цієї категорії. Необхідно враховувати і той факт, що суб'єкт функціонує у диференційованому середовищі як складна соціально-економічна система, що складається з великої кількості внутрішніх елементів, об'єднаних однією спільною метою. Елементи цієї системи у вигляді виробничих підрозділів і організаційних структур побудовані і взаємодіють між собою таким чином, що дозволяє їм якнайкраще вирішувати поставлені перед ними конкретні завдання та забезпечувати підвищення конкурентоспроможності. Суб'єкт як єдина система може бути конкурентоспроможною лише у випадку, коли конкурентоспроможними є усі його компоненти, які його формують.

Так, М. Портером був запропонований підхід до визначення поняття «конкурентоспроможність», в основі якого лежить здатність організації вести конкурентну боротьбу на основі конкурентних переваг [13]. Конкурентоспроможним є підприємство, якому притаманні будь-які переваги над конкурентами. Таке розуміння цієї категорії допустимо, але не є вичерпним, оскільки не відображає вплив зовнішніх чинників на положення суб'єкта на ринку і вимагає уточнення поняття конкурентних переваг та їх класифікації.

Узагальнюючи думки науковців, можна зробити висновок, що безліч існуючих підходів до визначення поняття конкурентоспроможності в економічній літературі визначаються:

- особливостями постановки завдань, цілей і масштабів дослідження, що призводить до акцентування на тому або іншому аспекті конкурентоспроможності;
- особливостями вибору предмету дослідження, суб'єкта конкуренції, масштабу діяльності.

Аналіз підходів різних науковців до визначення понятійного апарату конкурентоспроможності дозволив зробити такі висновки: конкурентоспроможність є властивістю усіх суб'єктів конкурентних відносин, які визначаються об'єктивними процесами, що відбуваються в економічних системах; конкурентоспроможність може бути представлена у вигляді ієрархічної моделі рівнів; суб'єкт є опосередкованим носієм властивостей конкурентоспроможності через

власні товари (послуги); динамічність категорії, обумовлена зовнішніми чинниками, значна частина яких може розглядатися як керовані параметри; неоднозначність категорії полягає у тому, що конкуренто-спроможність найчастіше сприймається через оцінку поточного рівня без урахування потенційної її величини; відносність у часі й ринковому просторі, яка проявляється у тому, що конкуренто-спроможність суб'єкта може значно варіюватися залежно від вибраного ринку й моменту часу; конкурентоспроможність складається з ряду конкурентних переваг, які визначаються комплексом взаємопов'язаних чинників як внутрішнього, так і зовнішнього середовища суб'єкта; багатоваріантність категорії, яка призводить до того, що під конкурентоспроможністю часто розуміють лише окремі характеристики досліджуваних суб'єктів.

**Висновки.** Наявність безлічі підходів до дефініції категорії конкурентоспроможності і відсутність єдиного підходу свідчать про важливість проблеми і необхідність проведення подальших досліджень. Під конкурентоспроможністю підприємства як базового суб'єкта конкуренції ми розуміємо багатофакторну характеристику, яка відображає здатність суб'єкта вести суперництво із конкурентами у межах обмеженого ринкового простору за рахунок забезпечення конкурентних переваг внутрішніх складових діяльності та продукції, послуг, що ними виробляються, які відповідають вимогам певного ринку і споживчим оцінкам у певний проміжок часу.

## СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов / А. Смит. – М.: Эксмо, 2007. – 960 с.
2. Рикардо Д. Начало политической экономии и налогового обложения. Т. 2 / Д. Рикардо // Антология экономической классики. – М.: Эконом, 1993.
3. Миль Дж. С. Основы политической экономии с некоторыми их приложениями к социальной философии: в 3-х томах / Дж. С. Миль; пер. с англ. – М.: Прогресс, 1983. – Т. 1. – 253 с.
4. Маршалл А. Принципы экономической науки / А. Маршалл. – М., 1993.
5. Найт Ф. Риск, неопределенность и прибыль / Ф. Найт; пер. с англ. М.Я. Каждана; Центр эволюц. экономики. – М.: Дело, 2003. – 359 с.
6. Шумпетер Й. А. Теория экономического развития / Й. А. Шумпетер. – М.: Прогресс, 1982. – 45 с.
7. Котлер Ф. Основы маркетинга: пер. с англ. / Ф. Котлер. – М.: Бизнес-книга, ИМА-Кросс. Плюс, 1995. – 670 с.
8. Должанський І. З. Конкурентоспроможність підприємства: навч. посіб. / І. З. Должанський, Т. О. Загорна. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 384 с.
9. Економічний словник-довідник / за ред. С. В. Мочерного. – К.: Феміна, 1995. – 368 с.
10. Moore J. F. The Death of Competition / J. F. Moore. – N. Y. : Harper Business, 2006.
11. Реверчук С. К. Історія економічних вчень: навч. посібник / С. К. Реверчук, І. Полулях. – Львів: Тріада плюс, 2007. – 352 с.
12. Сурин А. И. История экономических учений: учеб.-метод. пособие / А. И. Сурин. – М.: Финансы и статистика, 2006. – 200 с.
13. Портер М. Конкуренция / М. Портер. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2000. – 495 с.

### **Конкурентоспособность предприятия как экономическая категория**

**К.В. Ткаченко**

В статье обобщены существующие подходы к пониманию экономических категорий «конкуренция» и «конкурентоспособность». Систематизированы факторы, которые влияют на формирование конкурентных взаимоотношений между субъектами ведения хозяйства, а также идентифицированы экономические характеристики, обеспечивающие конкурентоспособность предприятия.

**Ключевые слова:** конкуренция, конкурентоспособность предприятия, конкурентные преимущества, рынок.

### **The enterprise competitiveness as an economic category**

**K. Tkachenko**

The article tackles upon two approaches to the economic categories “competition” and “competitiveness”. The facts that influence the formation of the competitive relations between the subjects of the management are systemized and the economic characteristics which provide the competitiveness of the enterprise are identified.

**Key words:** competition, the competitiveness of the enterprise, competitive advantages, market