

DOI: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2019-7-71-28>

УДК 330.113.2

Іванченкова Л.В., Стасюкова К.В.  
Одеська національна академія харчових технологій**КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ЯК СУЧАСНА ЕКОНОМІЧНА КАТЕГОРІЯ**

**Анотація.** Конкуренція – це найважливіша ланка всієї системи ринкового господарства. Стимулом, що спонукає людину до неї, є прагнення перевершити інших. Предметом конкурентного суперництва на ринках є частки ринку, контрольовані тими чи іншими товаровиробниками. Конкуренція – це боротьба між приватними товаровиробниками за вигідніші умови виробництва і збуту товарів. Сьогодні ситуація є зовсім іншою і конкуренцію розглядають, як принцип ринкової економіки; як ідеал ринкової структури. У свою чергу категорія конкурентоспроможності товару, фірм і галузей відрізняється від категорії конкурентоспроможності територій принциповою відмінністю природи економічних інтересів зазначених об'єктів. У сферу економічних інтересів територій входять інтереси населяють ці території людей, в той час як економічні інтереси госпо-дарюючих суб'єктів цілком визначаються інтересами максимізації прибутку або її капіталізації в тому чи іншому вигляді.

**Ключові слова:** конкуренція, конкурентоспроможність, фактори впливу, економічні змагання, категорія.

Ivanchenkova Larisa, Stasiukova Kateryna  
Odessa National Academy of Food Technologies**COMPETITIVENESS AS A MODERN ECONOMIC CATEGORY**

**Summary.** As an economic category, competition is a struggle between commodity producers for the most favorable conditions of production and sale of goods and services, for the appropriation of the largest profits. Competition is the most important part of the whole system of market economy. The incentive that induces a person to her is the desire to surpass others. The subject of competitive rivalry in the markets is market shares controlled by those or other commodity producers. Competitive struggle is a dynamic process. It helps to better supply the market with goods. Competition is a struggle between private commodity producers for more favorable conditions of production and marketing of goods. Today, the situation is quite different and competition is seen as the principle of a market economy; as an ideal of a market structure. The theory of competition has a special place in microeconomic analysis. In turn, the category of competitiveness of goods, firms and industries differs from the category of competitiveness of the territories in principle the difference nature of the economic interests of these objects. In the sphere of economic interests of territories includes interests inhabiting these areas of people, while the economic interests of economic entities are entirely determined by the interests of maximizing profits or its capitalization in one form or another. The competitiveness of a country or a region depends on the ability to create an efficient, innovative system of goods and services, and thereby ensure a high standard of living. Until now, such conditions have not been created. In researches of scientists the various aspects of maintenance of competitiveness of the enterprises were analyzed. However, in modern economic literature, there is no single approach to the formation of a system for improving the competitiveness of enterprises, and also there are no theoretical developments that take into account the peculiarities of achieving competitiveness by enterprises of different industries. These circumstances necessitate the development and implementation of fundamentally different approaches to measuring the level of competitiveness of these objects and subjects and the selection of methodical tools that are adequate to these goals.

**Keywords:** competition, competitiveness, factors of influence, economic competition, category.

**Постановка проблеми.** Незважаючи на концентрацію зусиль багатьох економічних шкіл, конкурентоспроможність є складним, багатоплановим і недостатньо вивченим теорією економічної конкуренції явищем. Від його правильного розуміння в кінцевому підсумку залежить ефективність управління параметрами стійкості різних економічних систем. В основі знань цього явища лежить суворе, науково об'рунтоване визначення даного поняття.

Одне з найбільш загальних визначень конкурентоспроможності можна знайти в багатьох роботах видатних вчених. Автори цих підходів до визначення конкурентоспроможності як володіння принциповими властивостями, що створюють переваги для суб'єкта економічного змагання. Причому ці властивості можуть ставитися до різних об'єктів: видам продукції, підприємствам, групам підприємств (зокрема, галузевим та міжгалузевим комплексам), окремим країнам (їх економікам) і групам країн,

які виступають у вигляді суб'єктів конкурентної боротьби.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Над проблемою конкурентоспроможності працювали та працюють такі вчені як: Г.Л. Азоев, І. Ансофф, Ф. Котлер, Г. Минцберг, М. Портер, Ф. Тейлор, А. Сміт, А. Файоль, Р.А. Фатхутдінов, Р. Уотермен, Е. Чемберлен, Й. Шумпетер, О.Ю. Юданов, а також вітчизняні вчені: В.А. Білошапко, В.Л. Дікань, І.З. Должанський, Г.В. Загорій, Ю.Б. Іванов, С.М. Кваша, Л.С.Кобиляцький, Н.Н. Лепа, Л.В. Романова, Г.М. Скудар, О.Б. Чернега. Окремим питанням підвищення конкурентоспроможності підприємств харчової переробної галузі України присвятили свої праці О.Д. Гудзинський, Л.В. Дейнека, Т.Л. Мостенська, П.В. Осіпов, В.А. Павлова, М.П. Сичевський та інші.

У дослідженнях вчених аналізувалися різні аспекти забезпечення конкурентоздатності підприємств. Проте в сучасній економічній літе-

ратурі не існує єдиного підходу до формування категорії конкурентоспроможності підприємств, а також відсутні теоретичні розробки, які б враховували особливості досягнення конкурентоздатності підприємствами різних галузей.

**Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми** дає можливість прийти до висновку, що не дослідженими залишаються проблеми конкурентоспроможності як сучасної економічної категорії.

**Мета статті.** Основна мета дослідження полягає в визначенні категорії конкурентоспроможності в сучасних умовах.

**Виклад основного матеріалу.** Слово «concurrentia» в перекладі з латинської мови означає «змагання, суперництво». Як економічна категорія конкуренція – це боротьба між товаровиробниками за найвигідніші умови виробництва і збуту товарів і послуг, за привласнення найбільших прибутків. Конкуренція виконує роль регулятора темпів і обсягів виробництва, спонукаючи виробника запроваджувати науково-технічні досягнення, підвищувати продуктивність праці, вдосконалювати технологію, організацію праці тощо.

Вчені-економісти розрізняють конкурентоспроможність та конкурентоздатність підприємств у середовищі господарювання. Обидва поняття характеризують ефективність функціонування економічних суб'єктів, але якщо розглядати їх з точки зору лінгвістики, то можна виявити суттєві відмінності. В спільну основу цих слів покладена похідна від слова «конкуренція», що означає «змагання, суперництво, боротьба».

Одне з найбільш загальних визначень конкурентоспроможності можна знайти в роботах багатьох вчених. Автори цих підходів визначають конкурентоспроможність як володіння принциповими властивостями, що створюють переваги для суб'єкта економічного змагання. Причому ці властивості можуть ставитися до різних об'єктів: видам продукції, підприємствам, групам підприємств (зокрема, галузевим та міжгалузевим комплексам), окремим країнам (їх економікам) і групам країн, які виступають у вигляді суб'єктів конкурентної боротьби.

У той же час з пояснення до визначення конкурентоспроможності виходить, що суб'єктами конкуренції можуть виступати товари, підприємства та їх об'єднання, галузі, країни і об'єднання країн, тобто об'єкти і суб'єкти економіки, властивості яких створюють переваги суб'єктів економічного змагання. Тут явно проглядається логічне протиріччя, яке, як буде показано нижче, є предметом активних дискусій в теорії конкуренції.

Важливою особливістю даного визначення є також те, що поняттю конкурентоспроможності справедливо приписується потенційний характер. Іншими словами, суб'єкт економіки є конкурентоспроможним, якщо цей суб'єкт має певні властивості незалежно від того, бере участь даний суб'єкт в економічному змаганні чи ні. Ця обставина враховується далеко не всіма дослідниками, що працюють в галузі економічної теорії конкуренції, однак воно надзвичайно важливо для вибору вимірників чинників конкурентоспроможності і методів кількісної оцінки рівня конкурентоспроможності.

Більшість відомих в літературі визначень конкурентоспроможності мають набагато менший рівень узагальненості і формуються, як правило, стосовно до конкретних конкуруючих об'єктів: товару, фірми, галузі, і країни в цілому.

На нашу думку, у визначеннях такого виду з достатньою логікою відзначається, що конкурентоспроможність – це не іманентна властивість товару як такого, а властивість товару, що проявляється в групі подібних товарів, в їх зіставленні між собою. Головним стає наявність певних якісних відмінних рис. Однак в таких визначеннях ще недостатньо чітко відбивається роль споживача і його потреби. Саме останні повинні визначати якісні і специфічні риси товару, який стає носієм корисності. Тому будь-які розглянуті товари мають відмінні характеристики, які дозволяють зіставляти товари-аналоги з метою вибору пріоритетного.

В цьому відношенні проміжне положення займають визначення конкурентоспроможності товару, в яких властивості продукту безпосередньо пов'язуються з характеристиками задоволення потреби. Так, наприклад, М.І. Перцовський та П.К. Канінський відзначають, що конкурентоспроможність товару – це сукупність споживчих властивостей даного товару або продукції, що характеризують їх відміну від товару-конкурента за ступенем відповідності конкретним суспільним потребам, з урахуванням витрат на їх задоволення, цін та інших особливостей.

На думку Ф. Зав'ялова, Б. Райзберга, Л. Лозовського та А. Поршнева, для цих визначень все ще характерна помилкова прив'язка конкурентоспроможності товару до комплексу певних властивостей товару, проте вже з самого сенсу визначення впливає, що мова йде все ж про зіставлення зазначених властивостей товарів-аналогів між собою по відношенню до конкретної потреби. Однак слід погодитися з певною результативністю використання принципу порівняльності і вибору відмінних властивостей.

Також ж проміжне положення, але в іншому відношенні, на наш погляд, займають визначення, відповідно до яких конкурентоспроможність товару – це сукупність якісних і вартісних характеристик, які забезпечують його відповідність вимогам ринку. У подібних визначеннях в явному вигляді не вказується на порівняльний характер конкурентоспроможності товару, тобто як порівняльній характеристики товарів-аналогів, проте широкий зміст вкладається в термін «вимоги ринку», який включає в тому числі і можливість збуту даного товару в умовах пропозиції на ринку конкуруючих товарів. Слід погодитися з тим становищем, що саме якісні та вартісні характеристики важливі для позиціонування фірми на ринку.

Наступним кроком у розвитку поняття конкурентоспроможності можна вважати визначення, в яких прямо вказується на те, що конкурентоспроможність товару є порівняльну характеристику властивостей товарів-конкурентів по відношенню до властивостей задовольняється ними потреби. Відповідно до таких визначень більш високим рівнем конкурентоспроможності мають товари, у яких вище рівень відповідності їх властивостей вимогам споживача.

вача (властивостям його потреби), ніж рівень такої відповідності інших аналогічних товарів. Відмінною особливістю значної кількості визначень, які за своїм змістом відносяться до розряду економічних, є облік в них характеристик процесу споживання, використання, експлуатації продукції і, зокрема, витрат, пов'язаних з цим процесом.

Проте в якості однієї з однорідних груп слід розглядати роботи, в яких конкурентоспроможність продукції асоціюється з властивостями, які не є власне властивостями товару, або з властивостями, які не враховуються споживачем при здійсненні свого вибору. Це такі параметри, як темпи відновлення продукції і тривалість життєвого циклу виробу, обсяги його виробництва; динамічність реалізації, завантаження потужностей, обсяги і напрямки інвестицій, обсяги реалізації продукції і рівень рентабельності її виробництва.

Підсумовуючи аналіз найбільш уживаних класів визначень поняття конкурентоспроможності продукції, необхідно відзначити, що всі вони співвідносяться один з одним за принципом ієрархії: наступні (в порядку викладу) формулювання включають в себе як окремий випадок попередні. В цьому плані принципово інший є позиція ряду авторів, які ставлять під сумнів коректність як самого терміну «конкурентоспроможність продукції», так і його найбільш поширеного тлумачення.

У Великому економічному словнику конкурентоспроможність розглядається як «...здатність фірми випускати конкурентоспроможну продукцію, перевага фірми над іншими фірмами цієї галузі в державі та за її межами. Конкурентоспроможність фірми може бути оцінена тільки в рамках групи фірм, які належать до однієї галузі, або фірм, які випускають аналогічні товари (послуги)».

Всі існуючі визначення, що відображають сутність або роль конкурентоспроможності можна згрупувати за однорідними ознаками. Серед наведених вище визначень виділяється кілька однорідних груп визначень. Велика частина таких точок зору зосереджує увагу на конкурентоспроможності фірми. Це, перш за все, якась специфічна властивість суб'єкта економіки, несвідома до інших властивостей даного суб'єкта і характеризує його потенційні можливості в здійсненні свого процесу функціонування, тобто цілком певні здібності підприємства.

Найбільш повно ці здібності відображає формулювання, що відображають кінцеву націленість функціональної діяльності підприємства, хоча надмірна конкретизація напрямів використання прибутку зайва, тому що неминуче є неповною. Невиправданим є і умова авторів підходу, націленого на здійснення діяльності нарівні з конкурентами. Як зрозуміти цю умову в разі, коли на одному і тому ж ринку співіснують фірми, що демонструють різні показники своєї діяльності? Це питання не може мати задовільну відповідь. У той же час всі ці формулювання досить точно передають загальний зміст економічного змісту поняття конкурентоспроможності.

Гринько Т.В., Дементьева А., Фатхутдінов Р. роблять в певному сенсі крок назад, пов'язуючи здатності підприємства з конкурентними пере-

вагами, а не з кінцевими результатами конкурентної боротьби. Проте загальний тон цих визначень можна вважати вірним.

Поняття, в основі яких лежить загальна думка, визначити таку власти-вість, як конкурентоспроможність, через інше поняття теорії конкуренції – переваги. При цьому мається на увазі фактично досягнуту перевагу по відношенню до конкурентів. Очевидно, в таких визначеннях відбувається підміна понять і відмова від потенційної природи конкурентоспроможності як властивості суб'єктів економіки.

У ряді робіт таких вчених як М. Портер, Ф. Котлер, Л. Шевченко, А.Ю. Юданов, І. Ансофф та ін. увага акцентується на тому, що при визначенні конкурентоспроможності систем відсутні розмежування переваг суб'єктів різних ієрархічних рівнів.

Подібні приклади досить обмежувальних формулювань можна знайти також в ряді інших робіт. Самі автори конкурентоспроможність країни визначають як здатність до самостійного політичного розвитку і успішному економічному змагання з іншими країнами. Однак відзначимо принципові особливості цього неоднозначного визначення. По-перше, конкурентоспроможність справедливо розглядається як здатність країни в формі її потенційна характеристика. По-друге, це не виправданий, на наш погляд, вихід за рамки предмета економічних наук, що вилився до залучення в якості опорного в описі економічного явища (міждержавної конкуренції) політичного аспекту. По-третє, це багатозначність терміну «успішний економічний розвиток», в який можна вкласти найрізноманітніший зміст. Такий підхід робить розглянуту формулювання надмірно загальною і розмитую.

У цьому сенсі декілька по-іншому вже трактується категорія конкурентоспроможності країн фахівцями Міжнародного інституту управління та розвитку (Швейцарія), відповідно до якої «конкурентоспроможність країни – це здатність створювати щороку більше багатства, ніж його конкуренти на міжнародних ринках».

Зате у визначенні норвезького економіста Я. Фагерберг цей аспект розглядається як визначальний. На його думку міжнародна конкурентоспроможність країни відображає її здатність забезпечити в сьогоденні і майбутньому високий рівень життя свого населення в порівнянні з іншими країнами. У такому визначенні, проте, упущено таке принципове умова, як конкуренція. Так як конкурентоспроможність будь-якого об'єкта або суб'єкта економіки характеризує властивість цього об'єкта або суб'єкта, що виявляється тільки в умовах конкурентного суперництва.

Подібні визначення відповідають найпоширенішому підходу до тлумачення поняття конкурентоспроможності країн, якого дотримується і Світовий економічний форум, і який, починаючи з 1979 року, щорічно випускає популярні в світі доповіді під назвою "The Global Competitiveness Report". У цих доповідях щорічно дається порівняльна характеристика конкурентоспроможності провідних країн світу. В основі визначення конкурентоспроможності країн лежить рейтингова система побудови інтегрального показника конкурентоспроможності на основі аналізу

близько 400 показників, згрупованих у вісім агрегатних факторів: внутрішній економічний потенціал, зовнішньоекономічні зв'язки, державне регулювання, кредитно-фінансова система, інфраструктура, система управління, науково-технічний потенціал, трудові ресурси.

Таким чином, проведений аналіз дозволяє виявити наявність істотно відмінних один від одного акцентів при розгляді конкурентоспроможності країн. Причому спектр існуючих думок досить широкий. Це, зокрема, позиція, що ігнорує самостійне значення даного поняття. Це позиція, яка ототожнює поняття конкурентоспроможності для суб'єктів економіки всіх ієрархічних рівнів, від фірми до економічної системи групи країн. Це визначення, що ставлять на перше місце виробничо-комерційні досягнення країн на світовому ринку, ці досягнення з урахуванням підвищення добробуту населення. І, нарешті, визначення, в який основний акцент робиться на ступінь задоволення потреб громадян.

Характерною особливістю альтернативних підходів до проблеми конкурентоспроможності та сучасного стану її розробки є практично повна відсутність спроб формулювання визначення конкурентоспроможності галузі, за винятком тих з них, «універсальних», в яких не враховуються відмінності суб'єктів конкуренції.

З урахуванням сказаного, зазначене вище положення в економічній теорії конкуренції можна пояснити або превалюванням спрощених поглядів на проблему визначення поняття конкурентоспроможності галузі, або високим рівнем складності даної проблеми, яка обумовлює відсутність відчутних конструктивних наукових результатів.

Розглянуті підходи до виявлення суті та відображення її в понятті конкурентоспроможності вказують на ряд важливих якостей конкурентоспроможності як категорії економічної теорії конкуренції. Практично загально визнана така властивість даної категорії як відносність, тобто порівняльний характер. «Конкурентоспроможність – це властивість відповідного об'єкта, яке проявляється тільки в порівнянні даного об'єкта з іншими аналогічними об'єктами, що знаходяться в конкурентних відносинах з даним об'єктом».

У загальному вигляді «Конкурентоспроможність – це потенційна характеристика економічного об'єкта, що відображає можливості даного об'єкта в досягненні своїх іманентних цілей в конкурентному середовищі».

Зазначені особливості конкурентоспроможності як економічної категорії є визначальними при виборі показників, що характеризують фактори економічної і функціональної стійкості підприємства, і на основі яких визначається рівень найважливіших переваг позиціонування на ринку, а також вибору показників, що відображають цей рівень. Ці особливості зумовлюють і ефективність використовуваних методів оцінки рівня конкурентоспроможності різних об'єктів.

Аналіз змісту великої кількості літератури, присвяченій розробці та застосування визначення категорії конкурентоспроможності різних економічних об'єктів, свідчить про те, що багато дослідників ігнорують зазначені особливості категорії конкурентоспроможності, в результаті чого істотно знижується точність і рівень обґрунтованості одержуваних оцінок і висновків, зроблених на їх основі.

**Висновки і пропозиції.** В цілому, резюмуючи вищевикладене, необхідно зробити висновок, що всю сукупність об'єктів і суб'єктів конкуренції необхідно поділяти як мінімум на три групи: продукція (товари), суб'єкти господарювання (фірми, галузі) окремих країн, економічні системи територій (міста, регіони, країни, групи країн).

Конкурентоспроможність продукції як об'єкта конкуренції відрізняє від конкурентоспроможності суб'єктів економіки статичний характер прояви. Це властивість проявляється в статистиці, в процесі зіставлення конкуруючих товарів в кожен момент часу. Конкурентоспроможність же суб'єктів економіки проявляється в характеристиках їх діяльності, тобто в процесі порівняння результатів функціонування подібних суб'єктів на відносно тривалому проміжку часу.

У свою чергу категорія конкурентоспроможності товару, фірм і галузей відрізняється від категорії конкурентоспроможності територій принциповою відмінністю природи економічних інтересів зазначених об'єктів. У сферу економічних інтересів територій входять інтереси населяють ці території людей, в той час як економічні інтереси господарюючих суб'єктів цілком визначаються інтересами максимізації прибутку або її капіталізації в тому чи іншому вигляді.

Ці обставини обумовлюють необхідність розробки і реалізації принципово різних підходів до вимірювання рівня конкурентоспроможності цих об'єктів і суб'єктів і підбору адекватного цим цілям методичного інструментарію.

## Список літератури:

1. Білецька І.І. Конкурентоспроможність у її сучасному трактуванні. *Актуальні проблеми економіки*. 2004. № 10 (40). С. 80–87.
2. Богацька Н.М. Конкурентоздатність підприємства: суть та значення. URL: [http://www.rusnauka.com/27\\_NNM\\_2011/Economics/](http://www.rusnauka.com/27_NNM_2011/Economics/)
3. Буркинський Б.В. Конкурентоспособность продукции и предприятия. Одесса. ИПРЭИ НАН Украины. 2002. 132 с.
4. Варналій З.С. Конкурентоспроможність національної економіки. Київ : Знання України, 2013. 387 с.
5. Загородній А.Г., Чубай В.М. Оцінювання конкурентоспроможності інноваційної продукції в процесі вибору інноваційної стратегії підприємства. *Фінанси України*. 2007. № 1. С. 99–110.
6. Злидень І.М. Методичні підходи до оцінки конкурентоспроможності підприємства. *Економіка: проблеми теорії і практики* : Зб. наук. праць. Дніпропетровськ : ДНУ, 2014. Вип. 213. Том I. С. 75–81.
7. Иванченкова Л.В. Категория конкурентоспособности как объект исследования в современной теории конкуренции. *Наукові праці ОНАХТ*. Одеса, 2009. № 29. Т. 2. С. 303–308.
8. Портер М. Конкурентна стратегія: Методика аналізу отраслей і конкурентів / пер. с англ. И. Минервина; 2-е изд. Москва : Альпина Бизнес Букс, 2006. 452 с.
9. Портер М.Е. Стратегія конкуренції / Пер. з англ. А. Олійник, Р. Сільський. Київ : Основи, 1997. 390 с.

**References:**

1. Biletska I.I. (2004). Konkurentospromozhnist u yii suchasnomu traktuvanni [Competitiveness in its modern interpretation]. *Aktualni problemy ekonomiky*, 10, 80–87.
2. Bohatska N.M. (2011). Konkurentozdatnist pidpriemstva: sut ta znachennia [Competitiveness of the enterprise: essence and meaning] (electronic journal). Available at: [http://www.rusnauka.com/27\\_NNM\\_2011/Economics](http://www.rusnauka.com/27_NNM_2011/Economics)
3. Burkynskyi B.V. (2002). Konkurentosposobnost produktsyy y predpriatya [Competitiveness of production and enterprise]. Odessa. YPREYY NAN Ukrainy.
4. Varnalij Z.S. (2013). Competitiveness of the national economy [Competitiveness of the national economy]. Kyiv : Knowledge of Ukraine.
5. Zahorodnii A.H., Chubai V.M. (2007). Otsiniuvannia konkurentospromozhnosti innovatsiinoi produktsii v protsesi vyboru innovatsiinoi stratehii pidpriemstva [Estimation of competitiveness of innovative products in the process of selection of innovative strategy of the enterprise]. *Finansy Ukrainy*, 1, 99–110.
6. Zlyden I.M. (2014). Metodichni pidkhody do otsinky konkurentospromo-zhnosti pidpriemstva [Methodological approaches to assessing the competitiveness of the enterprise]. *Ekonomika: problemy teorii i praktyky: Zb. nauk. prats. Dnipropetrovsk: DNU*, vol. 1, no. 213, pp. 75–81.
7. Ivanchenkova L.V. (2009). Katehoryia konkurentosposobnosti kak ob'ekt yssledovanyi v sovremennoi teoryi konkurentsyy [Category of competitiveness as an object of research in the modern theory of competition]. *Naukovi pratsi ONAKhT*. Odesa, no. 29, vol. 2, pp. 303–308.
8. Porter M. (2006). Konkurentnaia stratehiia: Metodyka analiza otraslei y konkurentov [Competitive strategy: Methods of analysis of industries and competitors]. Moskva: Alpyna Byznes Buks.
9. Porter M.E. (1997). Stratehiia konkurentsii [Competition Strategy]. Kyiv: Osnovy.