

DOI: 10.15276/ETR.04.2023.9
DOI: 10.5281/zenodo.8433029
UDC: 330.1
JEL: F10, F20

ХАРАКТЕРИСТИКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТА ВИЗНАЧЕННЯ ЇЇ СУТНОСТІ

CHARACTERISTICS OF COMPETITIVENESS AND DETERMINATION OF ITS ESSENCE

Andrii V. Voloshyn

Kyiv-Mohyla Academy National University, Kyiv, Ukraine

ORCID: 0000-0002-0632-380X

Email: voloshinandrey@ukr.net

Received 10.07.2023

З а умов ринкової конкуренції успішність діяльності підприємства істотно залежить від його фінансово-економічного стану, прибутковості та конкурентоспроможності. Здатність ефективно конкурувати з іншими гравцями на ринку стає необхідною умовою для збереження й зростання бізнесу, стимулювання економічного розвитку та досягнення стабільності.

Постановка проблеми

В науковому просторі щодо поняття конкурентоспроможності сформувалися певні тенденції – зокрема відсутність єдиного та чіткого визначення поняття, недостатня увага до систематичного аналізу ключових факторів, які визначають конкурентоспроможність а також плутанина та неоднозначність у розумінні конкурентоспроможності як поняття.

Задля визначення та розкриття у повній мірі концепції конкурентоспроможності, насамперед слід надати обґрунтування категорії «конкуренція», загалом в умовах якої виявляється і бере витоки конкурентоспроможність.

Аналіз останніх досліджень та публікацій

Провідним поняттям, яке репрезентує сутність функціонування ринкових відносин, є конкуренція. Вона є невід'ємною частиною ринкової економіки і є ключовим фактором сприяння її прогресу. Класики політичної економіки А. Сміт і Д. Рікардо відзначили, що конкуренція є змаганням заради прибутку [1]. Вони вбачали у конкуренції ключовий фактор, що регулює ціноутворення, сприяє удосконаленню якості продукуючих товарів та послуг. Таке трактування конкуренції є важливим для розуміння значущості даного поняття у розвитку економіки, а також вказує, що підприємства змагаються не тільки заради укріплення свої ринкових позицій, але і за примноження власного капіталу.

Відповідно до праць науковців неокласичної теорії, конкуренцію почали розглядати, як раціональну поведінку, яка викликана боротьбою

Волошин А.В. Характеристика конкурентоспроможності та визначення її сутності. Оглядова стаття.

Стаття присвячена розгляду конкурентоспроможності та визначенню її сутності як важливого поняття в економічній сфері. Автор аналізує різні підходи до визначення конкурентоспроможності та досліджуються її основні аспекти. Вони висвітлюють роль конкурентоспроможності в сучасному світі, особливо в контексті глобалізації та міжнародної торгівлі. Стаття розкриває еволюцію ключових елементів конкурентоспроможності, такі як ефективність виробництва, якість продукту, інноваційність, ринкова позиція, здатність до адаптації та інші. Дослідження підкреслює важливість вимірювання та оцінки рівня конкурентоспроможності. Стаття закликає до подальших досліджень у галузі конкурентоспроможності, зосередження на розвитку нових підходів та розробці політик, що сприяють зміцненню конкурентних позицій. Зрозуміння характеристик та сутності конкурентоспроможності є ключовим для досягнення успіху в глобальній економічній арені.

Ключові слова: конкурентоспроможність, економічна теорія, конкуренція

Voloshyn A.V. Characteristics of Competitiveness and Determination of its Essence. Review article.

The article is dedicated to the examination of competitiveness and the determination of its essence as a crucial concept in the field of economics. The author analyzes various approaches to defining competitiveness and explores its fundamental aspects. They shed light on the role of competitiveness in the modern world, particularly in the context of globalization and international trade. The article unveils the evolution of key elements of competitiveness, such as production efficiency, product quality, innovation, market position, adaptability, and others. The research emphasizes the importance of measuring and assessing the level of competitiveness. Furthermore, the article calls for further research in the field of competitiveness, focusing on the development of new approaches and the formulation of policies that strengthen competitive positions. Understanding the characteristics and essence of competitiveness is pivotal for achieving success in the global economic arena.

Keywords: competitiveness, economic theory, competition

та суперництвом за обмежені економічні ресурси. Раціональна поведінка споживачів проявляється у ефективному використанні їхнього обмеженого блага (грошей) з максимальною корисністю, а зі свого боку, у виробників – вибором доцільного розпорядження власними ресурсами (товарами та послугами), задля задоволення економічних цілей підприємства та боротьбу за гроші споживачів.

М. Портер (Porter, 1998) у своїх наукових роботах досліджував теоретичні основи конкуренції, та найбільше уваги приділив вивченню конкурентних переваг та їх вплив на стратегічне середовище підприємства. Науковець визначив поняття конкуренції, як наступне – це динамічний процес, що розвивається, ландшафт, що безупинно змінюється, на якому з'являються

нові товари, нові шляхи маркетингу, нові виробничі процеси й нові ринкові сегменти [3].

Виклад основного матеріалу дослідження

У Законі України «Про захист економічної конкуренції» термін конкуренція визначають 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].

В таблиці скомпоновано трактування науковців, які дають змогу якнайповніше осягнути поняття конкуренції.

Таблиця 1. Трактуювання поняття «конкуренція»

Автор	Визначення
Й. Шумпетер	Конкуренція – це суперництво старого з новим, тобто з новими технологіями, новими формами організації, новими товарами та ін.
А. Маршал	Змагання однієї людини з іншими, особливо при продажу або купівлі чого-небудь.
К.Р. Макконел, С.Л. Брю	Наявність на ринку великої кількості незалежних покупців і продавців, можливість для покупців і продавців вільно виходити на ринок і залишати його.
Г. Азоев	Суперництво на якомусь терені між окремими юридичними або фізичними особами (конкурентами), зацікавленими в досягненні однієї і тієї ж мети.
М. О. Рудницька	Невід'ємна властивість ринку та одна з найбільш важливих характеристик зростаючої інтернаціоналізації господарської діяльності.
Р.А. Фатхутдінов	Конкуренція – процес управління своїми конкурентними перевагами для отримання перемог або досягнення інших цілей в боротьбі з конкурентами за задоволення об'єктивних або суб'єктивних потреб у рамках законодавства або в природних умовах.
В.А. Адамик	Суперництво у будь-якій сфері діяльності між окремими юридичними або фізичними особами (конкурентами), зацікавленими у досягненні однієї мети.
Н. Педченко	В розвинутому товарному виробництві конкуренція є об'єктивним економічним явищем, яке примушує господарюючі суб'єкти прагнути до збільшення прибутку за рахунок розширення масштабів діяльності, удосконалення форм організації виробничого процесу і зростання продуктивності праці.

Джерело: складено автором за матеріалами [2-7]

Після проведеного аналізу визначень конкуренції, можна дійти висновку, що всі вони включають в себе такі характеристики, як постійний пошук та використання нових можливостей; боротьбу за ринкові позиції; стимуляцію розвитку інновацій; динамічність та

спільність бажаної мети (рис. 1). А отже, на основі вище перелічених якостей, можна надати визначення, що конкуренція – невинний процес суперництва двох або більше суб'єктів господарської діяльності, що мають на меті задоволення тотожних цілей.

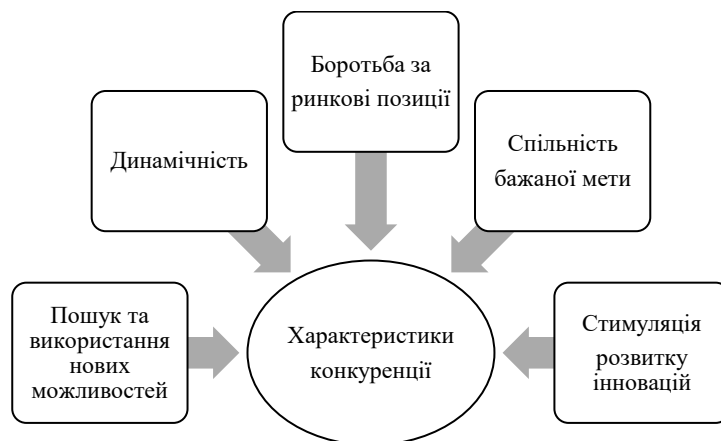


Рисунок 1. Характеристики конкуренції

Джерело: власна розробка автора

Розглянувши явище конкуренції та визначивши її фундаментальні аспекти, доцільно дослідити наступну категорію, яка виникає у умовах конкуренції.

Здатність боротися за частку ринку, випереджати конкурентів за рахунок передових технологій та оптимізації розподілу ресурсів для забезпечення виробництва високоякісної продукції знайшли втілення та еволюціонували в дефініції «конкурентоспроможність».

На сьогоднішній день конкуренто-спроможність є істотним фактором, що визначає вектор успішності та стійкість суб'єкта економічної діяльності в умовах кон'юнктури ринку, а також

його спроможність вести вигідну виробничо-збутову діяльність. [5, 6].

Незважаючи на те, що конкурентоспроможність як наукова категорія досліджувалась в економічній науці протягом кількох десятиліть, науковці підходять з різних боків до трактування даного поняття, використовуючи різні ознаки для визначення її сутності. Тому, на даний момент не сформовано єдиного підходу до інтерпретації цього терміну. Зробивши дослідження наукових праць, ґрунтовно буде систематизувати визначення «конкурентоспроможність», виведеного сучасними вченими економічної науки.

Таблиця 2. Визначення категорії «конкурентоспроможність»

Автор	Визначення
М. Портер	Конкурентоспроможність – властивість товару, послуги, суб'єкта ринкових відносин виступати на ринку на рівні з аналогічними товарами, послугами або конкуруючими суб'єктами ринкових відносин, що присутні на ринку.
І. Ансофф	Конкурентоспроможність – спроможність конкурувати на ринках з виробниками і продавцями аналогічних товарів, забезпечуючи вищу якість, доступні ціни, зручності для покупців, споживачів.
Р.А. Фатхудінов	Конкурентоспроможність – властивість об'єкта, що характеризується ступенем реального або потенційного задоволення ним конкретної потреби, у порівнянні з аналогічними об'єктами, що є на даному ринку.
Девід Дж. Тіс, Гарі Пізано, Емі Шуен	Конкурентоспроможність – це здатність підприємства досягати та утримувати перевагу на ринку за рахунок розвитку та застосування унікальних, складно імітованих, цінних ресурсів та здібностей.
Шершньова З.Є., Оборська С.В.	Конкурентоспроможність – можливість ефективно розпоряджатись власними і позиковими ресурсами в умовах конкурентного ринку; комплексна порівняльна характеристика підприємства, яка відображає ступінь переваги сукупності оцінювальних показників його діяльності, що визначають успіх підприємства на певному ринку за певний проміжок часу, по відношенню до сукупності показників конкурентів.
Піддубний І.О., Піддубна А.І.	Конкурентоспроможність – це потенціальна чи реалізована здатність економічного суб'єкта до функціонування у релевантному зовнішньому середовищі, що ґрунтується на конкурентних перевагах і відображає його позицію відносно конкурентів.
Н. Грицишин	Конкурентоспроможність – рівень компетентності підприємства у певній галузі, порівняльна перевага підприємства відносно інших конкурентів, які діють у регіоні, країні та за її межами.
В. Стівенсон	Конкурентоспроможність характеризує те, наскільки ефективно компанія задовольняє потреби клієнта порівняно з іншими компаніями, що пропонують подібний товар або послугу.
Василенко В.О.	Конкурентоспроможність – здатність організації домагатися своїх цілей в умовах ринку, на якому з аналогічними цілями діють інші підприємства.

Джерело: складено автором за матеріалами [2-7]

Після проведення структуризації терміну «конкурентоспроможність», можна зробити висновок, що автори мають дотичні погляди на рахунок даного поняття. Загальним для всіх визначень конкурентоспроможності є те, що вона описує здатність економічного суб'єкта до конкурування в умовах ринкового середовища з аналогічними представниками галузі. До того ж, визначення сфокусовані на досягненні відповідної якості товарів та послуг, що продукуються товаровиробниками через ефективне використання їх ресурсів. Також варто зазначити, що розбіжності наведених трактувань відбиваються у двох узагальнених категоріях, через призму яких науковці визначають

конкурентоспроможність. Одні трактують дане поняття з боку задоволення потреб споживачів, завдяки певним конкурентним перевагам, в той час як інші акцентують свою увагу на ефективності операційної діяльності підприємства відповідно до змінних умов зовнішнього середовища.

Важливою деталлю є те що, конкурентоспроможність є багаторівневою категорією і вимагає аналізу та визначення факторів, що впливають на кожному рівні. Це допомагає розуміти сильні та слабкі сторони та розробляти стратегії для покращення конкурентоспроможності на відповідному рівні.

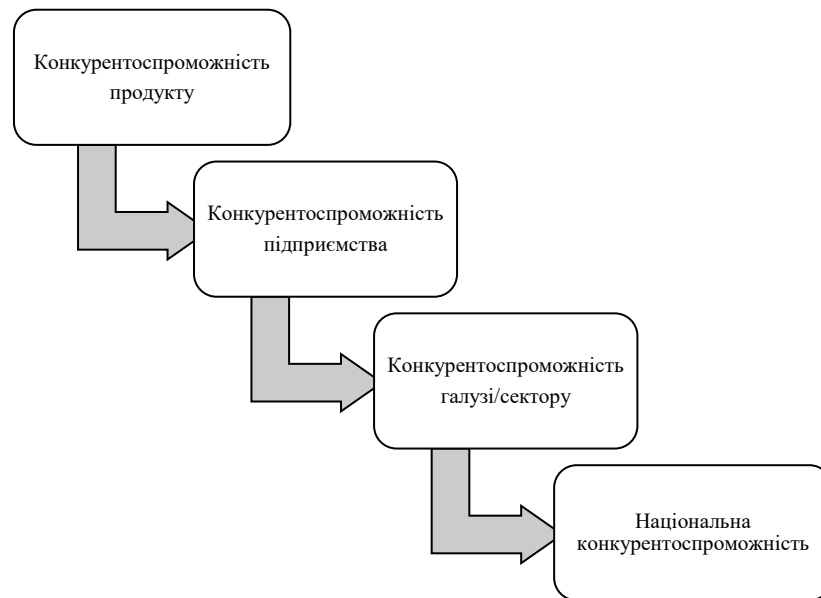


Рисунок 2. Рівні конкурентоспроможності
Джерело: складено автором за матеріалами [3]

1) рівень конкурентоспроможності продукту визначається його здатністю конкурувати на ринку порівняно з аналогічними продуктами і задовольняти потреби споживачів. Оцінка рівня конкурентоспроможності продукту зазвичай базується на таких критеріях як якість, ціна, інноваційність і т.д.;

2) рівень конкурентоспроможності підприємства – оцінюються конкурентні переваги окремих компаній, їхній досвід, управлінські навички, ринкова позиція, ефективність використання ресурсів тощо.

3) рівень конкурентоспроможності галузей, секторів або класів підприємств – тут досліджуються специфічні аспекти конкурентоспроможності в конкретних галузях, такі як

продуктивність, якість продукції, рівень інновацій, конкурентні переваги тощо.

4) рівень конкурентоспроможності країни або регіону в цілому відображає здатність країни привертати інвестиції, розвивати промисловість, експортувати товари та послуги, залучати туристів тощо. На макrorівні аналізуються такі показники, як ВВП на душу населення, рівень безробіття, експортний обсяг, рівень інноваційності тощо.

В економічній літературі існує ряд певних критеріїв за якими проводять класифікацію конкурентоспроможності (рис. 2). Визначають ознаки відповідно масштабу економічного об'єкту, часового та територіально-географічного прояву [2].



Рисунок 3. Класифікація поняття конкурентоспроможності
Джерело: складено автором за матеріалами [3]

Доцільність класифікації конкурентоспроможності зумовлена декількома факторами:

1. розуміння складності концепту «конкурентоспроможність»: Конкурентоспроможність – це складна і багатогранна категорія, яка включає різні аспекти, такі як економічна ефективність, якість продукту, інноваційність, ринкова частка тощо. Класифікація допомагає розкрити ці аспекти та усвідомити різні аспекти конкурентоспроможності.

2. порівняльний аналіз: Класифікація дозволяє порівняти рівень конкурентоспроможності між різними суб'єктами (країнами, секторами, підприємствами) і виявити їх сильні та слабкі сторони. Це допомагає розробити стратегії для покращення конкурентоспроможності на основі аналізу схожих суб'єктів.

3. визначення пріоритетних напрямків: Класифікація дозволяє визначити пріоритетні напрямки для поліпшення конкурентоспроможності. Виявлення рівня конкурентоспроможності в різних аспектах допомагає ідентифікувати основні проблеми і потенційні можливості для розвитку.

4. управління конкурентоспроможністю: Класифікація допомагає управляти конкурентоспроможністю, встановлювати метрики та стандарти для вимірювання й оцінки рівня конкурентоспроможності, а також розробляти стратегії та заходи для покращення конкурентоспроможності на основі виявлених категорій.

Висновки

У ході опрацювання теоретичного матеріалу було досліджено такі економічні категорії, як конкуренція, конкурентоспроможність. В економічній літературі представлено низку визначень різними вченими, проте через багатоаспектність вище згаданих понять наявні суттєві розбіжності. Тому автором було розроблено узагальнення відповідних визначень з

метою найточнішого передання сутності категорій.

Конкуренція – невпинний процес суперництва двох або більше суб'єктів господарської діяльності, що мають на меті задоволення тождесних цілей.

Перспективи подальших досліджень можуть полягати:

1) в глибшому дослідженні впливу окремих факторів на конкурентоспроможність і встановлення вагомості кожного з них;

2) розробка і впровадження індикаторів конкурентоспроможності для оцінки та порівняння різних підприємств та країн;

3) дослідження взаємозв'язку між конкурентоспроможністю та іншими економічними показниками, такими як прибутковість, ринкова частка, зайнятість та інші.

4) аналіз впливу глобалізації, цифровізації та інших сучасних трендів на конкурентоспроможність підприємств та країн.

5) врахування соціальних та екологічних аспектів в оцінці конкурентоспроможності.

Конкурентоспроможність є важливим показником успіху підприємств і країн на ринку, але визначення її сутності є складним завданням через розмаїття підходів і тлумачень.

У статті було проведено систематичний аналіз різних підходів до конкурентоспроможності та виявлено спільні елементи, що дозволило сформулювати загальне визначення поняття.

Було ідентифіковано ключові фактори, які впливають на конкурентоспроможність, такі як якість продукції, інноваційність, цінова політика, маркетингова стратегія, ресурсне забезпечення та інші.

Визначено, що конкурентоспроможність є комплексним поняттям, яке включає в себе не лише економічні аспекти, але й соціальні, технологічні та інституціональні складники.

Abstract

This article examines the concept of competitiveness and aims to define its essence. The problem lies in the lack of a clear and unified definition of competitiveness.

This ambiguity often leads to confusion and discrepancies in understanding the concept. Therefore, this article proposes a systematic approach to characterizing competitiveness and determining its essence by identifying key factors that influence competitiveness and their interrelationships.

The study highlights the importance of competitiveness as a crucial indicator of success for businesses and countries in the market. By conducting a comprehensive analysis of various approaches to competitiveness, common elements are identified, allowing for a general definition of the concept. Key factors influencing competitiveness, such as product quality, innovation, pricing policies, marketing strategies, and resource management, are identified. It is emphasized that competitiveness is a complex concept that encompasses not only economic aspects but also social, technological, and institutional components.

The conclusions drawn from this research emphasize the need for a deeper exploration of the impact of individual factors on competitiveness and the development of competitiveness indicators for evaluating and comparing different businesses and countries. Additionally, the study suggests further investigations into the relationship between competitiveness and other economic indicators, such as profitability, market share, and employment.

Furthermore, it advocates for considering social and environmental aspects in the assessment of competitiveness. This article contributes to the understanding of competitiveness and provides a framework for its characterization, offering valuable insights for managers, researchers, and governmental institutions striving to enhance competitiveness in today's global market.

Список літератури:

1. Закон України «Про захист економічної конкуренції» від 11.01.2001 р. № 2210-III // Відомості Верховної Ради України. – 2001. – № 12.
2. Ма Х. (2004). До глобальної конкурентної переваги. Журнал «Рішення менеджменту», 42 (7), 907-924.
3. Кузьмін О.Є., Мельник О.Г., Романко О.П. (2011). Конкурентоспроможність підприємства: планування та діагностика. Монографія. – Івано-Франківськ: ІФНТУНГ, 180 с.
4. Мун Х.К., Пірі Н. (1995). Конкурентоспроможність продукту, фірми, галузі та нації в глобальному бізнесі. Огляд конкурентоспроможності, 5 (1), 37-43.
5. Портер М.Е. (1998). Про конкуренцію. – Бостон: Видавництво Гарвардської бізнес-школи.
6. Портер М.Е. (1998). Конкурентна перевага: створення та підтримка підвищеної продуктивності. – Нью-Йорк: Фрі Прес.
7. Портер М.Е. (1980). Конкурентна стратегія: методи аналізу галузей і конкурентів. – Нью-Йорк: Фрі Прес.

References:

1. Law of Ukraine "On Protection of Economic Competition" № 2210-III. (2001, January 11). Information of the Verkhovna Rada of Ukraine, 12 [in Ukrainian].
2. Ma, H. (2004). Toward global competitive advantage. Management Decision, 42 (7), 907-924 [in Ukrainian].
3. Kuzmin, O.E., Melnyk, O.G., & Romanko, O.P. (2011). Enterprise competitiveness: Planning and diagnostics. O.E. Kuzmin (Ed.). Ivano-Frankivsk: IFNTUNG [in Ukrainian].
4. Moon, H.C., & Peery, N. (1995). Competitiveness of product, firm, industry, and nation in a global business. Competitiveness Review, 5 (1), 37-43 [in Ukrainian].
5. Porter, M.E. (1998). On Competition. Boston: Harvard Business School Press [in Ukrainian].
6. Porter, M.E. (1998). The Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. NY: Free Press [in Ukrainian].
7. Porter, M.E. (1980). Competitive strategy: Techniques for analyzing industries and competitors. (New introduction by Michael E. Porter). New York: Free Press [in Ukrainian].

Посилання на статтю:

Волошин А.В. Характеристика конкурентоспроможності та визначення її сутності / А.В. Волошин // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2023. – № 4 (68). – С. 83-88. – Режим доступу до журн.: <https://economics.net.ua/files/archive/2023/No4/83.pdf>.
DOI: 10.15276/ETR.04.2023.9. DOI: 10.5281/zenodo.8433029.

Reference a Journal Article:

Voloshyn A.V. Characteristics of Competitiveness and Determination of its Essence / A.V. Voloshyn // Economics: time realities. Scientific journal. – 2023. – № 4 (68). – P. 83-88. – Retrieved from <https://economics.net.ua/files/archive/2023/No4/83.pdf>.
DOI: 10.15276/ETR.04.2023.9. DOI: 10.5281/zenodo.8433029.

