

ОСНОВНІ ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДЕФІНІЦІЇ «КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ»

Ольга Борисівна Каламан, Денис Валерійович Мандрикін

Тези

У сучасних умовах важливими ланками розвитку економіки багатьох країн світу є ті відносини, які складаються між господарюючими суб'єктами. Домінуючими рушійними силами у багатьох з них є відносини власності, конкуренція, попит та пропозиція, які формують ринок, ринкове середовище та ринкові відносини. Ринкове середовище характеризується тим, що створює умови конкуренції між учасниками ринку.

Конкуренція найважливіший елемент ринку, без якого не буде і всієї системи ринкових відносин та заснованих на них економічних систем. Конкуренцію можна інтерпретувати по-різному: як боротьбу, суперництво, змагання, конкурування. Багатозначність поняття конкуренції не дозволяє дати їй універсальне визначення, проте вона є одним з основних принципів формування та функціонування ринкової економіки.

Економіка, яка заснована на конкурентно-ринкових відносинах, передбачає наявність різноманіття форм власності та різних фірм, підприємств, компаній; економічної свободи для суб'єктів господарювання; ділової активності підприємців, їх змагальність у вдосконаленні виробництва, освоєнні інновацій, впровадженні нових технологій та виробництві нових товарів та послуг. Конкуренція стимулює підприємницьку діяльність, підвищує її ефективність, сприяє подоланню застою у виробництві та стає запорукою економічного змагання виробників. Найважливіша функція конкуренції у тому, що разом із іншими ланками ринкових відносин бере участь у забезпеченні регулювання та розвитку ринкової економіки та водночас є однією із головних компонентів у системі її функціонування. Водночас вона стає тим ринковим елементом, який забезпечує взаємодію попиту та пропозиції, врівноважує «ринкові сили» суперників, не допускає абсолютної переваги одних учасників ринку над іншими, впливає на ціноутворення, встановлює відносну рівновагу у відносинах між ринковими агентами, що реалізують однорідні товари. Конкуренція бере участь у встановленні взаємного зв'язку між випуском продукції та її продажем. Даний зв'язок є причинно-наслідковим і відображає можливість створити продукт, необхідний споживачам, і можливість реалізувати його з вигодою, перш за все, для покупця, а потім вже для продавця. Конкуренція складна та

багатогранна категорія ринкової економіки. За своїми діями вона є змаганням між товаровиробниками за найвигідніші сфери вкладання капіталу, суперництво між ними за більш сприятливі умови виробництва та збуту товарів, отримання на цій основі максимально можливого прибутку. Це механізм автоматичного регулювання пропорцій суспільного виробництва, який є атрибутом ринку, виникає природним шляхом і одночасно є неодмінною умовою його існування та розвитку.

Конкуренція має певну структуру, що класифікується за різними видами. Розрізняють внутрішньогалузеву, міжгалузеву та міжнародну конкуренцію. Внутрішньогалузева конкуренція є боротьбою між товаровиробниками однієї галузі, що виробляють, як правило, однорідну продукцію, за більш вигідні умови виробництва та реалізації товарів. Функцією внутрішньогалузевої конкуренції є доведення вартості одиниці товару до ринкової вартості, що визначається середніми витратами галузі. Наслідком внутрішньогалузевої конкуренції є зниження витрат виробництва, підвищення якості, впровадження інноваційних технологій. В рамках внутрішньогалузевої та інших видів конкуренції, за кількістю суб'єктів ринку та ступеня їхньої конкурентної сили розрізняють: досконалу, монополістичну, монополію та олігополію. Кожен етап розвитку суспільства та економіки вносить свої зміни, які змінюють багато усталених положень та принципів. Сучасний етап розвитку пов'язаний з новими інформаційними та інноваційними технологіями, які викликають необхідність у поглибленні теоретичних досліджень конкуренції як фундаментальної ознаки та важливого елемента сучасної економіки, від якої залежать тенденції її подальшого зростання.

Конкурентоспроможність є складною економічною категорією, у її основі лежить поняття конкуренції. У загальному вигляді і стосовно економічної сфери під конкурентоспроможністю слід розуміти володіння ознаками, властивостями або особливостями, наявність яких сприяє створенню певних переваг для суб'єкта економічного змагання. Носіями відмінних властивостей, які є володарями конкурентних переваг, можуть бути: види продукції, підприємства, фірми, компанії, організації, що утворюють галузеві або інтегровані структури, окремі країни або їх об'єднання, які ведуть конкурентну боротьбу за лідерство у різних сферах міжнародних економічних відносин. Конкурентоспроможність як економічна категорія вивчається фахівцями різних галузей економіки, вони ж дають різні визначення даного поняття. М. Портер дає таке визначення конкурентоспроможності – це властивість товару, послуги, суб'єкта ринкових відносин виступати над ринком поруч із присутніми там аналогічними товарами, послугами чи конкуруючими суб'єктами ринкових відносин [1]. Р. Фатхутдінов зазначає, що конкурентоспроможність слід розуміти як здатність об'єкта витримувати конкуренцію порівняно з аналогічними об'єктами на даному ринку, конкурентоспроможність чи неконкурентоспроможність товару чи послуги може визначатися на

конкретному ринку [2]. На думку А. Барінова, конкурентоспроможність об'єктів складається з конкурентоспроможності його елементів та їхньої організованості для досягнення мети [3]. П. Зав'ялов зазначає, що конкурентоспроможність – це обумовлене економічними, соціальними, політичними чинниками становище товаровиробника на внутрішньому та зовнішньому ринках, що відображається через показники (індикатори), що адекватно характеризують такий стан та його динаміку [4].

Ми навели лише кілька визначень, хоча їх існує безліч, причому у кожному є своє раціональне зерно. У кожній статті, де розглядаються питання чи проблеми конкурентоспроможності, можна зустріти визначення, яке дається автором виходячи з тематики досліджуваного предмета та зі свого розуміння її суті. Така розмаїтість трактувань і різне розуміння конкурентоспроможності пояснюється лише тим, що вона є складним поняттям, значення якого можна інтерпретувати виходячи з конкретної тимчасової та економічної ситуації. На нашу думку, конкурентоспроможність не є іманентною, об'єктивною властивістю об'єкта, вона є відносною величиною і знаходить своє вираження лише в умовах конкуренції, і поза конкуренцією не існує. У той самий час слід зазначити, що конкурентоспроможність орієнтує суб'єкти конкурентної боротьби на активні дії із завоювання ринкових позицій, їх утримання, зміцнення і розширення.

Ключові слова

конкуренція; конкурентоспроможність; конкурентна боротьба; ринок.

Цитування

1. Портер М. Конкуренція. Київ: ВД, 2005. 608 с.
2. Фатхутдінов Р. А. Управління конкурентоспроможністю. Київ: ЕКС, 2007. 286 с.
3. Барінов А. В. Розвиток організації в конкурентній боротьбі. *Менеджмент за кордоном*. 2000. № 6. С. 3-13.
4. Зав'ялов П. С. Конкурентоспроможність та маркетинг. *Економічний журнал*. 2005. № 12. С. 14-18.