

ISSN 1993-0240

Випуск 4
жовтень – грудень
2009 рік

Науковий
журнал

ВІСНИК

***Тернопільського національного
економічного університету***

Тернопіль
ТНЕУ
2009

ВІСНИК
Тернопільського національного
економічного університету

Науковий журнал
Заснований у травні 1996 р.

The HERALD
of Ternopil National
Economic University

The Scientific Magazine
Founded on May 1996

Випуск 4
жовтень – грудень
2009

Затверджено рішенням Вченої
ради ТНЕУ, протокол № 7
від 25 листопада 2009 р.

Issue 4
October – December
2009

Зареєстрований Вищою атестаційною комісією України як фахове економічне видання
(Бюлетень ВАК України. – 1998. – № 2. – С. 44, Бюлетень ВАК України. – 2009. – № 11. – С. 12).

Затверджено постановою президії ВАК України від 14.10.2009 р. № 1-05/4

Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації
КВ № 12265-1149пр від 1 лютого 2007 р.

Головний редактор

Мельник А. Ф., д. е. н., проф.

Заступники головного редактора:

Кириленко О. П., д. е. н., проф.,

Дзюблюк О. В., д. е. н., проф.

Редакційна колегія:

Дудар Т. Г., д. е. н., проф.,

Дусановський С. Л., д. е. н., проф.,

Ковальчук В. М., к. е. н., доц.,

Крупка Я. Д., д. е. н., проф.,

Савельєв Є. В., д. е. н., проф.,

Гринчуцький В. І., д. е. н., проф.,

Недашковський М. О., д. ф.-м. н., проф.,

Сохацька О. М., д. е. н., проф.,

Фаріон І. Д., д. е. н., проф.,

Штефанич Д. А., д. е. н., проф.,

Юрій С. І., д. е. н., проф.

Відповідальність за достовірність фактів, власних імен, цитат,
цифр та інших відомостей несуть автори публікацій.

Відповідно до Закону про авторські права, при використанні наукових ідей
та матеріалів цього випуску посилання на авторів і видання
є обов'язковими.

Електронний варіант журналу в Інтернеті:

<http://www.library.tane.edu.ua>

<http://www.nbu.gov.ua>

ЕКОНОМІКА І УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

Петро ПУЦЕНТЕЙЛО

СУТНІСНІ АСПЕКТИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ НА РІЗНИХ РІВНЯХ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІКОЮ

Розкрито сутність і зміст поняття конкурентоспроможність. Здійснено класифікацію за рівнями конкурентної боротьби, що дозволяє виокремити конкурентоспроможність товару, підприємства, галузі і країни. Доведено, що конкурентоспроможність національної економіки, конкурентоспроможність галузі й конкурентоспроможність підприємства – це різні за сутністю поняття, що гармонійно доповнюють один одного.

Ключові слова: *конкуренція, конкурентоспроможність, конкурентоспроможність продукції, конкурентоспроможність підприємства, конкурентоспроможність галузі, конкурентоспроможність національної економіки.*

Упродовж усієї історії розвитку економічних відносин питання конкурентоспроможності перебуває в центрі уваги дослідників. Його актуальність для України зростає в умовах її інтеграції в міжнародні організації та утвердження ринкової економіки, що супроводжується нестабільністю зовнішнього середовища. Розвиток спроможності до ефективної конкурентної боротьби ускладнюється потребою у своєчасній реакції на зміни в зовнішньому середовищі, а це, врешті-решт, зумовлює доцільність формування теоретико-методологічних засад та практичних підходів до забезпечення конкурентоспроможності.

У науковій літературі простежується ієрархічний підхід до конкурентоспроможності з позицій продукції, підприємства, галузі, національної економіки загалом. Так, значний внесок у дослідження проблем конкурентоспроможності продукції зробили такі *вітчизняні та зарубіжні* вчені: А. Градов [1], І. Кононенко [2], Е. Райс [3], В. Таран [4], Дж. Траут [3], А. Трубілін [5], В. Швець [6]; теоретична та методологічна розробка питань, пов'язаних з вирішенням проблеми оцінки рівня конкурентоспроможності підприємств, були закладені такими вітчизняними і зарубіжними авторами як: М. Ахматова [7], Н. Голомша [8], Ю. Іванов [9], С. Кваша [8], Ж. Ламбен [10], А. Мазаракі [11], А. Маренич [12], С. Нечаєв [13], В. Оберемчук [14], С. Оборська [15], С. Покропивний [16], С. Попов [17], М. Портер [18], А. Савчук [19], Н. Тарнавська [20], Н. Ушакова [11], Х. Фасхiev [21], Р. Фатхутдинов [22], З. Шершнева [15], В. Шкардун [23], А. Юданов [24]; результати наукових досліджень теорії конкурентоспроможності галузі висвітлені у працях дослідників, зокрема: В. Андріанова [25], Г. Багієва [26], М. Гельвановського [27], Б. Губського [28], Ю. Коваленка [29], В. Крючкової [30], М. Маліка [31], Ю. Пахомова [32], В. Савчука [19]; різним аспектам теорії і практики конкурентоспроможності національної економіки присвячені роботи В. Андріанова [25], Я. Базиліюк [33], С. Емельянова [34],

Я. Жаліла [35], Д. Лук'яненко [32], Н. Мироненка [36], Ю. Пахомова [32], І. Пилипенка [37] М. Портера [38], О. Шнипка [39].

Таким чином, у науковій літературі сформувалось досить широке теоретико-методологічне трактування категорії “конкурентоспроможність”, що спричинено її багатоаспектністю. Разом з тим, окремі грані цієї багатопланової проблеми залишаються дискусійними і потребують подальшого дослідження, зокрема конкурентоспроможність продукції, підприємства, галузі і національної економіки.

Метою дослідження є напрацювання теоретико-методологічних підходів до дослідження сутнісних засад конкурентоспроможності продукції, галузі, підприємства й національної економіки.

Економічна категорія “конкурентоспроможність” посідає особливе місце в економічній науці. Однак, остання не дає як єдиного загальноприйнятого трактування змісту категорії “конкурентоспроможність”, так і єдиного підходу до методів її оцінки і формування.

Конкурентоспроможність є похідною від економічної категорії конкуренція. Як вже зазначалося, вона властива різним елементам економічної системи: національній економіці, галузі, підприємству, персоналу, продукції. Певному рівню конкуренції, її інтенсивності відповідає певний рівень вимог до учасника конкурентної боротьби, який характеризує його конкурентоспроможність. Іншими словами, конкурентоспроможність – це динамічний процес пристосування до умов і вимог ринку.

Загалом, під конкурентоспроможністю розуміється здатність національної економіки, галузі, господарської одиниці випереджати суперника в досягненні поставлених економічних цілей. Конкурентоспроможність кожного із цих елементів тісно пов'язана із конкурентоспроможністю інших економічних елементів. Конкурентоспроможність проявляється лише в конкурентній боротьбі та в її наслідках. Як зазначається в науковій літературі [11; 16; 27; 31; 33; 41], „конкурентоспроможність” (competitiveness, competitive power) означає здатність конкурувати на ринках товарів та послуг або виграти у змаганні. В енциклопедичному довіднику конкурентоспроможність розкривається як спроможність витримати конкуренцію, протистояти конкурентам [40].

У широкому розумінні конкурентоспроможність – це обумовлені економічними, соціальними та політичними факторами позиції країни або товаровиробника на внутрішньому і зовнішньому ринках. Поняття конкурентоспроможності на макрорівні відбиває сприятливі позиції національної економіки в сфері міжнародної торгівлі й одночасно її здатність зміцнювати ці позиції. У ринковій системі господарювання категорія “конкурентоспроможність” — одна з головних, бо в ній знаходять своє відображення економічні, науково-технічні, виробничі, організаційно-управлінські, маркетингові та інші можливості окремого підприємства, галузі чи країни в цілому [8, 100].

Вчені поділяють конкурентні відносини, що виникають в економіці, на три рівні: мікрорівень, до якого відносяться конкретні види продукції, окремі виробництва і підприємства; мезорівень, який охоплює окремі галузі, галузеві і корпоративні об'єднання підприємств і фірм; макрорівень, що включає до себе народногосподарські комплекси [27, 70–75]. Проте, для практичного застосування такого підходу, необхідна кількісна характеристика конкурентоспроможності за її рівнем, яка значно спростила б процедуру оцінки та надала можливість визначати перевагу одного суб'єкта порівняно з іншим.

Поняття конкурентоспроможності трактується і використовується в теорії залежно від об'єкта дослідження, а критерії оцінки і фактори динаміки конкурентоспроможності товару, підприємства, галузі та національної економіки мають свою специфіку. Складність і велика різноманітність визначення “конкурентоспроможність” не дає чіткого розуміння суті даного явища в розрізі окремих його складових. Саме тому необхідно відокремити, залежно від рівня конкурентної боротьби, конкурентоспроможність товару, підприємства, галузі та національної економіки.

Зокрема, існує декілька різних визначень категорії “конкурентоспроможність продукції”. Так, під конкурентоспроможністю продукції розуміється ступінь цінності певного продукту для споживача, який здійснює його купівлю. На думку І. Кононенко: “Конкурентоспроможність продукції – це її властивість, що виражає можливість успішного її продажу на даному ринку в певний період часу” [2, 80]. В. Є. Швець вважає, що конкурентоспроможність продукції – це здатність продукції в певний період відповідати вимогам, що склалися на ринку, або передбачати їх і бути успішно реалізованою при наявності пропозиції інших аналогічних товарів [6, 4]. Конкурентоспроможність товару – комплексний показник, що визначає його можливість задовольняти вимогам споживачів на ринку при збереженні або збільшенні реальних доходів виробника [4, 25]. За умови монополії на ринковій системі лише одного товару, його конкурентоспроможність буде зменшена до нуля, оскільки товар буде проданий на ринку [3, 39–40]. Окремі вчені зазначають, що конкурентоспроможність продукції визначається сукупністю її споживчих та вартісних характеристик, які забезпечують успішну участь на ринку [5, 41]. Отже, конкурентоспроможність визначається потенційними можливостями підприємства здійснювати збут продукції, яка має більшу привабливість для споживачів за своїми характеристиками, порівнюючи із аналогічними товарами конкурентів. Таке тлумачення конкурентоспроможності піддають сумніву вітчизняні економісти, оскільки вони вважають, що здатність продавати вироби залежить не лише від конкурентних позицій виробників, але й від інших факторів і зокрема від руху пропозиції і попиту. Головним критерієм конкурентоспроможності, на їх думку, є можливість надавати споживачу переваги за основними параметрами товару, що поставляється на ринок – рівню його ціни, гарантії виконання контракту та післяпродажному обслуговуванню [1, 18].

Узагальнивши вищенаведені визначення, можна зробити висновок, що конкурентоспроможність продукції повинна відповідати трьом основним моментам: задовольнити запити споживачів на більш високому рівні, ніж у конкурентів, завдяки оптимальному сполученню цінових і нецінових параметрів; забезпечувати успішний продаж на даному ринку; відповідати вимогам ринку у визначений момент, і бути успішно реалізованою за наявності пропозиції інших аналогічних товарів. Таким чином, під конкурентоспроможністю продукції потрібно розуміти наявність властивостей, зокрема: технічних, комерційних, організаційних та економічних, які становлять інтерес для споживача і забезпечують задоволення даної потреби на більш високому рівні, ніж у конкурентів.

В економічній літературі часто ототожнюється поняття “конкурентоспроможність продукції” і “конкурентоспроможність підприємства”, що є дещо некоректним, адже економічна категорія “конкурентоспроможність підприємства” посідає особливе місце в економічній науці. Н. П. Тарнавська обґрунтовує, що конкурентоспроможність підприємств необхідно розглядати з урахуванням ієрархічності цього поняття, зважаючи на існування причинно-наслідкових зв'язків та супідрядності конкурентоспроможності на усіх рівнях управління економікою (держава, підприємство, продукція) [20, 75].

Для ефективного аналізу дефініцій “конкурентоспроможність підприємства” доцільно поділити на три групи, що відрізняються за сутнісними характеристиками.

1. Конкурентоспроможність підприємства як відносна характеристика діяльності підприємства в умовах взаємодіючих факторів з приводу конкурентних відносин. А. А. Мазаракі, Л. О. Лігоненко і Н. М. Ушакова розглядають конкурентоспроможність підприємства як узагальнюючу оцінку його конкурентних переваг щодо формування ресурсного потенціалу, якості задоволення споживчого попиту та досягнутої завдяки цьому ефективності функціонування господарської системи [18, 68]. А. Маренич та І. Астахова характеризують конкурентоспроможність як комплексну характеристику

діяльності підприємств, яка базується на аналізі різних аспектів виробничо-господарської діяльності (виробничий потенціал, трудові ресурси, забезпеченість матеріалами, фінансові результати діяльності та ін.) і дозволяє визначити „сильні сторони” підприємств в конкурентній боротьбі, знайти способи досягнення переваг над конкурентами [12, 23]. В. Ф. Оберемчук під конкурентоспроможністю підприємства розуміє комплексну порівняльну характеристику підприємства, яка показує ступінь переваги сукупності оціночних показників діяльності підприємства, що визначає його успіх на певному ринку за певний проміжок часу щодо сукупності показників підприємств-конкурентів [14, 88]. С. Ф. Покропивний розглядає конкурентоспроможність підприємства як його здатність до ефективної господарської діяльності та забезпечення прибутковості за умов конкурентного ринку [16, 350]. С. Ю. Нечасів, В. К. Дехтярева і В. Б. Лобанов переконані, що конкурентоспроможність визначається витратами виробництва, які впливають на більшість показників конкурентоспроможності, визначають місце виробника на ринку [13, 24]. З. Е. Шершньова і С. В. Оборська вважають, що конкурентоспроможність підприємства – це рівень його компетенції щодо інших підприємств-конкурентів у нагромадженні й використанні виробничого потенціалу певної спрямованості, а також його окремих складових: технології, ресурсів, менеджменту, звичок і знань персоналу, що знаходять вираження в таких результативних показниках, як якість продукції, прибутковість, продуктивність [15, 67]. Таке бачення характеризується узагальненим підходом до сутності явища через відображення у ньому співвідношення усього комплексу процесів складних взаємозв'язків, від виробництва до збуту. Одним із визначальних моментів виступає оцінка діяльності через систему показників, що характеризують ефективність підприємства. Група авторів трактує конкурентоспроможність підприємства, як досягнення певних економічних результатів залежно від ступеня використання наявних конкурентних переваг в умовах протидії конкурентів [7, 37]. Конкурентоспроможність фірми – це її порівняльна перевага стосовно інших фірм даної галузі всередині країни та за її межами [9, 21]. Характерною особливістю цієї групи категорій є поверхневість суджень, які не дають чіткої відповіді щодо сутнісного аспекту досліджуваного явища. Із даної групи понять необхідно розуміти, що конкурентоспроможність підприємства розглядається як наявність співвідношення порівняльних переваг підприємств в результаті їх діяльності на ринку серед аналогічних виробників. В. Шкардун поділяє думку про необхідність розгляду конкурентоспроможності підприємства, як здатності досягати власних цілей в умовах протидії конкурентів [23, 38]. У цих визначеннях категоричним видається твердження про суперництво між основними конкурентами на ринку. Розглянута група трактувань у своїй сутності відображає цілеспрямовану діяльність підприємства на ринку з урахуванням основних виробничо-господарських параметрів. За своєю природою вони розкривають функціонування конкурентоспроможності підприємства без врахування сутності досліджуваного явища. Це дає підстави стверджувати про однобічний підхід до виявлення сутності конкурентоспроможності підприємства.

2. Конкурентоспроможність підприємства як здатність виробляти конкурентоспроможну продукцію. Конкурентоспроможність виробника є відносною характеристикою, рушієм, що відображає відмінності процесу розвитку даного виробника від виробника-конкурента як за ступенем задоволення своїми товарами або послугами конкретної суспільної потреби, так і за ефективністю виробничої діяльності [9, 21]. Така позиція автора відображає двосторонній підхід до суті явища: з одного боку йде пояснення необхідності задоволення суспільної потреби, з іншого – виявлення суперечностей виробничого процесу. Аналогічну точку зору поділяє С. А. Попов, який під конкурентоспроможністю розуміє здатність організації виробляти й продавати

конкурентоспроможний продукт; перевага даної конкурентної організації стосовно інших організацій-конкурентів у даній сфері бізнесу [17, 161]. О. В. Савчук стверджує, що конкурентоспроможність підприємства проявляється у можливості в процесі суперництва досягати кращих результатів у певній діяльності, сфері функціонування [19, 58]. Заслугує на увагу визначення професора Р. А. Фатхутдінова, який визначає конкурентоспроможність, як здатність підприємств виробляти конкурентоспроможну продукцію, перевага одних підприємств над іншими, що працюють у даній галузі в країні та за її межами [22, 273]. У даному визначенні підкреслено значущість виробництва конкурентоспроможної продукції в результаті переваги одних підприємств над іншими.

3. Конкурентоспроможність підприємства як можливість задоволення конкретної потреби у порівнянні з аналогічними об'єктами. Жан-Жак Ламбен вважає, що конкурентоспроможність підприємства – це спроможність задовольняти потреби покупців краще, ніж це роблять суперники. “Конкурентоспроможність буде існувати доти, поки фірма тримає конкурентну перевагу, або завдяки особливим якостям, які відрізняють її від суперників, або з причини більш високої продуктивності, яка забезпечує їй перевагу у витратах” [10, 8]. М. Портер визначає конкурентоспроможність підприємства через порівняння його конкурентних переваг високого й низького порядку з аналогічними перевагами інших фірм на ринку [38, 232–236]. Х. А. Фасхієв та Е. В. Попова вказують, що висока конкурентоспроможність обумовлюється трьома ознаками: споживачі задоволені і готові купувати повторно продукцію фірми; суспільство і партнери не мають претензій до підприємства; співробітники вважають за честь працювати на ньому [21, 53]. А. Ю. Юданов стверджує, що конкурентоспроможність підприємства, це ступінь привабливості даного продукту для споживача, який здійснює реальну купівлю [24, 49–52]. Під конкурентоспроможністю розуміються можливості фірми запропонувати товар, що відповідає певним вимогам покупця, тобто певної якості, в потрібній кількості, в необхідний термін і на більш вигідних умовах поставки, ніж конкуренти [9, 22]. Отже, узагальнення визначень конкурентоспроможності підприємства в межах розглянутого підходу дає змогу виокремити наступні моменти. По-перше, спроможність товаровиробника задовольняти потреби покупців у порівнянні з аналогічними об'єктами, представленими на даному ринку. По-друге, це ступінь привабливості даного продукту для споживача, який здійснює реальну купівлю.

Дослідження підходів до розуміння сутності конкурентоспроможності підприємства дало змогу виокремити наступні основні моменти:

1. Трагування конкурентоспроможності підприємства досить часто носить загальний характер. У пропорованих визначеннях відсутні комплексні трагування конкурентоспроможності підприємства, що пояснюється специфікою і проблематикою даного явища.

2. Кожен із означених підходів характеризує певний напрям пошуку. Це відбувається внаслідок функціонування підприємств у специфічному середовищі з чітко окресленими завданнями господарювання.

3. Сутність даної категорії може бути розкрита лише за наявності потреби в ній внаслідок змін довкілля, використовуючи конкурентні переваги і потенційні можливості для забезпечення конкурентоспроможності продукції підприємства на перспективу щодо певного ринку, часу, товару чи послуги.

Таким чином, конкурентоспроможність підприємства – це відносна характеристика, що відображає стратегію розвитку підприємства в умовах функціонування змін довкілля, яка спрямована на якісно-кількісне забезпечення діяльності на ринку.

Конкурентоспроможність підприємства нерозривно пов'язана з конкурентоспроможністю галузі. Конкурентоспроможність галузі відіграє велике

значення. На думку О. М. Бородіної, важливим є мезорівень, де формуються перспективи розвитку галузі, адже саме тут створюються головні передумови для успішної роботи підприємств [30, 167]. У сучасних умовах ефективним визнається такий розвиток галузі або національної економіки в цілому, який орієнтований на її сталу конкурентоспроможність [29; 24]. У зв'язку з цим конкурентоспроможність галузі інтерпретується як володіння властивостями, що формують її переваги в економічному змаганні з іншими галузями за споживачів її продукції і різноманітні ресурси, що можуть бути використані для організації нормального функціонування галузі [19, 59]. П. К. Канінський вважає конкурентоспроможною галузь, здатну отримувати більші прибутки на одиницю витрачених ресурсів порівняно з іншими галузями народного господарства країни [31, 533]. Під мезоконкурентоспроможністю галузі, або галузевого чи корпоративного комплексу розуміють ефективність роботи окремих галузей національного господарства, оцінюючи при цьому ступінь виконання даною галуззю специфічних функцій, що задовольняють певні потреби суспільства. За такої оцінки можуть виникнути певні протиріччя між зовнішньоекономічним аспектом конкурентоспроможності галузі і її місцем та роллю в господарській системі, які усуваються шляхом вироблення державної політики, що враховує чинники суспільного характеру і національної безпеки країни [18, 67–77]. Сутність конкуренції у певній галузі М. Портер вбачає у п'яти силах, що визначають конкуренцію у галузі: загроза з'явлення нових конкурентів; загроза появи товарів чи послуг-замінителів; здатністю постачальників торгуватися; здатністю покупців торгуватися; суперництвом наявних конкурентів. Значення кожної із п'яти сил змінюється від галузі до галузі та визначає їх прибутковість. Разом з цим, необхідно звернути увагу на окремі галузі країни, в яких зазначені сили не можуть бути представлені повною мірою [18, 94–95].

Важливий показник конкурентоспроможності економічного суб'єкта будь-якого рівня – наявність у нього конкурентних переваг, тобто якостей, які відсутні або менш чітко виражені у суперників. Конкурентоспроможність галузі формується із конкурентоспроможностей підприємств, які її складають і "... залежить від спроможності конкретних виробників випускати конкурентоспроможні товари" [25, 47]. Г. Л. Багієв, Н. К. Мойсеєва та С. В. Нікіфорова визначають конкурентоспроможність галузі як "...відносну характеристику, що відображає відмінності процесу розвитку даного виробника від виробника конкурента як за ступенем задоволення власними товарами та послугами певної суспільної потреби, так і за ефективністю виробничої діяльності. У цьому випадку основний зміст поняття "конкурентоспроможність виробника" полягає в тому, що воно характеризує можливості та динаміку пристосування виробника до мінливих умов конкуренції на ринку" [26, 205].

Таким чином, конкурентоспроможність галузі визначається як відносна характеристика конкурентних відносин сукупності конкурентоспроможностей підприємств, які її складають у відповідному середовищі, що передбачає реалізацію специфічних ознак, що задовольняють певні потреби суспільства.

Теорія конкуренції виходить із того, що конкурують не країни, а окремі виробники чи продавці продукції. Але економічний успіх держави, тобто її конкурентоспроможність, безпосередньо визначається наявністю у неї конкурентоспроможних галузей. Отже, основою конкурентоспроможності національної економіки є конкурентоспроможні галузі країни. Найбільш конкретним носієм конкурентоспроможності економіки країни на ринках є галузь, котра складається з підприємств. Тобто, конкурентоспроможність галузі залежить від конкурентоспроможності підприємств і їх продукції забезпечити конкурентоспроможність у певному періоді.

Конкурентоспроможність виступає комплексною економічною категорією. Саме тому,

об'єктивною основою подальшого розгляду сутності даного явища є дефініція "конкурентоспроможність національної економіки". Конкурентоспроможність національної економіки, галузі і підприємства співвідносяться між собою як ціле і його частини через залежність від результатів конкурентної боротьби галузей і підприємств. На необхідності забезпечення високого рівня конкурентоспроможності національної економіки як засобу підвищення добробуту суспільства наголошував один із сучасних дослідників проблем конкурентоспроможності М. Портер, який зазначав, що конкурентоспроможність не є самоціллю. "Головна мета держави, – зазначав він, – забезпечити власним громадянам достатньо високий рівень життя. Спроможність держави зробити це залежить не від якогось аморфного терміну "конкурентоспроможність", а від того, наскільки продуктивно використовуються національні ресурси – праця та капітал" [18, 35].

Конкурентоспроможність країни зумовлюється реалізацією чотирьох детермінант конкурентної переваги країни: 1) забезпеченість факторами виробництва, зокрема розвиненими спеціалізованими чинниками (науково-технічні знання, кваліфікована робоча сила, інфраструктура), що цілеспрямовано створюються країною; 2) параметри внутрішнього попиту на продукцію певної галузі, які, залежно від обсягу та структури, дозволяють використовувати ефект масштабу, стимулюють нововведення та підвищення якості продукції, її вихід на зовнішній ринок; 3) наявність у країни конкурентоздатних галузей-постачальників (що забезпечує швидкий доступ до необхідних ресурсів) та споріднених із ними, які виробляють взаємозамінну продукцію. Такими параметрами формуються, за висловом М. Портера, кластери національних конкурентоздатних галузей; 4) національні особливості стратегії, структури та суперництва фірм, тобто умови, які визначають особливості створення та управління фірмами, характер конкуренції на внутрішньому ринку [18, 92–126].

М. Портер підкреслює, що національні економіки мають найбільші переваги та успіх у тих галузях, в яких усі чотири детермінанти конкурентної переваги мають найсприятливіший характер. Конкурентні переваги національної економіки не можуть базуватися лише на одній або двох детермінантах, оскільки перевага, сформована, наприклад, на природних чинниках – природних ресурсах – не може бути довготривалою, оскільки вона швидко перетікає із країни до країни, а глобальні фірми легко можуть нейтралізувати її, за умови, коли починають діяти "в обхід" на основі глобальної стратегії [18, 94–95].

У науковій літературі національна конкурентоспроможність традиційно трактується як зумовлене економічними, соціальними і політичними чинниками стійке становище країни або її продуцента на внутрішньому і зовнішньому ринках. У зв'язку із цим, на нашу думку, конкурентоспроможність національної економіки є сукупністю притаманних конкретній національній економіці чинників, здатних забезпечити пропозицію товарів і послуг, виготовлених за умов застосування новітніх технологій, вільного і справедливого ринку та зростаючих доходів населення, що є прийнятними для міжнародної торгівлі за співвідношенням ціна-якість. Дія цієї сукупності чинників повинна мати своїм наслідком позитивну динаміку випуску продукції, зайнятості та факторних доходів, а також зміцнення позицій національної економіки на світовому ринку [39, 13–14].

На думку І. В. Пилипенка: "Конкурентоспроможність національної економіки необхідно розглядати не тільки чисто з економічної й економіко-географічної точок зору, а також додати якісну оцінку розвитку конкурентних переваг країни у світовому господарстві" [37, 33–34].

Виокремлюють внутрішню, зовнішню, реальну та потенційну конкурентоспроможність національної економіки [33, 8].

Так, Ю. М. Пахомов переконаний, що конкурентоспроможність – це обумовлені економічними, соціальними і політичними факторами позиції країни або товаровиробника

на внутрішньому і зовнішньому ринках. В умовах відкритої економіки вона може визначатися і як здатність країни протистояти міжнародній конкуренції на власному ринку і на ринках третіх країн [32, 17]. Ми погоджуємося з професором В. Андріановим, який вважає, що показник конкурентоспроможності національної економіки об'єднує конкурентоспроможність товару, товаровиробника та галузеву конкурентоспроможність. У загальному вигляді її можна визначити як здатність країни в умовах вільної торгівлі виробляти товари і послуги, які відповідають вимогам світового ринку, реалізація яких підвищує добробут країни і окремих її громадян [25, 39]. П. К. Канінський вважає конкурентоспроможність національної економіки, як можливість держави пропонувати ринку вироби дешевше, ніж інші країни, конкурувати в конкретній товарній зоні за збільшення сегменту ринку та прибутку від реалізації товарів [31, 533].

На думку С. В. Емельянова, конкуренція національної економіки – це якісно новий вид конкуренції, який з'являється в умовах глобалізації. Вона пов'язана з підвищенням важливості соціальної сфери – сфери відтворення людських ресурсів, яка знаходиться поза межами підприємств, але визначає потенціал розвитку останніх. Зараз розгортається конкурентна боротьба між підприємствами за право володіти людськими ресурсами, проте їх відтворення відбувається переважно завдяки зусиллям країни, а не підприємства. Саме тому здатність відтворювати людські ресурси, а потім користуватися результатом їх відтворення є ознакою глобальної конкурентоспроможності країни [34, 14]. Отже, можливості підтримати конкурентні переваги національних виробників державою лежать не стільки в сфері регулювання галузевої структури економіки, скільки в сфері регулювання відтворення конкурентних переваг того чи іншого рівня, незалежно від галузевої приналежності виробника. Географічні аспекти конкурентоспроможності були враховані у визначенні Н. С. Мироненко: "Під конкурентоспроможністю національної економіки розуміється концентрований вираз економічних, науково-технічних, виробничих, організаційно-управлінських, маркетингових й інших можливостей, реалізованих у товарах, що успішно протистоять закордонним товарам як на внутрішньому, так і на зовнішніх ринках. Всі ці можливості географічно диференційовані і є характерними рисами тієї або іншої території" [36, 5]. Конкурентоспроможною можна вважати таку національну економіку, яка у своєму розвитку забезпечує: стійке зростання життєвих стандартів населення країни; досягнення і утримання національними товаровиробниками таких позицій у світовій економіці, коли їхні товари і послуги успішно реалізуються на міжнародних ринках [28, 30].

Ми погоджуємося з думкою Я. Б. Базилюк, котра визначає конкурентоспроможність національної економіки як економічну категорію, що характеризує стан суспільних відносин у державі щодо забезпечення умов стабільного підвищення ефективності національного виробництва, адаптованого до змін світової кон'юнктури та внутрішнього попиту на основі розкриття національних конкурентних переваг та досягнення кращих, ніж у конкурентів, соціально-економічних параметрів [33, 6].

Низка авторів висунули думку, яка дозволяє трактувати конкурентоспроможність національної економіки як здатність економічної системи забезпечувати соціально-економічну оптимальність за будь-якого впливу внутрішніх та зовнішніх чинників [35, 13]. Вчені Я. А. Жаліло, Я. Б. Базилюк та Я. В. Белінська зазначають, що, як економічна категорія, конкурентоспроможність національної економіки має певні особливості. По-перше, конкурентоспроможність є атрибутом кожного господарства, яке засноване на поділі праці та товарному обміні і бере участь у світовому поділі праці. Конкурентоспроможність національної економіки виявляється у процесі міжнародних економічних відносин. Прагнення досягти високого рівня конкурентоспроможності є виразом як національних економічних інтересів, так й інтересів окремих фірм, що беруть

участь в міжнародних економічних відносинах, А тому процеси нарощування конкурентоспроможності притаманні кожній економіці, в якій діють закони товарного виробництва. По-друге, конкурентоспроможність національної економіки, як характеристика стану господарської системи, має внутрішні витоки: вона народжується і розвивається у внутрішньому середовищі країни у процесі конкурентного змагання між суб'єктами економічних відносин. По-третє, конкурентоспроможність національної економіки потребує постійного розширення джерел для самодостатнього розвитку суб'єктів господарювання, проте водночас ґрунтується на принципах конкурентних взаємовідносин між ними, які призводять до втрати частини прибутку, що міг би бути джерелом розвитку. По-четверте, вона визначається умовами економічного розвитку країни та залежить від здатності суб'єктів економічних відносин використовувати ці умови з максимальною ефективністю для себе. Проте конкурентоспроможність національної економіки передбачає, передусім, високий рівень загального суспільного позитивного ефекту, для досягнення якого ефективність фірм та отримання ними високих прибутків є хоча й необхідною, але недостатньою умовою. По-п'яте, конкурентоспроможність національної економіки виходить із соціально-економічної оптимальності, досягнутої в суспільстві, за якої позитивні надбання від ефективного використання матеріальних, трудових та організаційних ресурсів балансуються з виконанням соціальних та інших бюджетних програм. По-шосте, відповідальність за стан конкурентоспроможності національної економіки несе держава. Їй належить провідна роль у визначенні змісту та важелів економічної політики, дотриманні зобов'язань перед світовими організаціями та країнами-партнерами, а, отже, і у застосуванні коригувальних механізмів, здатних абсорбувати негативні чинники внутрішнього та зовнішнього походження і не допустити погіршення соціально-економічних параметрів розвитку країни [35, 13–15].

Отже, конкурентоспроможність національної економіки – складне, багатоаспектне поняття, важливий узагальнюючий показник рівня розвитку економіки, котрий характеризує усі сторони соціально-економічного розвитку.

Таким чином, конкурентоспроможність національної економіки, галузі, підприємства і продукції – це різні, за сутністю, поняття, що гармонійно доповнюють одне одного, виступають соціально-економічною формою єдності ефективності виробництва, організації управління і подальшої стратегії розвитку. Досліджуючи теоретико-методологічну базу дефініції “конкурентоспроможність”, вивчаючи її сутність і форми, нами виявлено, що їм притаманна універсальність, всеосяжність, конкретність і специфічна обумовленість, що, в свою чергу, створює їх оригінальність і належить до певної сфери дослідження. Різноманітність поглядів щодо терміну “конкурентоспроможність” вимагає подальших методологічних пошуків щодо розуміння сутності цього складного економічного явища, класифікації його тлумачень, що забезпечить формування конструктивних підходів і створить нову спіраль у гносеології науки.

Література

1. *Экономическая стратегия фирмы: Учеб. пособие / Под ред. А. П. Градова. – 3-е изд., испр. – СПб.: Спец-Лит, 2000. – 589 с.*
2. *Кононенко И. Метод экспресс-анализа уровня конкурентоспособности продукции / И. Кононенко // Экономика Украины. – 1998. – №2. – С. 80–83.*
3. *Райс Э. Позиционирование. Битва за узнаваемость / Э. Райс, Дж. Траут. – СПб: Питер, 2004. – 256 с.*
4. *Таран В. А. Конкурентоспособность предприятий: проблемы современной политики и стратегия в области качества / В. А. Таран // Машиностроитель. – 1998. – № 2. – С. 6–12.*

5. Трубилин А. Конкурентоспособность – главный фактор эффективности производства / А. Трубилин // АПК: экономика, управление. – 2002. – № 12. – С. 39–46.
6. Швець В. Е. Про управління конкурентоспроможністю продукції на підприємстві / В. Е. Швець. – Ленінград: ЛДНТП, 1990. – 32 с.
7. Ахматова М. Теоретические модели конкурентоспособности / М. Ахматова, Е. Попов // Маркетинг. – 2003. – №4(71). – С. 25–38.
8. Кваша С. М. Конкурентоспроможність вітчизняної сільськогосподарської продукції на світовому аграрному ринку / С. М. Кваша, Н. Є. Голомша // Економіка АПК. – 2006. – № 5. – С. 99–104.
9. Иванов Ю. Б. Конкурентоспособность предприятия в условиях формирования рыночной экономики / Ю. Б. Иванов. – Х.: РИО ХГЭУ, 1997. – 246 с.
10. Ламбен Жан-Жак. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива: Пер. с франц. / Ж. Ж. Ламбен. – СПб.: Наука, 1996. – 589 с.
11. Мазаракі А. Економіка торговельного підприємства: Підручник / А. Мазаракі, Л. Лігоненко, Н. Ушакова. – К.: Хрещатик, 1999. – 800 с.
12. Маренич А. Управление конкурентоспособностью предприятия / А. Маренич, І. Астахова // Бизнес-Информ. – 1996. – № 5 – С. 23–27.
13. Нечаев С. Ю. Конкурентоспособность и технический уровень тракторов на капиталистическом рынке / С. Ю. Нечаев, В. К. Дегтярева, В. Б. Лобанов. – М.: УНИИТЭИ, 1987. – 44 с.
14. Оберемчук В. Ф. Стратегія підприємства / В. Ф. Оберемчук. – К.: МАУП, 2000 – 128 с.
15. Шершнева З. Е. Стратегічне управління / З. Е. Шершнева, С. В. Оборська. – К.: КНЕУ, 1999. – 384 с.
16. Економіка підприємства: підручник / За заг. ред С. Ф. Покропивного. – Вид. 2-ге, перероб. та доп. – К.:КНЕУ, 2001. – 528 с.
17. Попов С. А. Стратегическое управление / С. А. Попов. – М.: Вильямс, 2000. – 495 с.
18. Портер М. Международная конкуренция / М. Портер. – М.: Международные отношения, 1999. – 838 с.
19. Савчук В. Системний підхід к анализу конкурентоспособности промышленного производства / В. Савчук // Економіст. – 2001. – № 12. – С. 58–61.
20. Тарнавська Н. П. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теорія, методологія, практика / Н. П. Тарнавська. – Тернопіль: Економічна думка, 2008. – 570 с.
21. Фасхиев Х. А. Как измерить конкурентоспособность предприятия? / Х. А. Фасхиев, Е. В. Попова // Маркетинг в России и за рубежом. – 2003. – №4(36). – С. 53–68.
22. Фатхутдинов Р. А. Стратегический менеджмент / Р. А. Фатхутдинов. – М.: ЗАО „Бизнес-школа Интел-Синтез”, 1997. – 312 с.
23. Шкардун В. Интегральная оценка конкурентоспособности предприятия / В. Шкардун // Маркетинг. – 2005. – № 1(80). – С. 38–50.
24. Юданов А. Ю. Конкуренция: теория и практика: Учебно-практическое пособие. – 2-е изд., испр. и доп / А. Ю. Юданов. – М.: Тандем: Гном-Пресс, 1998. – 384 с.
25. Андрианов В. Конкурентоспособность России в мировой экономике / В. Андрианов // Экономист. – 1997. – № 10. – С. 37–47.
26. Багиев Г. Л. Маркетинг: Учебник для вузов / Г. Л. Багиев, Н. К. Моисеева, С. В. Никифорова. – М.: ОАО “Изд-во “Экономика”, 2001. – 512 с.

27. Гельвановский М. Конкурентоспособность в микро-, мезо- и макроуровневом измерении / М. Гельвановский, В. Жуковская, И. Трофимова // Российский экономический журнал. – 1998. – № 3. – С. 67–77.
28. Губський Б. В. Конкурентоспроможність економіки України. Посттрансформаційна перспектива / Б. В. Губський. – К.: Наукова думка, 2004. – 344 с.
29. Коваленко Ю. С. Аграрний ринок України: організація та управління / Ю. С. Коваленко. – К.: ІАЕ УААН, 1998. – 107 с.
30. Конкурентоспроможність економіки України: стан і перспективи підвищення / За ред. д-ра екон. наук І. В. Крючкової. – К.: Основа, 2007. – 488 с.
31. Основи аграрного підприємництва / За ред. М. Й. Маліка. – К.: Інститут аграрної економіки, 2000. – 582 с.
32. Пахомов Ю. М. Національні економіки в глобальному середовищі / Ю. М. Пахомов, Д. В. Лук'яненко, Б. В. Губський. – К.: Україна, 1997. – 237 с.
33. Базиліук Я. Б. Конкурентоспроможність національної економіки: сутність та умови забезпечення: Монографія / Я. Б. Базиліук. – К.: НІСД, 2002. – 132 с.
34. Емельянов С. В. США: международная конкурентоспособность национальной промышленности. 90-е годы XX века / С. В. Емельянов. – М.: Международные отношения, 2001. – 408 с.
35. Конкурентоспроможність економіки України в умовах глобалізації / Я. А. Жаліло, Я. Б. Базиліук, Я. В. Белінська та ін.; За ред. Я. А. Жаліла. – К.: НІСД, 2005. – 388 с.
36. Конкурентоспособность в системе мирового хозяйства: пространственный анализ / Под ред. Н. С. Мироненко. – М.: Пресс – Соло, 2002. – 472 с.
37. Пилипенко И. В. Конкурентоспособность стран и регионов в мировом хозяйстве: теория, опыт малых стран Западной и Северной Европы / И. В. Пилипенко. – Смоленск: Ойкумена, 2005. – 496 с.
38. Портер М. Стратегії конкуренції: Методика аналізу галузей і діяльності конкурентів. / Пер. с англ. А. Олійник, Р. Сільський / М. Портер. – К.: Основи, 1998. – 264 с.
39. Шнипко О. С. Національна конкурентоспроможність: сутність, проблеми, механізми реалізації / О. С. Шнипко. – К.: Наукова думка, 2003. – 343 с.
40. Ожегов С. И. Словарь русского языка. / Изд. 11-е Под ред. доктора филологических наук проф. Н. Ю. Шведовой / С. И. Ожегов. – М.: "Русский язык", 1975. – 846 с.
41. Борисов А. Б. Большой экономический словарь / А. Б. Борисов. – М.: Книжный мир, 2003. – 895 с.

Редакція отримала матеріал 17 листопада 2009 р.