

УДК 339.137.22

DOI: <https://doi.org/10.18664/btie.85.306327>

КОНКУРЕНЦІЯ: СУЧАСНЕ РОЗУМІННЯ, СУТНІСТЬ ТА ВПЛИВ НА РИНКОВУ ЕКОНОМІКУ

*Каличева Н.Є., д.е.н., професор,
Чорнобровка І.В., к.е.н., доцент (УкрДУЗТ)*

Конкуренція виступає базисом розвитку та функціонування соціально-економічних систем. Конкурентні відносини мають безпосередній вплив на результати економічної діяльності суб'єктів. Стаття присвячена дослідженню теоретичних аспектів конкуренції та її ролі на ринку. Сформовано основні принципи та положення поняття «конкуренція» та наведено її основні характеристики. Встановлено, що трансформація бізнес-середовища є засобом формування нових конкурентних відносин. Відзначено, що в умовах трансформації бізнес-середовища відбувається формування теорії мережевої інтелектуально-інформаційної конкуренції, яка визначає низку цілей та принципів розвитку динамічних конкурентних переваг підприємств. Зауважено, що під тиском глобалізації інтеграційна взаємодія суб'єктів господарювання має значний вплив на конкурентну боротьбу.

Ключові слова: ринкове середовище, конкуренція, еволюція, трансформація, розвиток, гіперзв'язані інтелектуально-інформаційні бізнес-системи.

COMPETITION: MODERN UNDERSTANDING, ESSENCE AND IMPACT ON THE MARKET ECONOMY

*Kalicheva N. E., Doctor of Economic Sciences, Professor,
Chornobrovka I., Candidate of Economic Sciences, associate professor (USURT)*

Competition is considered as a competition for the consumer, for a position in the market, for the possession of resources, for better production conditions, etc. to get better results and eliminate competitors. The modern market is a dynamic economic system that is constantly transformed under the influence of external and internal factors, which are quite

difficult to predict, and sometimes simply impossible. It should also be noted that competition is a special relationship in society that arises during the distribution of market resources between subjects and leads to the maximization of the optimal performance of the enterprise in order to produce the best product or provide the highest level of services. In the conditions of globalization and free market relations, it is becoming more and more difficult for market participants to fight the competition. This is because the market is flooded with the same or similar goods and services. Due to the oversaturation of the market, the consumer becomes the main one; the competition takes place for consumer choice. Therefore, the process of forming a competitive position on the market is based on the potential competitiveness and competitive position of the enterprise, which contributes to strengthening the competitive position on the market by forming competitiveness as an object of management through the formation of specific products (services), which, as new ideas, bring competitive advantages in the process their creation; formation of a basic competitive position at the stage of service provision; the ability to satisfy customers at the highest level by fulfilling all their needs. In the modern market model of the economy, competition is manifested in two perspectives. On the one hand, competition is an ideal market model that forms an economic model of enterprise development, and on the other hand, it is a dynamic basis for stimulating economic development and a mechanism for economic stability and destruction that arises in the process of resolving contradictions within competition. Moreover, the modern influence of market mechanisms, that is, the process of digital transformation of business, changes the conditions of competition. Traditional hierarchical competitive relations are modified into a new network, intellectual and information business model of competitive interaction, based on mutual trust and responsibility of competitors.

Keywords: *market environment, competition, evolution, transformation, development, hyper-connected intellectual and informational business systems.*

Постановка проблеми та її зв'язки з науковими чи практичними завданнями. Конкуренція виступає механізмом взаємодії суб'єктів господарювання для досягнення найкращих позицій на ринку. Її трактують як боротьбу за споживача, сучасні технології та ресурси, а також як співробітництво щодо спільної реалізації проєктів, створення відповідної ринкової інфраструктури, прийняття єдиних стандартів та «правил гри».

Конкуренцію досліджують у багатьох аспектах як в економіці, так і в інших гуманітарних наукових напрямках, використовуючи різні методи на підході до вивчення зазначеного поняття. Зважаючи на багатоаспектність даного поняття і різноманіття підходів до його розуміння слід детальніше дослідити особливості сучасного трактування конкуренції і процеси трансформації ринкових конкурентних відносин.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Серед провідних науковців, які займалися питаннями вивчення конкуренції, її становлення та розвитку варто виділити праці Портера М., Сміта А., Шумпетера Й., Пуцентейла П., Рудницької М., Філюка Г., Корецької О., Келічавого А., Шпака О., Квятка Т., Шнипка О., Борисової Т. та ін. [1-13], у дослідженнях яких розкрито еволюцію теорії конкуренції та різні аспекти трактування поняття «конкуренція».

Виділення невирішених частин загальної проблеми. Проте, довготривалий процес формування теорії конкуренції не призвів до досягнення консенсусу щодо сутності поняття «конкуренція». Визначення поняття «конкуренція», а особливо чинників, які на неї впливають, завжди викликає наукові дискусії як з точки зору теорії, так і практики.

Метою статті є дослідження

впливу трансформації ринкових відносин на трактування поняття «конкуренція».

Виклад основного матеріалу дослідження. Сучасне визначення поняття «конкуренції» базується на наступних підходах:

- конкуренція як суперництво на ринку;
- конкуренція як рівновага між попитом і пропозицією;
- конкуренція як залежність загальних ринкових умов від поведінки окремих учасників ринку.

Сучасна мікроекономічна теорія трактує конкуренцію як постійну властивість ринків із притаманними їй характеристиками, котрі сприяють [6]:

- відтворенню техніко-економічних параметрів товару на всіх стадіях його життєвого циклу від проектування до післяпродажного обслуговування;
- формуванню системних складових ринкових відносин, які визначають сукупність притаманних виробництву елементів (витрати, ціноутворення, адаптивність до вимог ринку, задоволення потреб у товарах і послугах тощо);
- визначенню ринкових методів господарювання, що впливає на характер і форму відносин між учасниками ринку;
- виконанню наступних функцій:
 - регулювання. Щоб протистояти боротьбі підприємці повинні пропонувати товари, яким надають перевагу споживачі (суверенітет споживача);
 - стимулювання. Підприємства, які виробляють продукцію найкращої якості за найнижчою ціною, зазвичай отримують додаткову винагороду, оскільки попит на їхню продукцію зростає, порівняно з конкурентами;
 - розподіл. Перерозподіл доходів між суб'єктами господарювання;
 - контроль. Обмеження економічної влади кожного підприємства.

У цілому конкуренція розглядається як змагання за споживача, за позицію на ринку, за володіння ресурсами, за кращі умови виробництва і т. д. для отримання

кращих результатів та усунення конкурентів.

Сучасний ринок – це динамічна економічна система, котра постійно трансформується під дією зовнішніх та внутрішніх чинників, передбачити які досить складно, а, інколи, – просто не можливо [14].

Слід також зазначити, що конкуренція – це особливі відносини в суспільстві, які виникають при розподілі ринкових ресурсів між суб'єктами і призводять до максимізації оптимальних показників діяльності підприємства з метою виробництва найкращого продукту або надання найвищого рівня послуг [15].

В умовах глобалізації та вільних ринкових відносин учасникам ринку стає дедалі важче вести конкурентну боротьбу. Це пов'язано з тим, що ринок переповнений однаковими або схожими товарами та послугами. Через перенасичення ринку головним стає споживач, конкурентна боротьба відбувається за споживчий вибір. Тож процес формування конкурентної позиції на ринку базується на потенційній конкурентоспроможності та конкурентній позиції підприємства, що сприяє зміцненню конкурентної позиції на ринку шляхом формування конкурентоспроможності як об'єкта управління:

- через формування специфічних продуктів (послуг), які, як нові ідеї, приносять конкурентні переваги в процесі їх створення;
- формування базової конкурентної позиції на етапі надання послуги;
- здатність задовольняти клієнтів на найвищому рівні, виконуючи всі їхні потреби.

В останні десятиліття зміни у способах виробництва, перехід суспільного устрою від капіталізму до посткапіталізму, майже повна інформатизація суспільства, глобалізація, діджиталізація та інші фактори призвели до стрімкого зростання динамізму ринкового середовища. Тож, щоб адаптуватися до цих умов, світова економічна система повинна рухатися до

нової ринкової структури шляхом формування нових відносин між суб'єктами та об'єктами ринку.

За таких умов підприємствам варто формувати та, особливо, контролювати досягнення кінцевих результатів, тому вони зосереджуються передусім на підтримці існуючих і створенні нових унікальних конкурентних переваг.

Відзначимо, що у сучасній ринковій моделі економіки конкуренція виявляється у двох ракурсах. З одного боку, конкуренція є ідеальною ринковою моделлю, яка утворює економічну модель розвитку підприємства, а з іншого – динамічною основою стимулювання економічного розвитку та механізмом економічної стабільності і руйнування, що виникає в процесі розв'язання суперечностей всередині конкуренції. Тим більше, що сучасний вплив ринкових механізмів, тобто процес цифрової трансформації бізнесу, змінює умови конкуренції. Традиційні ієрархічні конкурентні відносини модифікуються в нову мережеву, інтелектуальну та інформаційну бізнес-модель конкурентної взаємодії, засновану на взаємній довірі та відповідальності конкурентів (табл. 1) [16].

Відзначимо, що суть сучасних теорій мережевої інтелектуально-інформаційної конкуренції полягає в трансформації конкуренції в партнерство і формуванні гіперзв'язаних інтелектуально-інформаційних бізнес-систем. Останнє базується на впровадженні цифрових технологій, ресурсів, компетенцій та бізнес-платформ, які посилюють інноваційну та виробничу кооперацію між секторами, збільшують швидкість та обсяги поширення інформації та знань, скорочують життєвий цикл інновацій та загалом сприяють створенню динамічної конкурентоспроможності підприємств [16].

Слід зазначити, що практично усі ринкові взаємини сьогодні зміщуються в інтернет-ресурси, засновані на прямій співпраці між виробниками та споживачами. Такий підхід сприяє формуванню нового ринкового середовища, в якому інформація є основним ресурсом, що зумовлює формування нових ринкових платформ, які потім еволюціонують у платформи глобалізації. Іншими словами, централізоване корпоративне управління є неефективним на сучасних ринках.

Таблиця 1

Формування принципів та положень поняття «конкуренція» (сформовано на основі [1, 2, 3, 4, 7, 10, 11, 15])

Теоретичний напрям	Головні положення	Чинники формування конкурентних переваг
1	2	3
Абсолютні переваги	Значна кількість учасників, вільний доступ учасників ринку до інформації, відсутність продуктового розподілу	Ціна, продуктивність праці
Досконала конкуренція	Вільний доступ до ринку, відсутність неринкового впливу на ціну	Об'єми продажів, обсяги виробництва
Недосконала конкуренція	Виділення на ринку лідерів, утворенням монополії чи олігополії	Нецінові фактори: якість, репутація, товарні знаки, диференціація продукції
Економічний розвиток	Швидке впровадження новацій	Інновації, які впливають на способи виготовлення та реалізації продукції
Конкурентні переваги	Конкурентна боротьба суб'єктів господарювання, які функціонують у різних соціально-економічних умовах	Низькі ціни, покращення характеристик товару, удосконалення механізмів просування товару на ринок

Продовження табл. 1

1	2	3
Інтелектуальне лідерство	Швидка адаптація до змін	Економіка знань, інтелект
Співконкуренція	Співробітництво між виробництвом, споживачем та суспільством для вироблення необхідних економічних благ	Кооперація, взаємодія, співпраця з конкурентами
Мережева інтелектуально-інформаційна конкуренція	Партнерство, трансформація підходів до управління, формування інтелектуально-інформаційних бізнес-систем	Інформація, цифрові інновації, бізнес-платформи, персоналізація, довіра, відповідальність

Важливим є процес конкуренції за кращу ринкову позицію. Адже саме конкуренція є рушійною силою розвитку та вдосконалення підприємств, оптимізації використання ресурсів, підвищення якості, рівня обслуговування тощо.

Висновки. Впровадження цифрових технологій, ресурсів, компетенцій та бізнес-платформ, що гарантують посилення інноваційної та виробничої кооперації між секторами та зростання швидкості ведення господарської діяльності, призводять до того, що традиційні ієрархічні конкурентні відносини трансформуються в конкурентні взаємодії в новій мережевій інтелектуально-інформаційній бізнес-моделі, заснованій на взаємній довірі та відповідальності конкурентів.

Формується принципово новий погляд на структуру ринку. У зв'язку з цим найважливішим завданням є розроблення концепції мережевої інтелектуально-інформаційної конкуренції, яка повністю відповідає сучасній економічній ситуації і може слугувати теоретико-методологічною основою для практичної діяльності суб'єктів та інститутів ринкових відносин.

Становлення мережевої інтелектуально-інформаційної конкуренції забезпечується посиленням інноваційно-виробничої кооперації між секторами і супроводжується збільшенням швидкості та обсягів циркуляції інформації і знань, скороченням життєвих циклів інновацій, розширенням інтелектуальних і цифрових компетенцій та операційної гнучкості підприємств з супутнім підвищенням операційної гнучкості бізнес-систем.

ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Портер М. Стратегія конкуренції. Пер. з англ. А. Олійник, Р. Сільський. К.: Основи, 2009. 390 с.
2. Porter M. E. How Competitive Forces Shape Strategy. *Harvard business review*. 1979. Vol. 57. No. 2. P. 137-145. URL: https://asiakas.kotisivukone.com/files/laatuopintim2013.kotisivukone.com/tiedostot/porter_5competitive_forces.pdf.
3. Smith A. The Wealth of Nations. Glazgo: R.X. Campbell, A.S. Skinner, 1976. 1002 p.
4. Schumpeter J.A. Theoretical Problems of Economic Growth. 1947. URL: <https://www.cambridge.org/core/journals/journal-of-econichistory/article/theoretical-problems-of-economic-growth/2567028DDB45AB8D90EA2753F5D78ABA>.
5. Пуцентейло П. Конкуренція як економічна категорія. *Економіка АПК*. 2013. № 4. С. 122-126.
6. Рудницька М.О. Мікроекономіка: навч. посіб. К.: ЦУЛ, 2008. 360 с.
7. Филюк Г.М. Конкуренція і монополія в епоху глобалізації: монографія Житомир: Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2011. 404 с.
8. Корецька О. В. Розвиток теорії конкуренції і сучасне розуміння конкурентоспроможності промислових підприємств. *Наукові праці МАУП*. 2014. Випуск 43(4). С. 190-195.
9. Келічавий А. В. Еволюція

конкуренції: від зародження поняття до сучасних особливостей. *Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України*. 2016. Випуск 5 (115). С. 58-64.

10. Шпак О. Г. Еволюція теорії конкуренції в умовах динамічного зовнішнього середовища. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2011. № 6. Том 4. С. 95-98.

11. Квятко Т. М., Рижикова Н. І. Генезис теорій конкуренції та прикладні засади їх імплементації в інноваційно-інвестиційному розвитку соціально-економічних систем. *Актуальні проблеми інноваційної економіки*. 2017. № 4. С. 45-54

12. Шнипко О.С. Конкуренція як специфічна форма конфлікту і співіснування суб'єктів ринку. *Економіка і прогнозування*. 2009. № 1. С. 33–44.

13. Борисова Т. М. Міжнародна економічна конкуренція: навч. посіб. Тернопіль: ТНЕУ, 2019. 232 с.

14. Дикань В. Л. Національна модель індустріального розвитку країни: організаційно-управлінський аспект. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2023. № 81-82. С. 11–34.

15. Дикань В. Л., Боровик Ю. Т., Полякова О. М., Уткіна Ю. М. Забезпечення конкурентоспроможності підприємств: навчальний посібник. Х.: УкрДАЗТ, 2011. 387 с.

16. Каличева Н. Є. Теоретико-методологічні засади забезпечення конкурентоспроможності підприємств залізничного транспорту в умовах трансформації бізнес-середовища: дис. ... д-ра екон. наук. Український державний університет залізничного транспорту, Харків, 2019. 525 с.

REFERENCES

1. Porter M. (2009). *Strategiia konkurentsii*. [Competition strategy] K.: Osnovy, (in Ukraine)

2. Porter M. E. (1979). *How Competitive Forces Shape Strategy*. *Harvard*

business review, vol. 57, no. 2, pp. 137-145. Available at:

https://asiakas.kotisivukone.com/files/laatuopitimi2013.kotisivukone.com/tiedostot/porter_5competitive_forces.pdf

3. Smith A. (1976). *The Wealth of Nations*. Glazgo : R.X. Campbell, A.S. Skinner, (in Great Britain)

4. Schumpeter J.A. (1947). *Theoretical Problems of Economic Growth*. Available at: <https://www.cambridge.org/core/journals/journal-of-economichistory/article/theoretical-problems-of-economic-growth/2567028DDB45AB8D90EA2753F5D78ABA>

5. Putsenteilo P. (2013). *Konkurentsia yak ekonomichna katehoriia*. [Competition as an economic category]. *Economy of agriculture*, no. 4, pp. 122-126.

6. Rudnytska M.O. (2008). *Mikroekonomika: navch. posib*. [Microeconomics: teaching. manual]. K.: TsUL, (in Ukraine)

7. Fyliuk H.M. *Konkurentsia i monopoliiia v epokhu hlobalizatsii: monohrafiia* [Competition and monopoly in the era of globalization: a monograph]. Zhytomyr: Publishing House of ZhDU named after I. Franka, (in Ukraine)

8. Koretska O. V. (2014). *Rozvytok teorii konkurentsii i suchasne rozuminnia konkurentospromozhnosti promyslovykh pidpriemstv*. [The development of the theory of competition and the modern understanding of the competitiveness of industrial enterprises]. *Scientific works of MAUP*, issue 43(4), pp. 190-195.

9. Kelichavyi A. V. (2016). *Evoliutsiia konkurentsii: vid zarodzhennia poniattia do suchasnykh osoblyvostei*. [Evolution of competition: from the origin of the concept to modern features]. *Socio-economic problems of the modern period of Ukraine*, issue 5 (115), pp 58-64.

10. Shpak O. H. (2011). *Evoliutsiia teorii konkurentsii v umovakh dynamichnoho zovnishnoho seredovyscha*. [Evolution of the theory of competition in the conditions of

a dynamic external environment]. *Bulletin of the Khmelnytskyi National University*, no. 6, vol. 4, pp. 95-98.

11. Kviatko T. M., Ryzhykova N. I. (2017). Henezys teorii konkurentsii ta prykladni zasady yikh implementatsii v innovatsiino-investytsiinomu rozvytku sotsialno-ekonomichnykh system. [Genesis of theories of competition and applied principles of their implementation in innovative and investment development of socio-economic systems]. *Actual problems of innovative economy*, no 4, pp. 45-54.

12. Shnypko O.S. (2009). Konkurentsia yak spetsyfichna forma konfliktu i spivisnuvannia subiektiv rynku. [Competition as a specific form of conflict and coexistence of market entities]. *Economics and forecasting*, no. 1, pp. 33-44.

13. Borysova T. M. (2019) Mizhnarodna ekonomichna konkurentsia: navch.posib. [International economic competition: study guide]. Ternopil: TNEU, (in Ukraine)

14. Dykan V.L. (2023). Natsionalna model industrialnoho rozvytku krainy: orhanizatsiino-upravlinskyi aspekt. [The national model of industrial development of the country: organizational and management aspect]. *Bulletin of the economy of transport and industry*, no. 81-82, pp. 11-34.

15. Dykan V.L., Borovyk Yu.T., Poliakova O.M., Utkina Yu.M. (2011). Zabezpechennia konkurentospromozhnosti pidpryemstv: navchalnyi posibnyk. [Ensuring the competitiveness of enterprises: a study guide]. Kh.: UkrDAZT, (in Ukrainian).

16. Kalycheva N. Ye. (2019) Teoretyko-metodologichni zasady zabezpechennja konkurentospromozhnosti pidpryemstv zaliznychnogho transportu v umovakh transformaciji biznes-seredovyshha [Theoretical and methodological bases of ensuring the competitiveness of railway transport enterprises in the conditions of transformation the business environment] (Doctor's Thesis), Kharkiv, (in Ukraine).