

"Konstitutsiia SSSR 1924 g." [The Constitution of the USSR in 1924]. <http://www.tarasei.narod.ru/konst1924.htm>

Korchagin, Yu. A. "Prichiny raspada SSSR i proigrysha geopoliticheskoy borby" [The reasons for the collapse of the Soviet Union and the loss of geopolitical struggle]. <http://www.lerc.ru/?part=articles&art=1&page=12>

Kirsanov, V. P. "Raspad SSSR: vnutrennie i vneshnie faktory realizatsii globalizatsionnykh protsessov" [The collapse of the Soviet Union: the internal and external factors of the implementation of the globalization processes]. <http://cyberleninka.ru/article/n/raspad-sssr-vnutrennie-i-vneshnie-faktory-realizatsii-globalizatsionnykh-protsessov>

Surmin, Yu. P. *Teoriia sistem i sistemnyy analiz* [Systems theory and systems analysis]. Kyiv: MAUP, 2003.

Sivkov, K. "Oruzhie massovogo razlozheniia. Istoriia porazheniia SSSR v kholodnoy voyne nichemu ne nauchila Rossiiu" [Weapons of mass expansion. The history of the defeat of the USSR in the Cold War learned nothing from Russia]. <http://vpk-news.ru/articles/24528>

УДК 339.658

ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ ПОНЯТТЯ «КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ГАЛУЗІ»

© 2015 ОСТАПЕНКО А. В.

УДК 339.658

Остапенко А. В. Визначення сутності поняття «конкурентоспроможність галузі»

Статтю написано на актуальну тему, присвячену проблемі економічної конкуренції на галузевому рівні. Мета статті полягає в узагальненні існуючих підходів до поняття «конкурентоспроможність» та вдосконаленні визначення поняття «конкурентоспроможність галузі». Аналіз виділених підходів свідчить про те, що більшість науковців розглядає конкурентоспроможність галузі з позицій підприємства та продукту, що ним виробляється. Доведено, що поняття «конкурентоспроможність» має тісний взаємозв'язок з такими поняттями, як «якість», «конкуренція», «конкурентна позиція», «конкурентний статус», «технічний рівень продукції». Запропоновано визначення поняття «конкурентоспроможність продукції» як її здатність відрізнятися від товарів-аналогів, перш за все, своєю якістю та завдяки індивідуальним перевагам, які здатні максимально задовольнити потреби споживача. Розширено і доповнено поняття «конкурентоспроможність галузі» та запропонована формула її оцінки.

Ключові слова: конкуренція, конкурентоспроможність галузі, позиція, статус, якість, сегмент.

Рис.: 4. **Табл.:** 2. **Формул:** 2. **Бібл.:** 45.

Остапенко Андрій Валентинович – здобувач, Науково-дослідний центр індустріальних проблем розвитку НАН України (пл. Свободи, 5, Держпром, 7 під'їзд, 8 поверх, Харків, 61022, Україна)

УДК 339.658

Остапенко А. В. Определение сущности понятия «конкурентоспособность отрасли»

Статья написана на актуальную тему, посвященную проблеме экономической конкуренции на отраслевом уровне. Цель статьи заключается в обобщении существующих подходов к понятию «конкурентоспособность» и совершенствовании определения понятия «конкурентоспособность отрасли». Анализ выделенных подходов свидетельствует о том, что большинство ученых рассматривает конкурентоспособность отрасли с позиции предприятия и производимой им продукции. Доказано, что понятие «конкурентоспособность» имеет тесную взаимосвязь с такими понятиями, как «качество», «конкуренция», «конкурентная позиция», «конкурентный статус», «технический уровень продукции». Предложено определение понятия «конкурентоспособность продукции» как ее способность отличаться от товаров-аналогов, прежде всего, своим качеством и благодаря индивидуальным преимуществам, которые в состоянии максимально удовлетворить потребности потребителя. Расширено и дополнено понятие «конкурентоспособность отрасли» и предложена формула ее оценки.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентоспособность отрасли, позиция, статус, качество, сегмент.

Рис.: 4. **Табл.:** 2. **Формул:** 2. **Библ.:** 45.

Остапенко Андрей Валентинович – соискатель, Научно-исследовательский центр индустриальных проблем развития НАН Украины (пл. Свободы, 5, Госпром, 7 подъезд, 8 этаж, Харьков, 61022, Украина)

UDC 339.658

Ostapenko A. V. Definition of the Concept of «Competitiveness of Industry Sector»

The article is aimed at the topical issue of economic competitiveness at the industry sector level. The article summarizes existing approaches to the concept of «competitiveness», also the definition of the concept of «competitiveness of the industry sector» has been improved. An analysis of the selected approaches shows that the majority of scholars are considering the competitiveness of industry sector from the view of enterprise and the manufactured products. It has been proved that the concept of «competitiveness» has a close relationship with such concepts as «quality», «competition», «competitive position», «competitive status», and «technical level». It has been proposed to define the «competitiveness of production» as the property to be different from the goods-analogues, primarily due to its quality and individual advantages that are able to satisfy the needs of the consumer the most. The concept of «competitiveness» has been expanded and supplemented, a formula for its evaluation has been proposed.

Key words: competition, competitiveness of industry sector, position, status, quality, segment.

Pic.: 4. **Tabl.:** 2. **Formulae:** 2. **Bibl.:** 45.

Ostapenko Andriy V. – Applicant, Research Centre of Industrial Problems of Development of NAS of Ukraine (pl. Svobody, 5, Derzhprom, 7 pidyizd, 8 porokh, 61022, Ukraine)

А о аналізу досліджень і публікацій з проблематики конкурентоспроможності та її впливу на реальний сектор економіки протягом останнього століття була прикута увага величезної когорти вчених-економістів та практиків провідних країн світу, зокрема Г. Л. Азоева [1], М. Портера [2], В. М. Горбатова [3], В. А. Зінченка [4], Р. А. Фатхутдинова [5], М. О. Кизима [6, 7], Ю. Б. Іванова [8], О. М. Тищенко [6, 8], І. М. Ліфіц [9], А. Ю. Юданова [10] та багатьох інших. Однак бага-

тогранність та різноманіття дефініцій таких понять, як «якість», «конкуренція», «конкурентоспроможність», «конкурентна позиція», «конкурентний статус», «технічний рівень продукції», на яких було поставлено особливі акценти, потребують подальшої розробки та вдосконалення з урахуванням змін теорій, методологічних підходів та поглядів учених-економістів сучасності, а також пошуку ефективних методів оцінки галузевої конкурентоспроможності.

Однак результати проведених досліджень методичних підходів свідчать, що саме конкурентоспроможність галузі й досі залишається однією з найменш вивчених категорій. Переважна більшість напрацювань серед учених стосується дослідження конкурентоспроможності на рівні регіонів, підприємств або продукції чи послуг. Зазначене підтверджує актуальність потреби у розв'язанні проблем галузевої конкурентоспроможності.

Тому актуальним є завдання проведення аналізу сутності та змісту поняття «конкурентоспроможність» на основі узагальнення існуючих підходів до трактування споріднених категорій та дефініцій і пошуку наявності взаємозв'язку з іншими категоріями в межах економічних знань, а також визначення поняття «конкурентоспроможність галузі».

У міжнародному стандарті «ISO 9000» (2000 р.) зазначається, що «якість продукції – це ступінь, з яким сукупність її власних характеристик задовольняє вимоги. Ступінь, з якої потреби і очікування задоволені, визначає «хороша», «задовільна», «висока», «чудова», «погана», «низька» якість» [11].

Відповідно до міжнародного стандарту ISO9000:2000 «якість – це сукупність властивостей і характеристик продукції, які надають їй здатність задовольняти обумовлені або передбачувані потреби» [12].

П. А. Орлов відзначає, що «вимоги до якості автомобіля охоплюватимуть сукупність властивих йому власних характеристик і їх значення, тобто це будуть вимоги до його продуктивності, безвідмовності, довговічності, ергономічності, екологічності по можливості з кількісною оцінкою кожної характеристики» [11].

Колектив авторів у складі В. М. Караульнова та Г. С. Драпкина показником якості продукції називають «кількісну характеристику одного або декількох властивостей продукції, що становлять її якість, яка розглядається стосовно певних умов її створення та експлуатації або споживання» [13].

На практиці висока якість будь-якої продукції, як один з ключових факторів конкурентоспроможності, суттєво впливає на її рівень в процесі конкурентної боротьби.

Процес формування конкурентоспроможності здійснюється на трьох рівнях [14]:

1-й рівень – конкурентоспроможність товарів, вироблених у певній країні (*мікроконкурентоспроможність*);

2-й рівень – конкурентоспроможність підприємств і фірм національного базування, що виробляють товари і послуги, підтримують результатами своєї комерційної діяльності державний бюджет країни (*мезоконкурентоспроможність*);

3-й рівень – конкурентоспроможність (ефективність) функціонування всієї сукупності державних і суспільних інститутів і організацій, що забезпечують узгодженість роботи всього господарського організму країни, та його ефективна взаємодія з іншими країнами (*макроконкурентоспроможність*).

Класики економічної теорії К. Макконел і С. Брю пишуть, що конкуренцією вважається наявність на рин-

ку великої кількості незалежних покупців і продавців, можливість для покупців та продавців вільно входити на ринок і виходити з нього [15].

Американський економіст М. Портер у роботі [2] зазначає, що конкуренція це – «динамічний процес, який розвивається. Це ландшафт, який безперервно змінюється, на якому з'являються нові товари, нові шляхи маркетингу, нові виробничі процеси та ринкові сегменти».

Інший американський вчений – В. Стівенсон у праці «Operations Management» зазначає, що «...конкурентоспроможність демонструє, наскільки ефективно підприємство задовольняє потреби і уподобання споживачів відносно інших суб'єктів господарювання, що пропонують подібні товари і послуги» [16]. Він акцентує свою увагу на таких факторах конкурентоспроможності [16, с. 42]:

1. Визначення бажань і потреб споживачів у певному товарі. Важливим є досягнення ідеальної схожості між потребами покупців та товарами і послугами, що виробляються фірмою.

2. Ціна і якість є ключовими факторами для прийняття рішення споживачами про покупку, яке здійснюється шляхом компромісу між якістю і ціною.

3. Реклама і просування – засоби, що привертають увагу споживачів та інформують їх про особливості товару або послуги.

На думку Ю. Іванова і О. Тищенко, конкуренція – це «боротьба між підприємцями за найбільш ефективні умови й результати вкладення ресурсів у процесі виробництва й збуту товарів» [8].

В економічній теорії існує безліч визначень поняття «конкуренція», у процесі дослідження якого вчені розходяться як у змісті, так і в значенні цього терміна. Тому взаємопов'язаність категорій «якість», «конкуренція» і «конкурентоспроможність» не викликає сумніву.

Наприклад, словник-довідник «Основи зовнішньоекономічних знань» конкурентоспроможність продукції визначає як «сукупність якісних і вартісних характеристик товару, які забезпечують задоволення конкретної потреби покупця» [17]. В «Енциклопедичному словнику бізнесмена» конкурентоспроможність трактується як «ступінь відповідності конкретного товару в кожен певний момент часу вимогам обраного ринку по технічних, економічних та інших характеристиках» [18].

Різноманіття підходів до поняття «конкурентоспроможність» також спостерігається у вчених російських та українських наукових шкіл.

Наприклад, Ю. Б. Іванов, О. М. Тищенко, Н. А. Дробітько під конкурентоспроможністю товару розуміють «... все те, що забезпечує йому переваги на ринку, сприяє успішному збуту товару в умовах конкуренції. Конкурентоспроможність товару виявляється тільки на ринку в момент обміну (реалізації) і визначається покупцем, який у процесі придбання продукції визнає її відповідність своїм потребам» [8].

О. Тищенко, А. Воронкова та ін. відмічають, що поняття «конкурентоспроможність» – це спроможність насамперед підприємства ефективно здійснювати виробничо-господарську діяльність [8, 19].

Г. Багієв, Н. Моїсеєва, С. Нікіфоров конкурентоспроможність підприємства визначають «як відносну характеристику, що відображає відмінності процесу розвитку даного виробника від виробника-конкурента як за ступенем задоволення своїми товарами чи послугами конкретної суспільної потреби, так і за ефективністю виробничої діяльності» [20, с. 84].

А. Н. Люшкинов розуміє конкурентоспроможність як «спроможність підприємства протистояти іншим підприємствам, вести з ними успішну боротьбу за ринки збуту товарів та послуг» [21].

Колектив учених у складі С. Попова, Р. Фатхудинова, С. Долгова вважає, що «конкурентоспроможність – це спроможність організації виробляти та продавати конкурентний продукт» [5, 22, 23]. Іншої думки дотримуються економісти-дослідники В. А. Павлова, О. В. Кузьменко, В. М. Орлова та Г. А. Рижкова, які трактують конкурентоспроможність як «... здатність продукції відповідати вимогам даного ринку, які склалися за аналізований період. Конкурентоспроможність характеризується здатністю товару задовольняти визначеним вимогам за мінімальних витрат виробника або у споживача» [24, с. 14].

А. Шевченко, Ю. Перський та ін. [25, 26] визначають конкурентоспроможність підприємства «як здатність вести конкурентну боротьбу із суперниками», а також що «конкурентоспроможність – це спроможність виявляти, створювати й використовувати конкурентні ресурси раніше, ніж інші».

Іншої точки зору дотримується колектив авторів у складі В. Пономаренка, О. Тридіда, М. Кизима, З. Шершньової, С. Оборської та ін., які зазначають, що «... конкурентоспроможність підприємства – це наявність у останнього внутрішнього потенціалу» [27].

Через багатоаспектність дефініцій поняття «конкурентоспроможність продукції» відмітних точок зору дотримується ще ціла низка вчених і науковців, які визначають його по-різному (табл. 1).

Аналіз робіт учених дозволяє стверджувати, що конкурентоспроможність товару (продукції) – це його здатність відрізнитися від товарів-аналогів, тобто товарів виключно одного споживчого сегмента, перш за все, своєю якістю та завдяки індивідуальним перевагам, які здатні максимально задовольнити потреби споживача.

Дослідження понятійного апарату зазначених вище категорій серед вчених відобразилося у представлен-

Таблиця 1

Визначення поняття «конкурентоспроможність продукції» у наукових дослідженнях

Автор(-и) / Джерело	Визначення поняття
А. Амбарцумов, Ф. Стерліков [28, с. 106]	Здатність продукції бути привабливішою для споживача порівняно з іншими виробами аналогічного виду й призначення завдяки кращій відповідності своїх якісних і вартісних характеристик вимогам цього ринку і споживацьким оцінкам
М. Белявцев, Л. Іваненко [29, с. 23]	Комплекс якісних і вартісних характеристик товару, який забезпечує його перевагу на ринку товарів-конкурентів у задоволенні конкретної потреби
О. А. Бужин [30, с. 18]	Комплекс споживчих, цінових і якісних характеристик, що визначають його успіх на внутрішньому і на зовнішньому ринках
С. І. Долгов [31]	Становить сукупність якісних і ціннісних характеристик товару, що забезпечують задоволення конкретної потреби покупця
І. З. Должанський, Т. О. Загорна [32, с. 28]	Здатність виробляти й реалізовувати швидко, дешево, якісно, продавати в достатній кількості, при високому технологічному рівні обслуговування
Л. Качаліна [33, с. 11]	Властивість об'єкта, яка характеризує ступінь відповідності техніко-функціональних, економічних, організаційних та інших характеристик об'єкта вимогам споживачів, визначає частку ринку, яка належить цьому об'єкту, і перешкоджає перерозподілу цього ринку на користь інших об'єктів
В. В. Козик [34, с. 64]	Сукупність характеристик продукту та послуг, які супроводжують його продаж і споживання та які відрізняють його від продуктів-аналогів за ступенем задоволення потреб споживача, за рівнем витрат на його придбання та експлуатацію. Це здатність товару відповідати очікуванням споживачів, здатність товару бути проданим
І. Ліфіц [35, с. 11]	Властивість продукції відповідати вимогам певного ринку в певний час
В. Немцов, А. Довгань [36, с. 220]	Здатність об'єкта, що характеризується ступенем реального чи потенційного задоволення ним певної потреби порівняно з аналогічними об'єктами, представленими на цьому ринку
С. А. Попов [37, с. 161]	Здатність організації виробляти й продавати конкурентний продукт
В. Тарасова, Ф. Крутікова [38, с. 107]	Сукупність споживацьких властивостей товару, що визначає його відмінність від інших аналогічних товарів за ступенем і рівнем задоволення потреби споживача й витратами на його придбання та експлуатацію
Хейвуд Дж. Брайан [39, с. 26]	Становить собою певну суміш якості, рівня обслуговування, швидкості виконання роботи та зниження витрат
А. Юданов [10, с. 38]	Ступінь привабливості цього продукту для споживача, що здійснює реальну купівлю

ні різноманітних моделей в процесі управління конкурентоспроможністю підприємств, галузей та регіонів.

М. Портер для аналізу конкурентного середовища галузі наголошує на використанні власної моделі «п'яти сил», яку наведено на *рис. 1*.

Згідно з моделлю М. Портера рушійними силами в конкурентному середовищі є загроза проникнення на ринок потенційних конкурентів; влада покупців та постачальників; загрози з боку заміників (субститутів) товару або послуги; рівень конкурентної боротьби між традиційними конкурентами. Зазначені сили різною мірою в процесі конкурентної боротьби створюють для підприємств галузі як загрози, так і потенційні можливості. М. Портер зазначає, що залежно від факторів, що склалися, гравці ринку здатні збалансувати свої сильні та слабкі сторони, тим самим збільшити або зменшити власну прибутковість [2].

При системному вивченні конкурентоспроможності М. Томпсон і Дж. Стрикленд до основних характеристик галузі відносять такі [40]:

- ✦ розмір ринку;
- ✦ масштаб конкуренції;
- ✦ темпи зростання ринку та етап його життєвого циклу;
- ✦ кількість конкурентів і їх відносні розміри;
- ✦ кількість покупців і їх відносні розміри;
- ✦ ступінь інтеграції основних конкурентів і її спрямованість по технологічному ланцюжку;
- ✦ канали розповсюдження продукції;
- ✦ швидкість технологічних змін у виробництві та темпи розробки інноваційних товарів;
- ✦ ступінь диференціації товарів (послуг) компаній-конкурентів;
- ✦ можливість економії на масштабі в закупках, виробництві, транспортуванні, маркетингу та рекламі;
- ✦ компактність розміщення основних компаній у певних регіонах;

- ✦ наявність ефекту навчання, коли витрати на одиницю продукції знижуються по мірі зростання кумулятивного обсягу випуску виробів у результаті накопичення виробничого досвіду;
- ✦ ступінь завантаження виробничих потужностей як головна умова зниження витрат виробництва;
- ✦ потрібний розмір капіталовкладень;
- ✦ умови входження в галузь і виходу з неї;
- ✦ галузевий показник прибутковості.

Розділилися точки зору щодо визначення поняття «конкурентоспроможність галузі» й серед українських і російських вчених-економістів.

Наприклад, П. Р. Пуцентейло вважає, що «конкурентоспроможність галузі – це здатність створювати зростаючий обсяг доданої вартості на основі підвищення ефективності використання чинників виробництва, забезпечення інвестиційної привабливості бізнесу та освоєння ринків» і виокремлює внутрішні та зовнішні чинники, як впливають на конкурентоспроможний розвиток галузі тваринництва (*рис. 2*) [41].

У роботі [41] автор також наголошує, що до найбільш значущих чинників, які впливають на конкурентоспроможний розвиток галузі, належать такі: позиціонування на світовому ринку (ступінь експортної орієнтованості виробництва – частка експорту у випуску та її тренд); позиціонування на внутрішньому ринку порівняно з іноземними конкурентами (частка імпорту готової продукції на ринку та її динаміка); рівень концентрації на ринках (наявність великих ефективних вітчизняних компаній), достатній для конкуренції зі світовими компаніями – лідерами у відповідних галузях; забезпеченість сировинною базою, розвиненість коопераційних зв'язків (приєднання до кластерів конкурентоспроможності); історична прихильність споживачів до виробників; масштаби тіньового сектора і рівень правового застосування.

Під конкурентоспроможністю галузей Є. І. Мазікіна та Г. Г. Панічкіна закликають розуміти «ефектив-

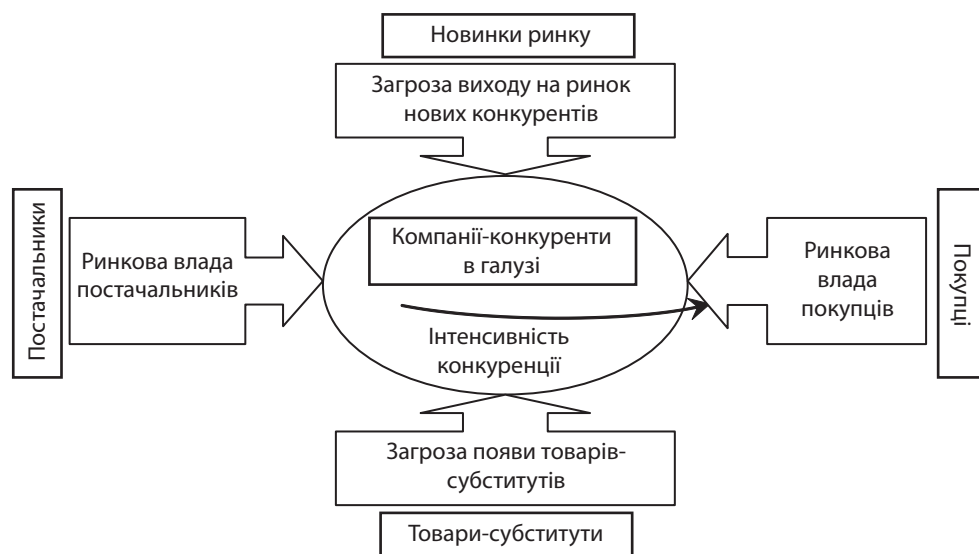


Рис. 1. Модель «п'яти сил» конкурентного середовища за М. Портером [2]



Рис. 2. Чинники конкурентоспроможного розвитку галузі тваринництва [41]

ність роботи окремих галузей національного господарства, яка оцінюється, крім традиційних критеріїв за показниками, які характерні для даної галузі та описують ступінь живучості й її динамічності при різних варіантах розвитку економіки даної країни й усього світу» [42].

І. Спіридонов стверджує, що конкурентоспроможність галузі повинна мати конкурентні переваги, які, на думку автора «... дозволяють: по-перше, виробляти продукцію високої якості, яка задовольняє потребам конкретних груп покупців до споживчої цінності товарів, їх ринкової новизни та вартості; по-друге, поставляти продукцію на ринок в оптимальні строки, які диктуються ринковою ситуацією» [43].

В. Н. Закирова при розгляді концептуальних засад формування конкурентоспроможності галузі наголошує

на недостатньому та малодослідженому методичному забезпеченні оцінки фактичної конкурентоспроможності галузі як інтегральної величини [44].

Автор у роботі [44] на основі ефекта синергії обґрунтовує в рамках формування конкурентоспроможності галузі застосування моделі (рис. 3) і наполягає на використанні сучасного методичного апарату оцінки конкурентоспроможності підприємства та галузі (табл. 2).

Як бачимо з рис. 3, модель В. Закирової побудована на кластерному підході, який дозволяє сформувати конкурентні переваги продукції підприємства шляхом задоволення зростаючих потреб споживача та зміцнення позицій в галузі, і, тим самим, в країні в цілому.

За допомогою запропонованого у табл. 2 оглядового підходу було сформульовано методичну базу дослідження конкурентоспроможності підприємства та галузі, який дозволив виділити такі класифікації [44]:

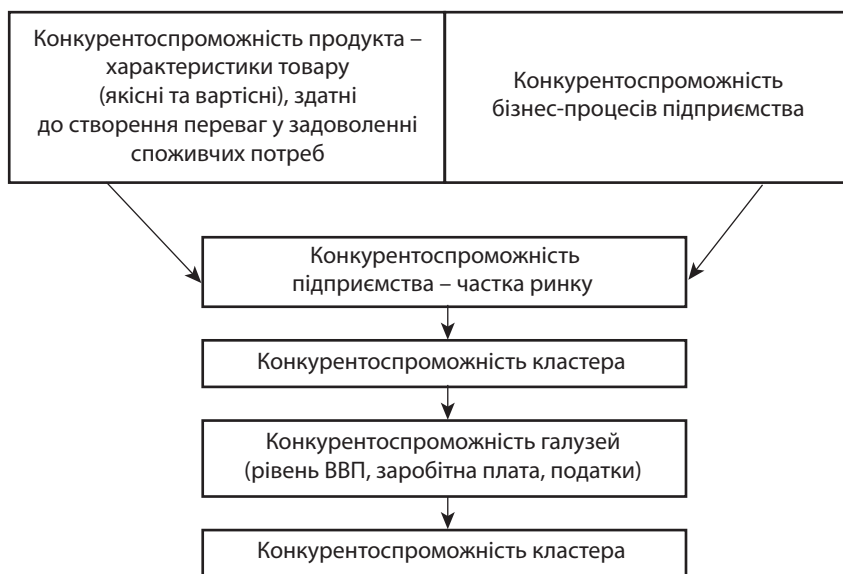


Рис. 3. Ієрархічна модель конкурентоспроможності галузі [44]

Оглядова характеристика сучасної методичної бази дослідження конкурентоспроможності підприємства і галузі [44]

Методологічна група і її характеристика	Метод групи	Переваги методу	Недоліки методів
Продуктова оцінка: зіставлення конкурентоспроможності підприємства та конкурентоспроможності продукту	Метод диференційованої оцінки. Метод комплексності. Змішаний метод	Дає обґрунтування діяльності підприємства на ринку	Обмеженість оцінки факторів, відсутність повноти аналізу факторів конкурентоспроможності
Матрична оцінка: визначення положення підприємства в стратегічній карті конкурентоспроможності	Двовимірні матриці. Тривимірні матриці. Чотиривимірні матриця	Визначення відносного положення підприємства за рівнем конкурентоспроможності, визначення перспективних стратегічних зон господарювання	Відсутність інтегральної оцінки, відсутність факторної оцінки
Оцінка ефективності конкуренції: аналіз ресурсів, витрачених на формування конкурентоспроможності, їх співвіднесення з отриманим ефектом	Метод абсолютних показників. Коефіцієнтний метод. Метод інтегрованих показників	Всебічний факторний аналіз	Трудомісткість оцінки, що ускладнюється недосконалістю методик

- 1) методи оцінки порівняльних переваг;
- 2) методи оцінки рівноваги фірми і галузі;
- 3) методи аналізу ефективної конкуренції;
- 4) методи оцінки якості товару як основи конкурентоспроможності;
- 5) матричні методи оцінки конкурентоспроможності;
- 6) інтегральний метод оцінки конкурентоспроможності;
- 7) метод оцінки мультиплікатора;
- 8) метод оцінки стратегічного потенціалу підприємства;
- 9) методи оцінки в порівнянні з ідеальним показником (еталоном).

Також на кластерний підхід щодо конкурентоспроможності галузей спирається робота І. П. Покотілова, який на основі міжнародного досвіду та на підґрунті концепції М. Портера запропонував проект механізму функціонування кластера суднобудівної галузі України (рис. 4).

На основі дослідження існуючих підходів в теорії конкурентоспроможності галузей та моделей їх уявлення можна стверджувати, що на конкурентоспроможність галузі впливають три основні чинники:

- 1) підприємства (товаровиробники) в різних сегментах ринку, що представляють відповідну країну;
- 2) продукція підприємств галузі, що задовольняє потреби певного кола споживачів;
- 3) частка ринку, яку займає сукупність товаровиробників однорідної продукції.

У зв'язку з цим пропонується використовувати таку формулу оцінки конкурентоспроможності галузі країни

$$K_{zj} = \sum_{j=1}^m K_{izj}, \quad (1)$$

де K_{zj} – рівень конкурентоспроможності галузі z -ї країни, представленої в j -му сегменті ринку;

K_{izj} – рівень конкурентоспроможності i -го підприємства z -ї країни, представленої в j -му сегменті ринку;
 m – кількість виробників продукції z -ї країни, представленої в j -му сегменті ринку;
у свою чергу:

$$K_{izj} = \frac{\sum_{l=1}^k K_{lizj}}{k} \cdot \alpha_{izj}, \quad (2)$$

де K_{lizj} – рівень конкурентоспроможності l -го виду продукції i -го підприємства z -ї країни, представленої в j -му сегменті ринку;

k – кількість видів продукції i -го підприємства z -ї країни, представленої в j -му сегменті ринку;

α_{izj} – питома вага i -го підприємства z -ї країни за обсягом продажів усіх видів своєї продукції в j -му сегменті ринку.

Звищевикладеного випливає, що чим більш конкурентоспроможною є продукція підприємств та чим більшу частку ринку вони охоплюють в процесі боротьби за споживача, тим вищим буде рівень конкурентоспроможності галузі, яку представляють виробники з інших країн. Таким чином, формула з позиції продукції та охоплення ринку дозволяє в процесі подальшої оцінки рівня конкурентоспроможності галузі виявити та співставити її репрезентантів.

Узагальнюючи представлений вище ретроспективний аналіз категоріального апарату щодо поняття конкурентоспроможності, можна дійти таких **висновків**:

1. Сучасні емпіричні дослідження науковців підтверджують, що конкурентоспроможність галузі знаходиться в тісному взаємозв'язку з конкурентоспроможністю підприємства, яке, у свою чергу, – з конкурентоспроможністю продукції. Особливо це можна спостерігати у таких високотехнологічних підгалузях, як авіа-, тракторо-, автомобіле- та автобусобудування. Такий



Рис. 4. Схематичне представлення механізму функціонування кластера суднобудівної галузі [45]

симбіоз полягає в тому, що підприємства, які відображають своєю діяльністю певну галузь економіки країни, конкурують між собою у різних сегментах ринку, пропонують споживачу продукцію різної якості та ціни, по суті, створюють той потенціал, за яким можна оцінити ефективність присутності суб'єктів господарювання різних країн світу.

2. На нашу думку, поняття «конкурентоспроможність галузі» можна сформулювати таким чином: це здатність поєднувати в собі такі характеристики, як, *по-перше*, виробничий потенціал підприємства, яке має можливість виробляти високоякісну, високотехнологічну та конкурентоспроможну продукцію задля максимального задоволення вимог споживача, і, *по-друге*, фактичний масштаб охоплення ринку як наслідок конкурентних переваг у порівнянні з іншими суб'єктами господарювання в межах галузі. ■

ЛІТЕРАТУРА

1. **Азоев Г. Л.** Конкурентные преимущества фирмы / Г. Л. Азоев, А. П. Челенков. – М. : ОАО «Типография «Новости», 2000. – 256 с.
2. **Портер М.** Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов / М. Портер / Пер с англ. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2005. – 454 с.
3. **Горбатов В. М.** Конкурентоспособность и циклы развития интегрированных структур бизнеса : монография / В. М. Горбатов. – Х. : ИД «ИНЖЕК», 2006. – 592 с.

4. **Зінченко В. А.** Управління конкурентною боротьбою підприємств на зовнішніх ринках : монографія / В. А. Зінченко. – Х. : ВД «ИНЖЕК», 2012. – 200 с.

5. **Фатхутдинов Р. А.** Глобальная конкурентоспособность: инструменты системного развития : монография / Р. А. Фатхутдинов. – М. : Стандарты и качество, 2009. – 464 с.

6. **Тищенко А. Н.** Формирование конкурентной позиции предприятия в условиях кризиса / А. Н. Тищенко, Ю. Б. Иванов, Н. А. Кизим. – Х. : ИД «ИНЖЭК», 2007. – 376 с.

7. **Кизим М. О.** Державна підтримка автомобілебудування в Україні : монографія / М. О. Кизим, Є. С. Колбасін. – Х. : ВД «ИНЖЕК», 2011. – 264 с.

8. Конкурентоспособность предприятия: оценка, диагностика, стратегия : научное издание / Ю. Б. Иванов, А. Н. Тищенко, Н. А. Дробитько, О. С. Абрамова. – Х. : Изд. ХНЭУ, 2004. – 256 с.

9. **Лифиц И. М.** Теория и практика оценки конкурентоспособности товаров и услуг / И. М. Лифиц. – М. : Юрайт, 2001. – С. 11.

10. **Юданов А. Ю.** Конкуренция: теория и практика / А. Ю. Юданов. – М. : Изд-во «ГНОМ и Д», 2001. – 304 с. – С. 38.

11. **Орлов П. А.** Менеджмент качества и сертификации продукции : учебное пособие / П. А. Орлов. – Х. : Издательский Дом «ИНЖЭК», 2004. – 304 с.

12. Официальный сайт фирмы «1С». Рубрика «Серия стандартов» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://1c.ru/uk/qual/sk_iso.htm

13. **Караульнов В. Н.** Управление качеством : учебное пособие / В. Н. Караульнов, Г. С. Драпкина, М. А. Постолова, Е. Г. Першина. – Кемерово, 2005. – 88 с.

14. **Гельвановский М. И.** Конкурентоспособность национальной экономики: проблемы статистического сопровождения / М. И. Гельвановский // Вопросы экономики. – 2004. – № 7 – С. 3 – 15.

- 15. Макконелл К. Р.** Аналітична економія: принципи, проблеми і політика / К. Р. Макконелл, С. Л. Брю. – Львів : Про-світа, 1999. – 314 с.
- 16. Stevenson W.** Operations Management / W. Stevenson. – McGraw-Hill/Irwin; 11 edition, 2011. – 994 p.
- 17.** Основы внешнеэкономических знаний. Словарь-справочник / Под ред. С. И. Долгова. – М. : Высшая школа, 1990. – 432 с.
- 18.** Энциклопедичний словник бізнесмена: менеджмент, маркетинг, інформатика / Під заг. ред. М. І. Молдавanova. – К. : Техніка, 1993. – 856 с.
- 19. Воронкова А. Э.** Организационное обеспечение поддержания и повышения конкурентоспособности предприятия / А. Э. Воронкова // Прометей: рег. сб. науч. труд. по экономике. – Донецк : ООО «Китис», 1999. – 376 с.
- 20. Багиев Г. Л.** Международный маркетинг / Г. Л. Багиев, Н. К. Моисеева, С. В. Никифорова. – СПб. : Питер, 2001. – 536 с.
- 21. Люкшинов А. Н.** Стратегический менеджмент / А. Н. Люкшинов. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2000. – 375 с.
- 22. Долгов С. И.** Глобализация мировой экономики: проблемы и перспективы : учебное пособие / С. И. Долгов. – М. : ВАВТ, 2004.
- 23. Попов С. А.** Стратегическое управление / С. А. Попов. – М. : Вильямс, 2000. – 495 с.
- 24. Павлова В. А.** Конкурентоспособність підприємства: управління, оцінка, стратегія : монографія / В. А. Павлова, О. В. Кузьменко, В. М. Орлова, Г. А. Рижкова. – Д. : Вид-во ДУЕП імені Альфреда Нобеля, 2011. – 352 с.
- 25. Шевченко Л. С.** Конкурентное управление / Л. С. Шевченко. – Х. : Эспада, 2004. – 520 с.
- 26.** Конкурентоспособность регионов: теоретико-прикладные аспекты / Под ред. Ю. К. Перского, Н. Я. Калужной. – М. : ТЕИС, 2003. – 472 с.
- 27. Пономаренко В. С.** Стратегія розвитку підприємства в умовах кризи / В. С. Пономаренко, О. М. Тридід, М. О. Кизим. – Х. : ВД «ІНЖЕК», 2003. – 328 с.
- 28. Амбарцумов А. А.** 1000 терминов рыночной экономики : [справочное учебн. пособ.] / А. А. Амбарцумов, Ф. Ф. Стерликов. – М. : Крон-Пресс, 1993. – С. 106.
- 29. Белявцев М. І.** Маркетинг : навч. посіб. / М. І. Белявцев, Л. М. Іваненко. – Донецьк : «Юго-Восток, Лтд», 2003. – 127 с.
- 30. Бужин О. А.** Конкурентоспроможність продукції тваринництва : монографія / О. А. Бужин. – Черкаси : Відлуння-Плюс, 2008. – 248 с.
- 31. Долгов С. И.** Основы внешнеэкономических знаний. Словарь-справочник / С. И. Долгов, В. В. Васильев, С. П. Гончарова ; под ред. С. И. Долгова. – М. : Высшая школа, 1990. – 432 с.
- 32. Должанський І. З.** Конкурентоспроможність підприємства / І. З. Должанський, Т. О. Загорна. – К. : Центр навчальної літератури, 2006. – 384 с.
- 33. Качалина Л. Н.** Конкурентоспособный менеджмент / Л. Н. Качалина [2-е изд.]. – М. : Наука, 2002. – С. 11.
- 34. Козик В. В.** Зовнішньоекономічні операції і контракти : навч. посіб. / В. В. Козик, Л. А. Панкова, Я. С. Крап'як, О. Ю. Григор'єв, А. О. Босак. – 2-ге вид. – К. : Центр навчальної літератури, 2004. – 608 с.
- 35. Лифиц И. М.** Теория и практика оценки конкурентоспособности товаров и услуг / И. М. Лифиц. – М. : Юрайт, 2001. – С. 11.
- 36. Немцов В. Д.** Стратегічний менеджмент / В. Д. Немцов, А. Є. Довгань. – К. : ТОВ «УВПК» «Ексоб», 2002. – С. 220.
- 37. Попов С. А.** Стратегическое управление / С. А. Попов. – М. : ИНФРА-М, 1999. – 344 с.
- 38. Тарасова В. П.** Толковый словарь рыночной экономики / В. П. Тарасова, Ф. А. Крутикова. – М. : Рекламно-издательская фирма «Глория», 1993. – С. 107.
- 39. Хейвуд Дж. Б.** Аутсорсинг: в поисках конкурентных преимуществ / Дж. Брайан Хейвуд / Пер. с англ. – М. : Вильямс, 2002. – С. 26.
- 40. Томпсон А. А.** Стратегический менеджмент / А. А. Томпсон, Дж. Стрикленд / Пер. с англ. – М. : ЮНИТИ, 2007. – 928 с.
- 41. Пуцентайло П. Р.** Конкурентоспроможний розвиток галузі тваринництва як найвищий рівень прояву конкуренції / П. Р. Пуцентайло // Інноваційна економіка. – 2014. – № 3. – С. 55 – 61.
- 42. Мазилкина Е. И.** Управление конкурентоспособностью : учебное пособие / Е. И. Мазилкина, Г. Г. Паничкина. – М. : Омега-Л, 2009. – 328 с.
- 43. Спиридонов И. А.** Международная конкуренция и пути повышения конкурентоспособности экономики России : учебное пособие / И. А. Спиридонов. – М. : ИНФРА-М, 1997. – 348 с.
- 44. Закирова В. Н.** Уровень конкурентоспособности отрасли как конститутивный результат интегрированности управления с использованием синергетического подхода / В. Н. Закирова // Вестник АГТУ. Сер.: Экономика. – 2012. – № 1. – С. 53 – 57.
- 45. Покотілов І. П.** Принципові підходи до підвищення конкурентоспроможності суднобудівної галузі України / І. П. Покотілов // Управління проектами та розвиток виробництва : зб. наук. пр. – Луганськ : Вид-во СНУ ім. В. Даля, 2010. – № 3(35). – С. 125 – 130.

REFERENCES

- Azev, G. L., and Chelenkov, A. P. *Konkurentnye preimushchestva firmy* [Competitive advantages of the company]. Moscow: Tipografia «Novosti», 2000.
- Ambartsumov, A. A., and Sterlikov, F. F. *1000 terminov rynochnoy ekonomiki* [1000 terms of the market economy]. Moscow: Kron-Press, 1993.
- Bagiev, G. L., Moiseeva, N. K., and Nikiforova, S. V. *Mezhdunarodnyy marketing* [International marketing]. St. Petersburg: Piter, 2001.
- Beliaivtsev, M. I., and Ivanenko, L. M. *Marketynh* [Marketing]. Donetsk: Yuho-Vostok, Ltd, 2003.
- Buzhyn, O. A. *Konkurentospromozhnist produktii tvarynnystva* [The competitiveness of animal products]. Cherkasy: Vidlunnia-Plus, 2008.
- Dolgov, S. I. *Globalizatsiia mirovoy ekonomiki : problemy i perspektivy* [The globalization of the world economy: problems and prospects]. Moscow: VAVT, 2004.
- Dolgov, S. I., Vasilev, V. V., and Goncharova, S. P. *Osnovy vneshneekonomicheskikh znaniy* [Fundamentals of foreign knowledge]. Moscow: Vysshaya shkola, 1990.
- Dolzanskiy, I. Z., and Zahorna, T. O. *Konkurentospromozhnist pidpriemstva* [The competitiveness of the enterprise]. Kyiv: Tsentr navchalnoi literatury, 2006.
- Entsyklopedychnyi slovnyk biznesmena: menedzhment, marketing, informatyka* [Businessman Collegiate Dictionary: management, marketing, computer science]. Kyiv: Tekhnika, 1993.
- Fatkhutdinov, R. A. *Globalnaia konkurentospobnost: instrumenty sistemnogo razvitiia* [Global competitiveness: system development tools]. Moscow: Standarty i Kachestvo, 2009.
- Gelvanovskiy, M. I. "Konkurentospobnost natsionalnoy ekonomiki: problemy statisticheskogo soprovozhdeniia" [The competitiveness of the national economy: problems of statistical support]. *Voprosy ekonomiki*, no. 7 (2004): 3-15.
- Gorbatov, V. M. *Konkurentospobnost i tsikly razvitiia integrirovannykh struktur biznesa* [Competitiveness and development cycles of integrated business structures]. Kharkiv: INZhEK, 2006.
- Ivanov, Yu. B. et al. *Konkurentospobnost predpriatiia: otsenka, diagnostika, strategiia* [The competitiveness of businesses: assessment, diagnosis, strategy]. Kharkiv: IZD-VO KHNEU, 2004.

- Konkurentosposobnost regionov: teoretiko-prikladnye aspekty* [Competitiveness of regions: theoretical and applied aspects]. Moscow: TEIS, 2003.
- Kyzym, M. O., and Kolbasin, Ye. S. *Derzhavna pidtrymka avtomobilebuduvannia v Ukraini* [State support for the automotive industry in Ukraine]. Kharkiv: INZhEK, 2011.
- Karaulnov, V. N. et al. *Upravlenie kachestvom* [Quality control]. Kemerovo, 2005.
- Kachalina, L. N. *Konkurentosposobnyy menedzhment* [Competitive management]. Moscow: Nauka, 2002.
- Kozyk, V. V. et al. *Zovnishnyoekonomichni operatsii i kontrakty* [External transactions and contracts]. Kyiv: Tsentri navchalnoi literatury, 2004.
- Kheyvud, Dzh. B. *Autsorsing: v poiskakh konkurentnykh preimushchestv* [Outsourcing: in search of competitive advantage]. Moscow: Viliams, 2002.
- Liukshinov, A. N. *Strategicheskyy menedzhment* [Strategic management]. Moscow: YuNITI-DANA, 2000.
- Lifits, I. M. *Teoriia i praktika otsenki konkurentosposobnosti tovarov i uslug* [Theory and practice of assessing the competitiveness of goods and services]. Moscow: Yurayt, 2001.
- Lifits, I. M. *Teoriia i praktika otsenki konkurentosposobnosti tovarov i uslug* [Theory and practice of assessing the competitiveness of goods and services]. Moscow: Yurayt, 2001.
- Makkonell, K. R., and Briu, S. L. *Analitychna ekonomii: pryntsyipy, problemy i polityka* [Analytical economy: principles, problems and policies]. Lviv: Prosvita, 1999.
- Mazilkina, E. I., and Panichkina, G. G. *Upravlenie konkurentosposobnosti* [Management of competitiveness]. Moscow: Omega-L, 2009.
- Niemitsov, V. D., and Dovhan, A. Ye. *Stratehichnyi menedzhment* [Strategic Management]. Kyiv: UVPK; Eksob, 2002.
- Orlov, P. A. *Menedzhment kachestva i sertifikatsii produktsii* [Quality management and certification of products]. Kharkiv: INZhEK, 2004.
- Osnovy vneshneekonomicheskikh znaniy* [Fundamentals of foreign knowledge]. Moscow: Vysshaya shkola, 1990.
- Porter, M. *Konkurentnaia strategii: metodika analiza otrasley i konkurentov* [Competitive strategy: a methodology for Analyzing Industries and Competitors]. Moscow: Alpina Biznes Buks, 2005.
- Popov, S. A. *Strategicheskoe upravlenie* [Strategic management]. Moscow: Viliams, 2000.
- Ponomarenko, V. S., Trydid, O. M., and Kyzym, M. O. *Stratehiia rozvytku pidpriemstva v umovakh kryzy* [Development strategy in the crisis]. Kharkiv: INZhEK, 2003.
- Popov, S. A. *Strategicheskoe upravlenie* [Strategic management]. Moscow: INFRA-M, 1999.
- Putsenteilo, P. R. "Konkurentospromozhnyi rozvytok haluzi tvarynnytstva iak naivysshchy riven proiavu konkurentsii" [Competitive development of the livestock industry as the highest manifestation of competition]. *Innovatsiina ekonomika*, no. 3 (2014): 55-61.
- Pavlova, V. A. et al. *Konkurentospromozhnist pidpriemstva: upravlinnia, otsinka, stratehiia* [The competitiveness of the company: management, assessment, strategy]. Dnipropetrovsk: Vyd-vo DUEP imeni Alfreda Nobel'ia, 2011.
- Pokotilov, I. P. "Pryntsyypovi pidkhody do pidvyshchennia konkurentospromozhnosti sudnobudivnoi haluzi Ukrainy" [The principal approaches to improving the competitiveness of the shipbuilding industry in Ukraine]. *Upravlinnia proektamy ta rozvytok vyrobnytstva*, no. 3 (35) (2010): 125-130.
- Shevchenko, L. S. *Konkurentnoe upravlenie* [Competitive management]. Kharkiv: Espada, 2004.
- Stevenson, W. *Operations Management: McGraw-Hill / Irwin*, 2011.
- Spiridonov, I. A. *Mezhdunarodnaia konkurentsii i puti povysheniia konkurentosposobnosti* [International competition and ways to improve competitiveness]. M.: INFRA, 1997.
- "Serii standartov" [A series of standards]. Ofitsialnyy sayt firmy «1C». http://1c.ru/uk/qual/sk_iso.htm
- Tompson, A. A., and Striklend, Dzh. *Strategicheskyy menedzhment* [Strategic management]. Moscow: YuNITI, 2007.
- Tishchenko, A. N., Ivanov, Yu. B., and Kizim, N. A. *Formirovanie konkurentnoy pozitsii predpriatii v usloviakh krizisa* [Formation of the competitive position of the company during the crisis]. Kharkiv: INZhEK, 2007.
- Tarasova, V. P., and Krutikova, F. A. *Tolkovyy slovar rynochnoy ekonomiki* [Explanatory Dictionary of the market economy]. Moscow: Gloriia, 1993.
- Voronkova, A. E. "Organizatsionnoe obespechenie podderzhanii i povysheniia konkurentosposobnosti predpriatii" [Organizational support to maintain and improve the competitiveness of enterprises]. In *Prometey*. Donetsk: Kitis, 1999.
- Yudanov, A. Yu. *Konkurentsii: teoriia i praktika* [Competition: Theory and Practice]. Moscow: GNOM i D, 2001.
- Zakirova, V. N. "Uroven konkurentosposobnosti otrasli kak konstitutivnyy rezultat integrirovannosti upravleniia s ispolzovaniem sinergeticheskogo podkhoda" [The level of competitiveness of the industry as a result of integrating the constitutive control using a synergistic approach]. *Vestnik AGTU. Seriiia «Ekonomika»*, no. 1 (2012): 53-57.
- Zinchenko, V. A. *Upravlinnia konkurentnoiu borotboiu pidpriemstv na zovnishnikh rynkakh* [Management of competitive struggle on export markets]. Kharkiv: INZhEK, 2012.