

ГОСПОДАРСЬКЕ ПРАВО ТА ПРОЦЕС

УДК 346.5

DOI <https://doi.org/10.32782/2311-8040/2025-3-3>

Будзар Павло Степанович,

аспірант кафедри господарського права і процесу,
Національний університет «Одеська юридична академія»,
вулиця Фонтанська дорога, 23, Одеса, 65009, Україна
ORCID: <https://0009-0003-9699-5718>

ГОСПОДАРСЬКО-ПРАВОВА ХАРАКТЕРИСТИКА КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ЯК ЧИННИКА ПЛАТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Стаття присвячена виокремленню та загальній характеристиці конкурентних переваг підприємства, які дозволяють йому займати стабільно високе положення на ринку серед інших конкурентів. Доведено, що господарсько-правовий аспект є невід'ємною частиною формування та підтримки конкурентної позиції підприємства, а її аналіз, знання, розуміння та ефективне використання через відповідні правові норми дає змогу підприємству не лише уникнути проблем, як правило, фінансово-економічного характеру, а й активно створювати та захищати свої власно-індивідуальні конкурентні переваги на ринку. Також господарсько-правовий аспект конкурентної позиції стосується того, як норми господарського права, державне регулювання економічно-господарських процесів та судова практика впливають на здатність підприємства конкурувати, формувати свої переваги та захищати їх, адже саме ця взаємодія між бізнес-стратегією та правовим полем, у якому вона реалізується, опосередковується ключовими господарсько-правовими чинниками, які істотно впливають на конкурентну позицію.

Надано визначення конкурентної позиції підприємства як його відносної переваги над конкурентами на ринку, що дозволяє йому ефективніше задовольняти потреби споживачів, отримувати більший прибуток та забезпечувати сталий розвиток. Вона визначається багатьма чинниками: якістю продукції / послуг, ціновою політикою, інноваціями, ефективністю управління, маркетингом, репутацією тощо.

Визначено, що основним складником стабільної конкурентної позиції виступає конкурентоспроможність, яка узагальнює переваги підприємства на внутрішньому та міжнародному ринках, що безпосередньо впливає на успішність створення і функціонування суб'єктів та взагалі на стан та ефективно прибутковий розвиток ринкового механізму в цілому.

Ключові слова: конкурентні переваги, конкурентна позиція, підприємство, суб'єкт господарювання, платоспроможність, конкуренція, господарська діяльність, господарське законодавство.

Budzar Pavlo. Economic and legal characteristics of competitive advantages as a factor of the solvability of an enterprise

Abstract. The article is devoted to the identification and general characteristics of the competitive advantages of the enterprise, which allow it to occupy a stable and high position in the market among other competitors. It is proved that the economic and legal aspect is an integral part of the formation and maintenance of the competitive position of the enterprise, and its analysis, knowledge, understanding and effective use through the relevant legal norms allows the enterprise not only to avoid problems, as a rule, of a financial and economic nature, but also to actively create and protect its own individual competitive advantages in the market. Also, the economic and legal aspect of the competitive position concerns how the norms of economic law, state regulation of economic and economic processes and judicial practice affect the ability of the enterprise to compete, form its advantages and protect them, because it is this interaction between the business strategy and the legal field in which it is implemented that is mediated by key economic and legal factors that significantly affect the competitive position.

The definition of the competitive position of an enterprise is given as its relative advantage over competitors in the market, which allows it to more effectively satisfy the needs of consumers, receive greater profits and

ensure sustainable development. It is determined by many factors: the quality of products/services, pricing policy, innovations, management efficiency, marketing, reputation, etc.

It is determined that the main component of a stable competitive position is competitiveness, which summarizes the advantages of the enterprise in the domestic and international markets, which directly affects the success of the creation and functioning of entities and in general on the state and efficient and profitable development of the market mechanism as a whole.

Key words: *competitive advantages, competitive position, enterprise, business entity, solvency, competition, economic activity, economic legislation.*

Вступ. Підприємство є певним різновидом суб'єктів господарювання, яке конкурує з іншими суб'єктами та спонукає їх постійно вдосконалювати свою виробничо-господарську діяльність з метою здобуття певних конкурентних переваг, завдяки чому формується їхня стійка, як правило, у фінансово-економічному аспекті, конкурентна позиція на ринку. Основним складником цього успіху виступає конкурентоспроможність, яка узагальнює переваги підприємства на внутрішньому та міжнародному ринках. Актуальність теми дослідження полягає у тому, що конкурентоспроможності через конкуренцію та інші чинники притаманним є господарсько-правове забезпечення, у тому числі й нормативне, що безпосередньо впливає на успішність створення і функціонування суб'єктів та взагалі на стан та ефективно прибутковий розвиток ринкового механізму в цілому.

Метою статті є аналіз та виокремлення господарсько-правового аспекту конкурентної позиції підприємства за різноманітними чинниками (критеріями).

Матеріали та методи. Поняття та ознаки конкурентних переваг здебільшого досліджено в працях економістів та роботах фахівців-юристів через зв'язок із конкуренцією, наприклад В. Василенко, Т. Пуліної, М. Саєнко, Т. Швидкої тощо. Однак потребує наукового обґрунтування саме визначення конкурентних переваг підприємств як певних суб'єктів господарювання з виокремленням поняття «конкурентна позиція» з точки зору господарського права та господарського законодавства шляхом застосування різноманітних методів наукового пізнання, а саме: діалектичного як основи для визначення основних понять, системного, формально-логічного та інших.

Результати. Для стабільно прибуткового положення підприємства на ринку важливим є конкурентна позиція, яка створюється завдяки певним елементам-чинникам або її показникам (перевагам). Здебільшого виокремленням та дослідженням конкурентної позиції та її переваг займаються вчені-економісти. Так, наприклад, М. Саєнко зазначає, що «шляхом порівняння конкурентних позицій кількох підприємств на певному ринку можна оцінювати конкурентоспроможність конкретного підприємства» [1, с. 120]. Інші, досліджуючи металургійне виробництво, вказують на те, що саме «важливим кроком щодо утримання конкурентної позиції підприємства є якісно новий підхід до організації процесу стратегічного управління діяльністю підприємств металургійної галузі, оскільки особливої актуальності набуває своєчасне та адекватне реагування на зміни динамічного зовнішнього середовища, виклики процесів глобалізації та прискорення науково-технічного прогресу. Це, своєю чергою, змушує металургійні підприємства постійно удосконалювати методи і засоби стратегічного управління, з метою досягнення й утримання конкурентних позицій та забезпечення довгострокового розвитку підприємства» [2, с. 236]. Тобто насамперед конкурентну позицію пов'язують із внутрішніми чинниками підприємства – його менеджментом – та зовнішніми – загальним станом певного сегменту ринку та новітніми науково-технічними досягненнями.

Юристи розглядають конкурентну позицію через призму конкуренції та слушно вказують на те, що саме «сьогодні ставлення до цього механізму змінилося, оскільки з'явилося розуміння, яку користь для суспільства приносить економічна конкуренція, йдеться про стимулювання до економії ресурсів; спону-

кання суб'єктів господарювання до розширення й раціоналізації виробництва; витіснення неефективних суб'єктів господарювання і зайвих торгових посередників, заінтересованих у накручуванні цін; впровадження новітніх технологій у виробництво продукції тощо. Підприємства, які не розвиваються, згодом можуть втратити свої позиції на ринку, і це призводить до їх ліквідації та банкрутства» [3, с. 223]. Тобто конкурентна позиція тісно пов'язана із конкурентоспроможністю, яка дозволяє оцінити, як правило, фінансовий стан підприємства та застосувати відповідні заходи запобігання його банкрутству. Таким чином, «конкурентна позиція підприємства – це певне його положення у ринковому сегменті завдяки більш ефективній реалізації обраної ним конкурентної стратегії стосовно аналогів. Бажанням кожного підприємства в сучасних умовах є забезпечення сталої конкурентної позиції. Стала конкурентна позиція – це можливість підтримувати досягнуту конкурентну позицію у конкурентному полі, забезпечувати стабільний рівень розвитку та ефективно адаптуватися до змін факторів зовнішнього середовища» [4, с. 38]. Саме адаптація вимагає належного нормативного забезпечення, насамперед нормами господарського права, його підгалуззю – антимонопольно-конкурентним правом, інститутами – господарсько-договірним правом тощо. Також важливу роль у формуванні та стабілізації конкурентної позиції відіграють право інтелектуальної власності та корпоративне право.

Конкурентна позиція підприємства – це його відносна перевага над конкурентами на ринку, що дозволяє йому ефективніше задовольняти потреби споживачів, отримувати більший прибуток та забезпечувати сталий розвиток. Вона визначається багатьма чинниками: якістю продукції / послуг, ціновою політикою, інноваціями, ефективністю управління, маркетингом, репутацією. Саме «для забезпечення конкурентоспроможного рівня підприємства необхідно провести такий важливий етап, як оцінка конкурентоспроможності, а також якості ведення на внутрішньому і зовнішньому ринках. Оцінка

конкурентоспроможності підприємства передбачає визначення сильних і слабких сторін його діяльності, прихованих можливостей та потенційних загроз, що в свою чергу дає можливість ефективно планувати діяльність підприємства на основі його конкурентних переваг. Найважливішими заходами, спрямованими на посилення конкурентної сили підприємства, є:

- вдосконалення техніко-економічних характеристик та якості продукції підприємства;
- орієнтація на споживачів;
- спрямування зусиль на досягнення переваг над конкурентами;
- активна рекламна діяльність та освоєння нових ринків;
- збільшення асортименту продукції та розробка нових брендів» [5].

Наявність конкурентних переваг підприємства «забезпечує підприємцю можливість діяти з позиції сили з конкурентами та поступово витіснити їх із ринку, що створюватиме прецедент посилення конкурентної позиції за рахунок монополізації ринкового сегменту. Конкурентні переваги слугують підприємству не лише впливовим важелем посилення конкурентної позиції, а й можливістю застосовувати стратегію успішного позиціонування товарів і послуг на ринку та концентрації ресурсів для перспективного розвитку» [6, с. 96]. Саме вони є «концентрованим проявом переваги над конкурентами в економічній, технічній, організаційній сферах діяльності підприємства, яку можна виміряти економічними показниками (додатковий прибуток, більш висока рентабельність, ринкова частка, обсяг продажів). Конкурентна перевага – це факт, що фіксується в результаті реальних і очевидних дій покупців. Саме тому в практиці бізнесу конкурентні переваги є головною метою та результатом господарської діяльності» [7, с. 93]. Таким чином, Конкурентна перевага суб'єкта господарювання – це його унікальна позиція або здатність, яка дозволяє йому ефективніше задовольняти потреби споживачів, перевершувати своїх конкурентів, отримувати стабільніші та вищі прибутки та забезпечувати довгостроковий успіх на ринку.

Це те, що робить підприємство кращим або іншим (у позитивному сенсі) в очах клієнтів та порівняно з конкурентами, та саме вона є ключовою для виживання та розвитку бізнесу в умовах ринкової економіки, особливо у воєнний час.

Господарсько-правовий аспект конкурентної позиції стосується того, як норми господарського права, державне регулювання економічно-господарських процесів та судова практика впливають на здатність підприємства конкурувати, формувати свої переваги та захищати їх. Це взаємодія між бізнес-стратегією та правовим полем, у якому вона реалізується, адже ключовими господарсько-правовими чинниками, що впливають на конкурентну позицію, є:

- конкурентне (антимонопольне) право, яке являє собою підгалузь господарського права, а його норми сприяють захисту від недобросовісної конкуренції: це закони, що забороняють копіювання товарів, брендів, введення в оману споживачів, використання комерційної таємниці конкурентів, демпінг тощо. Ефективний захист від таких дій дозволяє підприємству зберігати свою ринкову перевагу;

- **антимонопольне законодавство** встановлює заборону монополізації та зловживання домінуючим становищем: перешкоджає створенню монополій, обмежує можливості великих гравців диктувати умови ринку, що створює сприятливіші умови для нових учасників та невеликих компаній;

- контроль за концентрацією, адже саме держава контролює злиття та поглинання, щоб не допустити надмірної концентрації ринкової влади, що може зменшити конкуренцію.

Вирішальний вплив: підприємство, яке дотримується антимонопольного законодавства, формує позитивну репутацію, уникає штрафів та судових спорів, що підвищує його стабільність та конкурентоспроможність. Водночас знання цих норм дозволяє ефективно захищатися від недобросовісних дій конкурентів.

- **право інтелектуальної власності (ІВ):** патенти, які сприяють захисту інноваційних продуктів, технологій, винаходів, адже саме

вони надають монопольне право на використання винаходу протягом певного часу, що створює тимчасову конкурентну перевагу;

- торговельні марки (бренди) сприяють захисту назв, логотипів, слоганів, адже саме сильна, захищена торговельна марка формує впізнаваність, довіру споживачів та лояльність, що є потужним конкурентним активом;

- авторські права шляхом захисту творів мистецтва, програмного забезпечення, літератури, дизайну;

- комерційна таємниця шляхом захисту конфіденційної інформації (формули, рецепти, списки клієнтів, технологічні процеси).

Вплив: ефективне управління та захист інтелектуальної власності дозволяє підприємству монетизувати свої інновації, відрізнитися від конкурентів, створювати унікальний імідж та захищатися від копіювання.

- **господарське-договірне право** сприяє надійності договірних відносин, адже саме чітко укладені та юридично захищені контракти з постачальниками, дистриб'юторами, клієнтами забезпечують стабільність поставок, збуту та взаємодії;

- захист від порушень зобов'язань, що передбачає можливість стягнення неустойки, відшкодування збитків у разі невиконання або неналежного виконання договорів забезпечує фінансову стабільність та передбачуваність бізнесу.

Вплив: зміцнює довіру у відносинах з партнерами, знижує ризики, забезпечує передбачуваність операційної діяльності, що є важливим для довгострокової конкурентоспроможності.

- **законодавство про захист прав споживачів**, як інститут господарського права, визначає стандарти якості та безпеки, адже дотримання цих норм є обов'язковим і формує довіру споживачів;

- надання достовірної інформації, тобто встановлює заборону недобросовісної реклами та введення в оману.

Вплив: компанії, які сумлінно дотримуються цих норм, формують кращу репутацію, отримують лояльних клієнтів та уникають судових позовів і штрафів, що прямо впливає на їхню конкурентоспроможність.

– **податкове законодавство** та державні стимули як засіб державного регулювання економіки:

– податкові пільги та преференції. Уряд може надавати податкові стимули для розвитку певних галузей (наприклад, ІТ-сектор, сільське господарство), інноваційної діяльності, інвестицій, створення робочих місць;

– субсидії та гранти через державні програми підтримки можуть зменшувати витрати підприємства, дозволяючи йому інвестувати у розвиток або знижувати ціни;

– спеціальні економічні зони, індустріальні парки, тобто надання особливих правових та податкових режимів для залучення інвестицій та стимулювання розвитку.

Вплив: використання таких можливостей дозволяє підприємству зменшити собівартість, підвищити рентабельність, отримати додаткові ресурси для розвитку та стати більш конкурентоспроможним.

– **дозвільна система та ліцензування** регулюють:

– бар'єри входу на ринок, тобто наявність складних процедур ліцензування та отримання дозволів може бути як перешкодою для нових гравців (що захищає існуючих), так і тягарем для самих компаній;

– вимоги до діяльності, тобто дотримання галузевих стандартів, екологічних, санітарних норм.

Влив: підприємство, яке ефективно долає ці бюрократичні бар'єри та підтримує необхідні дозволи, забезпечує безперебійну діяльність, тоді як для нових гравців це може бути значною перешкодою.

– **корпоративне право** визначає:

– організаційно-правові форми, тобто вибір форми підприємства (ТОВ, АТ) впливає на структуру управління, відповідальність, можливості залучення інвестицій, що опосередковано впливає на конкурентоспроможність;

– управління та корпоративне врядування встановлює чіткі правила управління, права та обов'язки акціонерів / учасників, захист інтересів міноритарних акціонерів сприяють стабільності та привабливості для інвесторів.

Через господарсько-правове забезпечення визначається взаємозв'язок господарського правового поля та конкурентної позиції з урахуванням таких чинників:

– дотримання норм, тобто підприємство, що неухильно дотримується законодавства, мінімізує ризики штрафів, судових позовів, репутаційних втрат, що зміцнює його конкурентну позицію;

– використання можливостей, тобто активне використання правових інструментів (захист ІВ, участь у державних програмах, оптимізація податків у рамках закону), що надає додаткові фінансово-економічні переваги;

– регуляторне навантаження, тобто зайве або складне регулювання може створювати додаткові витрати та бар'єри, особливо для малих та середніх підприємств, що знижує їхню конкурентоспроможність порівняно з більшими або іноземними компаніями з меншим регуляторним тиском;

– правозастосовна практика, яка проявляється через ефективність правового захисту, швидкість та об'єктивність судочинства є критично важливими для впевненості бізнесу у захисті своїх прав та інтересів.

Висновки. Господарсько-правовий аспект є невід'ємною частиною формування та підтримки конкурентної позиції підприємства, а її аналіз, знання, розуміння та ефективне використання через відповідні правові норми дозволяє підприємству не лише уникнути проблем, як правило, фінансово-економічного характеру, а й активно створювати та захищати свої власні індивідуальні конкурентні переваги на ринку.

Також вважається за доцільне визначити поняття «конкурентна позиція» в Законі України «Про захист економічної конкуренції».

Список використаних джерел:

1. Саєнко М. Г. Стратегія підприємства : підручник. Тернопіль : Вид-во «Економічна думка», 2006. 390 с.
2. Пуліна Т. В. Визначення конкурентної позиції металургійного підприємства на світовому ринку металургійної продукції. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2015. Вип. 25.1. С. 230–238.

3. Швидка Т. І. Конкурентні переваги у процедурі банкрутства як спосіб підвищення конкурентоспроможності національної економіки. *Юридичний науковий електронний журнал*. 2024. № 1. С. 221–224.
4. Василенко В. А. Аспекти формування конкурентних позицій підприємств в сучасних умовах. *Проблеми системного підходу в економіці* : зб. наук. праць. Київ : НАУ, 2014. Вип. 47. С. 36–40.
5. Буряченко О. В., Ткачук Л. М., Коваль Н. О. Конкурентоспроможність як визначальний показник ефективності діяльності підприємства. *Економіка та суспільство*. 2021. Вип. 32. URL: <https://economyandsociety.in.ua/>
6. Герасимова В. О., Рєзанов Е. О. Конкурентоспроможність підприємства: сутність та фактори впливу в сучасних умовах. *Економічний простір*. 2020. № 154. С. 93–97.
7. Партута Т. О., Фесенко Т. В. Конкурентоспроможність підприємства та механізм її забезпечення. *Інвестиції: практика та досвід*. 2012. № 12. С. 91–96.

References:

1. Sayenko, M. H. (2006). *Stratehiya pidpryyemstva [Enterprise strategy]*. Ternopil' : Ekonomichna dumka [in Ukrainian].
2. Pulina, T. V. (2015). Vyznachennya konkurentnoyi pozytsiyi metalurhiynoho pidpryyemstva na svitovomu rynku metalurhiynoyi produktsiyi [Determining the competitive position of a metallurgical enterprise on the global market of metallurgical products]. *Naukovyy visnyk NLTU Ukrayiny [Scientific Bulletin of the National Technical University of Ukraine]*. Vol. 25, vol. 1. Pp. 230–238 [in Ukrainian].
3. Shvydka, T. I. (2024). Konkurentni perevahy u protseduri bankrutstva yak sposib pidvyshchennya konkurentospromozhnosti natsional'noyi ekonomiky [Competitive advantages in bankruptcy proceedings as a way to increase the competitiveness of the national economy]. *Yurydychnyy naukovyy elektronnyy zhurnal [Legal scientific electronic journal]*. Vol. 1. Pp. 221–224 [in Ukrainian].
4. Vasylenko, V. A. (2014). Aspekty formuvannya konkurentnykh pozytsiy pidpryyemstv v suchasnykh umovakh [Aspects of formation of competitive positions of enterprises in modern conditions]. *Problemy systemnoho pidkhodu v ekonomitsi [Problems of a systemic approach in economics]*. Kyiv: NAU. Vol. 47. Pp. 36–40 [in Ukrainian].
5. Buryachenko, O. V., Tkachuk, L. M., & Koval', N. O. (2021). Konkurentospromozhnist' yak vyznachal'nyy pokaznyk efektyvnosti diyal'nosti pidpryyemstva [Competitiveness as a determining indicator of the efficiency of an enterprise]. *Ekonomika ta suspil'stvo [Economy and Society]*. Vol. 32. <https://economyandsociety.in.ua/> [in Ukrainian].
6. Herasymova, V. O., & Ryezhanov, E. O. (2020). Konkurentospromozhnist' pidpryyemstva: sutnist' ta faktory vplyvu v suchasnykh umovakh [Enterprise competitiveness: essence and influencing factors in modern conditions]. *Ekonomichnyy prostir [Economic space]*. Vol. 154. Pp. 93–97 [in Ukrainian].
7. Partuta, T. O., & Fesenko, T. V. (2012). Konkurentospromozhnit' pidpryyemstva ta mekhanizm yiyi zabezpechennya [Competitiveness of enterprises and the mechanism for ensuring it]. *Investytsiyi: praktyka ta dosvid [Investments: practice and experience]*. Vol. 12. Pp. 91–96 [in Ukrainian].

Дата надходження статті: 18.07.2025

Дата прийняття статті: 24.08.2025

Опубліковано: 27.10.2025

