

DOI: <https://doi.org/10.32782/2308-1988/2025-53-6>

УДК 65.012.8:174.4

Вараксіна Олена Вікторівна

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту ім. І.А. Маркіної,
Полтавський державний аграрний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1351-6578>

Сазонова Тетяна Олександрівна

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту ім. І.А. Маркіної,
Полтавський державний аграрний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1454-5135>

Жигилій Олександр Павлович

здобувач вищої освіти,
Полтавський державний аграрний університет
ORCID: <https://orcid.org/0009-0007-9265-7825>

Olena Varaksina, Tetiana Sazonova, Alexander Zhigilyi
Poltava State Agrarian University

**РОЛЬ ЕТИКИ В КОНКУРЕНТНІЙ БОРОТЬБІ
ТА ЇЇ ВПЛИВ НА РЕПУТАЦІЮ ТА СТІЙКІСТЬ ОРГАНІЗАЦІЇ****THE ROLE OF ETHICS IN COMPETITION
AND ITS IMPACT ON THE REPUTATION
AND SUSTAINABILITY OF THE ORGANIZATION**

Анотація. У статті досліджується роль етичних аспектів конкуренції в сучасному бізнес-середовищі, оскільки вони формують не лише конкурентну поведінку компаній, а й впливають на розвиток ринкових відносин. Доведено, що встановлення та дотримання етичних норм у конкурентній боротьбі сприяє формуванню справедливих умов, запобігає зловживанням і шахрайству. Компанії, які дотримуються етичних принципів, отримують конкурентні переваги завдяки зростанню довіри споживачів, покращенню іміджу та стабільності партнерських відносин. Визначено, що чесна конкуренція стимулює інновації, підвищує якість продукції та мінімізує юридичні й фінансові ризики. Етичні принципи в конкуренції є не лише засобом дотримання правових норм, а й важливим чинником довгострокової конкурентоспроможності компаній. В умовах глобалізації дотримання етичних стандартів є необхідною передумовою для стійкого розвитку бізнесу та його адаптації до динамічних змін ринку.

Ключові слова: етика конкуренції, конкурентоспроможність, конкурентні переваги, бізнес-середовище, стабільність, стійкий розвиток.

Summary. The article examines the role of ethical aspects of competition in the modern business environment, since they shape not only the competitive behavior of companies but also influence the development of market relations. It is emphasized that the effectiveness of competition is possible only under conditions of economic dynamics, which is ensured by a qualitatively new level of production. It is based on the continuous introduction of innovations, innovative approaches to technology, management and organization of production processes, development of new markets and sources of raw materials, and improvement of product quality. An important factor in this process is fair competition, which promotes equal conditions for market players, stimulates the development of enterprises and provides fair mechanisms for fighting for the consumer, which, in turn, forms a sustainable and transparent economic system. It has been proven that establishing and adhering to ethical standards in competition contributes to the formation of fair conditions and prevents abuse and fraud. Companies that adhere to ethical principles gain competitive advantages by increasing consumer confidence, improving their image and stability of partnerships. It is determined that fair competition stimulates innovation, improves product quality and minimizes legal and financial risks. The formation of a unified, internally coordinated system for regulating fair competition in Ukraine plays a key role in ensuring the stability and efficiency of a market economy. In the current environment of globalization and economic transformations, it is transparent and fair competition rules that help create equal opportunities for all market participants, stimulate innovation and increase the overall efficiency of

the business environment. Therefore, in order to ensure sustainable economic development and create a favorable business climate, it is necessary to form an effective mechanism for regulating competitive relations, which will include both legal and economic instruments. It is also important to improve antitrust legislation, introduce effective mechanisms for monitoring compliance with the principles of fair competition and increase responsibility for unfair market practices.

Keywords: competition ethics, competitiveness, competitive advantages, business environment, stability, sustainable development.

Постановка проблем. Етичні аспекти конкуренції є критично важливими в сучасному бізнес-середовищі, оскільки вони визначають не лише поведінку компаній, а й загальний розвиток ринкових відносин. Справедлива конкуренція стимулює інновації та поліпшення якості продукції, що відповідає потребам споживачів. Крім того, етичний бізнес здатний створювати стабільне середовище для партнерських відносин, знижуючи ризики юридичних і фінансових суперечок, що дозволяє компаніям будувати довгострокові стратегії розвитку без загрози порушення законодавства. В умовах жорсткої глобалізації етика в конкуренції стає не лише обов'язковою вимогою, а й перевагою на ринку. Вона дозволяє зберігати стабільність, навіть коли ринок змінюється через нові технології чи соціальні тренди. Таким чином, етика в конкурентному середовищі є основою для стійкої конкурентоспроможності, що дозволяє компаніям досягати успіху не лише в короткостроковій перспективі, але й на довгий термін.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У наукових дослідженнях значна увага приділяється вивченню репутаційної складової як ключового чинника конкурентоспроможного розвитку підприємств. Ці питання розглядали як вітчизняні, так і зарубіжні науковці. Зокрема Бакалінська О. відмічає: «добросовісна конкуренція являє собою форму взаємодії учасників конкурентного змагання, за якої суб'єкти господарювання під час здійснення господарської діяльності дотримуються чесних і добрих звичаїв, вимог добросовісності, розумності та справедливості, завдяки чому отримують переваги в конкурентній боротьбі, а споживачі мають можливість вільно вибирати товари (роботи, послуги) належної якості» [1, с. 15].

Харченко П. відмічає, що добросовісна конкуренція передбачає наявність у підприємницькій діяльності суб'єкта господарювання принципу добросовісності, який виступає важливим фактором врегулювання на упорядкованій основі конфліктів інтересів, а також взаємного узгодження зустрічних інтересів і претензій [2, с. 34]. На думку Т. Швидкої, принцип добросовісності є основою для суб'єкта господарювання у здійсненні вільної підприємницької діяльності в умовах конкуренції. Він передбачає не лише право на чесне змагання, а й обов'язок дотримуватися прав інших учасників ринку. Усвідомлення можливих

наслідків порушення цього принципу, зокрема притягнення до відповідальності, сприяє підтриманню справедливих ринкових відносин. Водночас інші учасники мають законне право на захист своїх інтересів у разі порушення встановлених правил [3, с. 128].

Невирішеними проблемами у дослідженні етики конкуренції залишаються питання взаємозв'язку етичних принципів і конкурентоспроможності організації, оскільки недостатньо вивчено, яким чином моральні засади впливають на довгострокову стійкість підприємства, його репутацію та рівень довіри з боку споживачів. Також не сформовано чіткого визначення етапів побудови системи етичних принципів конкурентоспроможності, що потребує глибшого аналізу з урахуванням чинників зовнішнього середовища, які зумовлюють необхідність дотримання моральних норм у конкурентній боротьбі.

Метою статті є аналіз взаємозв'язку етичних принципів і конкурентоспроможності організації, а також визначення їхнього впливу на довгострокову стійкість підприємства, його репутацію та рівень довіри споживачів. Дослідження охоплює розробку послідовного підходу до формування системи етичних принципів у конкурентній боротьбі, з урахуванням зовнішніх факторів, що зумовлюють необхідність дотримання моральних норм у ринкових відносинах.

Виклад основного матеріалу дослідження. Оскільки етика допомагає знижувати ризики юридичних порушень і фінансових втрат, вона стає важливим елементом стратегічного управління компанією. Тому, для досягнення довгострокового успіху, бізнеси повинні орієнтуватися на базові етичні принципи, що формують здорове конкурентне середовище. Виконання таких принципів дозволяє організації сформувати довіру серед споживачів і створити стабільну репутацію, що є основою для забезпечення її конкурентоспроможності. В умовах глобалізації та швидких змін на ринку етичні принципи стали основою для формування стійких конкурентних переваг, що дозволяють компаніям не тільки залишатися на плаву, але й успішно розвиватися (рис. 1).

Етичні принципи конкурентоспроможності охоплюють правила і норми, які організації застосовують для досягнення успіху на ринку, при цьому дотримуючись етичних стандартів і відповідальності перед суспільством, працівниками та іншими стейкхолдерами.

Чесність і прозорість
Справедлива конкуренція
Соціальна відповідальність
Етика в управлінні персоналом
Інновації та етика
Етичне лідерство
Солідарність
Ефективність
Справедливість
Утримання від навмисного заподіяння шкоди

Рисунок 1 – Етичні принципи конкурентоспроможності в бізнесі

Джерело: [4] та доповнено авторами

Тобто, компанії необхідно в першу чергу забезпечити прибуток своїм акціонерам, а вже потім робити внесок у суспільство [4].

Залишаючись вірною етичним стандартам, організація здобуває конкурентні переваги, що дозволяють їй успішно адаптуватися до змін у ринковому середовищі та забезпечити стійкий розвиток (рис. 2).

Згідно з дослідженням консалтингової компанії «PwC», підприємства з сильною етичною корпоративною культурою на 12% рідше стають об'єктами регуляторних розслідувань і на 24% рідше стикаються з фінансовими санкціями [9]. Дослідженнями компанії «LinkedIn» вказують на те, що 70% кандидатів враховують репутацію компанії при виборі місця роботи. Компанії з пози-



Рисунок 2 – Взаємозв'язок етичних принципів і конкурентоспроможності організації

Джерело: [5–8] та доповнено авторами

тивною репутацією мають більші шанси залучити висококваліфікованих фахівців і зберегти наявний кадровий склад, що, в свою чергу, сприяє підвищенню продуктивності та забезпечує стабільний розвиток організації в майбутньому [10].

Порушення етичних стандартів у конкуренції може призвести до значних юридичних і фінансових наслідків, включаючи штрафи, судові позови та інші санкції, які можуть завдати серйозної шкоди репутації компанії. В короткостроковій перспективі це може знизити довіру споживачів і партнерів, що спричинить втрату клієнтів і зниження обсягів продажу. У довгостроковій перспективі такі порушення можуть призвести до пошкодження корпоративної репутації, що робить компанію менш привабливою для потенційних інвесторів і партнерів, знижуючи її конкурентоспроможність на ринку.

Сучасні споживачі та інвестори все більше цінують відповідальність і чесність брендів. Порушення етичних норм, таких як маніпулювання рекламними матеріалами або недобросовісна конкуренція, призводять до втрати довіри з боку споживачів і партнерів [11]. Організації, які обирають нечесні методи (наприклад, маніпулювання результатами ринкових досліджень чи фальсифікація продуктів), можуть тимчасово

досягти певних результатів, але це може призвести до швидкого падіння їхнього статусу та конкурентної позиції на ринку.

Зниження конкурентоспроможності через етичні порушення може бути навіть більш серйозним, ніж фінансові санкції, оскільки наслідки для ринкової позиції можуть бути довготривалими [12].

Побудова системи етичних принципів конкурентоспроможності базується на чітких етапах аналізу, розробки, впровадження та контролю етичних стандартів та сприяє сталому розвитку підприємства, створенню сприятливого бізнес-середовища та підвищенню конкурентних переваг за рахунок чесної та відповідальної діяльності (рис. 3).

Таким чином, система етичних принципів конкурентоспроможності – це структурований механізм формування, впровадження та розвитку морально-правових норм у конкурентній діяльності підприємства. Вона забезпечує стійке ринкове положення, довгострокову довіру партнерів і споживачів та відповідальне використання конкурентних переваг.

Висновки. Етичні норми конкуренції відіграють вирішальну роль у формуванні стійкого бізнес-середовища, забезпечуючи справедливі умови для ринкової взаємодії. Вони сприяють



Рисунок 3 – Етапи побудови системи етичних принципів конкурентоспроможності

Джерело: [13–16] та доповнено авторами

зниженню ризиків фінансових санкцій, правових суперечок і втрати довіри з боку ключових стейкхолдерів. Дотримання принципів чесності, відповідальності та прозорості дозволяє компаніям створювати довгострокові конкурентні переваги та ефективно адаптуватися до змін ринкових умов. Формування та підтримка етичної конкурентної поведінки вимагає комплексного

підходу, який включає розробку внутрішніх стандартів, контроль за їх дотриманням і відповідну корекцію управлінських рішень. У сучасних умовах глобалізації та цифрової трансформації бізнесу це є не лише моральним обов'язком компаній, а й важливим інструментом для забезпечення їхньої довгострокової рентабельності та ринкової стійкості.

Список використаних джерел:

1. Бакалінська О. Правове забезпечення добросовісної конкуренції в Україні: проблеми теорії і практики : автореф. дис. ... докт. юрид. наук: спец. 12.00.04 ; Національна академія правових наук України, НДІ приватного права і підприємництва ім. Ф. Бурчака. Київ, 2015. 32 с.
2. Харченко П.Г. Адміністративно-правові заходи забезпечення захисту від недобросовісної конкуренції в діяльності органів Антимонопольного комітету України. Одеса : ОНУ ім. І.І. Мечникова, 2004. 203 с.
3. Швидка Т. Проблеми забезпечення добросовісної конкуренції та впровадження правил ринкової економіки. *Господарське право і процес*. 2021. № 3. DOI: <https://doi.org/10.32849/2663-5313/2021.3.19> (дата звернення: 02.03.2025).
4. Elegido H.M. *Fundamentals of Business Ethics: A Developing World Perspective*. Ibadan, Nigeria, Spectrum Books Limited, 1996.
5. Безручко А. Шахрайство чи перемога? Чому етика в конкуренції є секретною зброєю бізнесу. URL: <https://pravda.com.ua/authors/6613c2dc3aeae/> (дата звернення: 02.03.2025).
6. Караваєв І. ТОП-10 правил бізнес-етики, якими нехтують в Україні. URL: <https://yur-gazeta.com/publications/practice/insh/top10-pravil-biznesetiki-yakimi-nehtuyut-v-ukrayini.html> (дата звернення: 03.03.2025).
7. Етика скрізь. Щодня. URL: <https://www.bunge.com/-/media/files/pdf/code-of-conduct-ukraine> (дата звернення: 02.03.2025).
8. Савіна Г.Г. Позитивний імідж та ділова репутація у забезпеченні конкурентоспроможності підприємства. *Науковий вісник Полісся*. 2015. Вип. 3. С. 96–99. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvp_2015_3_15. (дата звернення: 04.03.2025).
9. Глобальні маркетингові тенденції. URL: <https://www2.deloitte.com/global/en/pages/consulting/articles/global-marketing-trends.html> (дата звернення: 02.03.2025).
10. Замлинський В., Камара Б., Відаль Агінальдо де Лукас. Соціально-економічні інструменти розвитку підприємства в умовах інноваційних змін. *Інтерконф*. 2021. Вип. 90. С. 41–56. DOI: <https://doi.org/10.51582/interconf.7-8.12.2021.003> (дата звернення: 02.03.2025).
11. Камара Б.М., Замлинський В. Роль етики та ділової репутації, сформованої людським потенціалом, у досягненні конкурентоспроможності підприємства. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*, 2024. № 334(5). С. 499–506. DOI: <https://doi.org/10.31891/2307-5740-2024-334-75> (дата звернення: 04.03.2025).
12. Філіппова С.В., Левкіна Р.В., Котко Я.М. Репутаційна складова системи управління організаційним розвитком підприємств соціально орієнтованого бізнесу. *Економічний журнал Одеського політехнічного університету*. 2022. № 4(22). С. 42–51. URL: <https://economics.net.ua/ejoru/2022/No4/42.pdf>. (дата звернення: 03.03.2025).
13. Іванченкова Л.В., Козак К.Б., Долинська О.О. Етичні ділові комунікації як засіб підтримки репутації підприємства. *Український журнал прикладної економіки та техніки*. 2022. Том 7. № 1. С. 92–98.
14. What is Competitive Behavior? ManagementStudyHQ URL: <https://www.managementstudyhq.com/what-is-competitive-behavior.html> (дата звернення: 02.03.2025).
15. Лук'янець В.С. «М'яке право» у забезпеченні чесної конкуренції. *Правничий вісник Університету «КРОК»*. 2019. № (34). С. 60–72. URL: <https://lbku.krok.edu.ua/index.php/krok-university-law-journal/article/view/194> (дата звернення: 03.03.2025).
16. Винославська О., Кононець М. Відмітні особливості етичного лідерства в діяльності організації. *О.В. Вісник Львівського університету. Серія філос.-політолог*. 2021. № 35, С.16–23. DOI: <https://doi.org/10.30970/PPS.2021.35.2> (дата звернення: 02.03.2025).

References:

1. Bakalinska O. (2015) *Pravove zabezpechennia dobrosovisnoi konkurentsii v Ukraini: problemy teorii i praktyky* [Legal support for fair competition in Ukraine: problems of theory and practice] (PhD Thesis), Kyiv: National Academy of Legal Sciences of Ukraine, F. Burchak Research Institute of Private Law and Entrepreneurship. (in Ukrainian)
2. Kharchenko P. G. (2004) *Administratyvno-pravovi zakhody zabezpechennia zakhystu vid nedobrosovisnoi konkurentsii v diialnosti orhaniv Antymonopolnoho komitetu Ukrainy* [Administrative and legal measures to ensure protection against unfair competition in the activities of the Antimonopoly Committee of Ukraine]. Odessa: I.I. Mechnikov ONU. (in Ukrainian)
3. Shvydka T. (2021) *Problemy zabezpechennia dobrosovisnoi konkurentsii ta vprovadzhennia pravyl rynkovoi ekonomiky* [Problems of ensuring fair competition and implementing the rules of a market economy]. *Hospodarske pravo i protses – Economic law and process*. no. 3. Available at: <https://doi.org/10.32849/2663-5313/2021.3.19> (in Ukrainian)

4. Elegido H. M. (1996) *Fundamentals of Business Ethics: A Developing World Perspective*. Ibadan, Nigeria, Spectrum Books Limited.
5. Bezruchko A. (2024) Shakhraistvo chy peremoha? Chomu etyka v konkurentsii ye sekretnoiu zbroieiu biznesu [Fraud or victory? Why ethics in competition is the secret weapon of business]. Available at: <https://epravda.com.ua/authors/6613c2dc3aeae/> (in Ukrainian)
6. Karavaev I. (2020) TOP-10 pravyl biznes-etyky, yakymy nekhuiut v Ukraini [TOP-10 rules of business ethics that are neglected in Ukraine]. Available at: <https://yur-gazeta.com/publications/practice/inshe/top10-pravil-biznesetiki-yakimi-nehtuyut-v-ukrayini.html> (in Ukrainian)
7. Etyka skriz. Shchodnia [Ethics everywhere. Every day]. Available at: <https://www.bunge.com/-/media/files/pdf/code-of-conduct-ukraine> (in Ukrainian)
8. Savina G. G. (2015) Pozytyvnyi imidzh ta dilova reputatsiia u zabezpechenni konkurentospromozhnosti pidpriemstva [Positive image and business reputation in ensuring the competitiveness of the enterprise]. *Naukovyi visnyk Polissia – Scientific Bulletin of Polissya*. vol. 3. pp. 96–99. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvp_2015_3_15 (in Ukrainian)
9. Global Marketing Trends Deloitte. (2023). Available at: <https://www2.deloitte.com/global/en/pages/consulting/articles/global-marketing-trends.html> (in Ukrainian)
10. Zamlinskyi, V., Camara, B., Vidal Aguinardo de Lucas. (2021) Sotsialno-ekonomichni instrumenty rozvytku pidpriemstva v umovakh innovatsiinykh zmin [Socio-economic tools of enterprise development in the conditions of innovative changes] *Interkonf – Inter Conf*. is. 90. pp. 41–56. Available at: <https://doi.org/10.51582/interconf.7-8.12.2021.003> (in Ukrainian)
11. Kamara B. M., Zamlinskyi V. (2024). Rol etyky ta dilovoi reputatsii, sformovanoi liudskym potentsialom, u dosiahnenni konkurentospromozhnosti pidpriemstva [The role of ethics and business reputation, shaped by human potential, in achieving enterprise competitiveness]. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. Ekonomichni nauky*, Vol. 334(5), pp. 499–506. DOI: <https://doi.org/10.31891/2307-5740-2024-334-75> (accessed: 4 March 2025).
12. Filippova S. V., Levkina R. V., Kotko Y. M. (2022) Reputatsiina skladova systemy upravlinnia orhanizatsiynym rozvytkom pidpriemstv sotsialno orientovanoho biznesu [Reputational component of the organizational development management system of socially oriented business enterprises]. *Ekonomichniy zhurnal Odeskoho politekhnichnoho universytetu – Economic Journal of Odessa Polytechnic University*, no. 4(22). pp. 42–51. Available at: <https://economics.net.ua/ejopu/2022/No4/42.pdf> (in Ukrainian)
13. Ivanchenkova L. V., Kozak K. B., Dolynska O. O. (2022) Etychni dilovi komunikatsii yak zasib pidtrymky reputatsii pidpriemstva [Ethical business communications as a means of supporting the reputation of the enterprise]. *Ukrainskyi zhurnal prykladnoi ekonomiky ta tekhniky – Ukrainian Journal of Applied Economics and Technology*. vol. 7. no. 1. pp. 92–98. (in Ukrainian)
14. What is Competitive Behavior? ManagementStudyHQ. Available at: <https://www.managementstudyhq.com/what-is-competitive-behavior.html>
15. Lukyanets V. S. (2019) “Miake pravo” u zabezpechenni chesnoi konkurentsii [«Soft law» in ensuring fair competition]. *Pravnychy visnyk Universytetu “KROK” – Legal Bulletin of the University “KROK”*. vol. (34). pp. 60–72. Available at: <https://lbku.krok.edu.ua/index.php/krok-university-law-journal/article/view/194> (in Ukrainian)
16. Vynoslavskaya O., Kononets M. (2021). Vidmitni osoblyvosti etychnoho liderstva v diialnosti orhanizatsii [Distinctive features of ethical leadership in organization activity]. *Visnyk Lvivskoho universytetu. Seriiia filos.-politolog. studii – Herald of the Lviv University. Series Philos. Political Studies*, no. 35, pp. 16–23. Available at: DOI: <https://doi.org/10.30970/PPS.2021.35.2> (in Ukrainian)

Стаття надійшла до редакції 11.03.2025