

Конкуренція як економічна категорія

П.Р. ПУЦЕНТЕЙЛО, кандидат економічних наук, доцент
Тернопільський національний економічний університет

Розвиток ринкових відносин вимагає фундаментальних досліджень проблем конкуренції, яка є об'єктивним економічним законом розвинутого товарного виробництва і виражає внутрішні необхідні, стійкі та істотні зв'язки між відокремленими товаровиробниками в їхній боротьбі за найвищу результативність виробництва, з одного боку, і споживачами їхньої продукції — з іншого. Саме конкуренція виступає внутрішнім механізмом забезпечення ефективного й динамічного розвитку.

Формування конкурентного середовища в економіці України відбувається без наявної необхідної бази її функціонування в минулий період: інституціональної структури, інструментів, спеціалістів, досвіду та інших елементів. Це зумовлює необхідність й актуальність дослідження досвіду функціонування механізму конкуренції, накопиченого державами з ринковою економікою. Наукові основи конкуренції були закладені такими вітчизняними і зарубіжними авторами, як Г.Л. Азоєв, С.Л. Брю, В.П. Галушко, О.Д. Гудзинський, Й.С. Завадський, С.М. Кваша, Дж. Кейнс, К.Р. Макконнел, А. Маршалл, Б.Й. Пасхвер, М. Портер, Дж. Робінсон, Д. Рікардо, П. Самуельсон, А. Сміт, Р.А. Фатхутдинов, Ф.А. Хайск, Е. Чемберлін, Й. Шумпетер та інші.

Метою статті є аналіз комплексного дослідження суті та особливостей конкуренції.

В умовах поглиблення трансформаційних процесів в економіці України особливого значення набуває уточнення змісту такого поняття як "конкуренція".

Конкуренція є основним економічним поняттям, притаманним ринковим умовам господарювання, необхідним атрибутом їх існування і розвитку. Термін "конкуренція" є одним із найважливіших і найчастіше використовуваних в економічній літературі. Існує багато різних тлумачень цього поняття. Як свідчать літературні джерела¹, слово "конкуренція" походить від латинського "conspicere", що означає "зіткнення". Таке тлумачення цього терміна було первинним в економічній літературі. З розвитком економічної науки його удосконалювали, деталізували та пояснювали мету, способи ведення конкурентної боротьби.

Закон України "Про захист економічної конкуренції", який визначає правові засади підтримки й захисту економічної конкуренції, обмеження монополізму в господарській діяльності та спрямований на забезпечення ефективного функціонування економіки України на основі розвитку конкурентних відносин, містить таке поняття конкуренції: "Економічна конкуренція (конкуренція) — змагання між суб'єктами господарювання з метою здобуття завдяки власним досягненням переваг над іншими суб'єктами господарювання, внаслідок чого споживачі, суб'єкти господарювання мають можливість вибирати між кількома продавцями, покупцями, а окремий суб'єкт господарювання не може визначати умови обороту товарів на ринку"².

У своєму розвитку конкуренція пройшла великий шлях — від простих до складних сучасних форм. Вона розвивалася водночас із розвитком ринкових відносин і була їхнім невід'ємним елементом.

Конкуренція — це багатоаспектний процес. У економічній літературі конкуренція визначається як суспільна форма зіткнення суб'єктів ринкового господарства у процесі реалізації їхніх індивідуальних інтересів³.

Автором першого поняття стосовно конкуренції був А. Сміт⁴. Він у своїй роботі "Дослідження про природу і причини багатства народів" доводить, що завдяки вільній

¹ Борисов А.Б. Большой экономический словарь. — М.: Книжный мир, 2003. — С. 321.

² Закон України "Про захист від недобросовісної конкуренції" від 7 черв. 1996 року №236-96-ВР із змінами.

³ Политическая экономия: Словарь / Сост. О.И.Ожерельев и др. — М.: Политиздат, 1990. — С.115.

⁴ Юхименко П.І., Леоненко П.М. Історія економічних учень: Навч. посіб. 2-ге вид., випр. — К.: "Знання-Прес", 2001. — С. 66—67.

конкуренції підприємців і через їхні власні інтереси ринкова економіка буде якнайкраще розв'язувати суспільні завдання і приведе до гармонії власну й колективну волю з максимально можливою користю для всіх і кожного.

А. Сміт сформулював поняття "абсолютної переваги". Він вважав, що кожна країна завжди виробляє один або кілька товарів з меншими витратами, ніж за кордоном. Саме абсолютні переваги є основою того, що можна було б вважати з певними застереженнями, конкурентоспроможністю як окремих фірм, так і національної економіки в цілому. Продаючи за кордоном надлишки конкурентоспроможних товарів, країна збільшує національне виробництво й зайнятість, а її дохід і багатство зростають. Зрозуміло, що від вільної конкуренції постраждають виробники неконкурентної продукції, але країна в цілому, вважав А. Сміт, від цього тільки виграє.

Пояснюючи, чому скорочення пропозиції призводить до зростання цін, А. Сміт посилався на конкуренцію, що "зараз же почнеться" серед покупців: якщо пропозиція занадто велика, ціна падатиме тим нижче, чим більша конкуренція між продавцями, "чи дивлячись по тому, наскільки важливим виявиться для них швидше збути товар"¹. У цьому разі конкуренція означає суперництво з метою одержання дефіцитних товарів чи бажання найшвидшого збуту їх. Тобто, конкуренція — це реакція на нову силу та засіб досягнення нової рівноваги.

У своєму дослідженні А. Сміт помітив, що чим численніші економічні суперники, тим швидше між ними виникає боротьба за перевагу за допомогою підвищення чи зниження цін: "Ремесла, в яких зайнято дуже багато людей, найбільш легко досягають таких угод... Якщо капітал розділений між двома бакалійниками, то взаємна конкуренція змушуватиме їх обох продавати свої товари дешевше, ніж якби товар знаходився в одних руках. Якщо ж весь капітал виявився б розподілений серед двадцяти торговців, то їхня конкуренція була б набагато сильніша, а можливість змови між ними з метою підвищення цін набагато менша"².

Розуміючи конкуренцію як суперництво, А. Сміт зробив висновок, що скорочення пропозиції викликає конкуренцію серед покупців — гонитву за обмеженою пропозицією, що підвищує ціни, а надлишок пропозиції викликає суперництво заради позбавлення від надлишку, що приводить до зниження ціни. Він вважав, що конкуренція позбавляє учасників ринкового процесу влади над ціною і чим більша буде чисельність продавців, тим важче їм вступати в змову.

А. Сміт визначив п'ять умов існування конкуренції:

1. Конкуренти повинні діяти незалежно, а не в змові.
2. Кількість конкурентів, потенційних чи вже наявних, має бути достатньою, щоб виключити надприбутки.
3. Економічні одиниці повинні володіти знанням про ринкові можливості.
4. Має бути воля (від соціальних обмежень) діяти відповідно до цього знання.
5. Потрібно досить часу, щоб напрям та обсяг потоку ресурсів відповідали б бажанню власників.

Таким чином, А. Сміт у своїй теорії робив наголос на тому, що конкуренція — це економічне суперництво. Чим більше учасників ринку протидіють між собою, тим краще для покупців. Конкуренція позбавляє учасників ринкового процесу влади над ціною. Його заслугою є те, що ним було визначено умови існування конкуренції та обґрунтовано теорію абсолютної переваги.

Ще один видатний англійський економіст Девід Рікардо розвинув теорію конкуренції. Він вважав, що теоретичні основи конкурентоспроможності продукції базуються на основі порівняльних переваг, і за якими країна повинна експортувати вироби, на які затрачено менше праці та коштів порівняно з іншими товарами, які вона виробляє. Цей принцип пояснював вигідність зовнішньоекономічних операцій різницею витрат виробництва в різних країнах за умов, коли виробники порівнюють пропорції обміну одного товару на інший і всередині країни, і при вивезенні товару за кордон.

¹ Сміт А. Исследование о природе и причинах богатства народов. — М.: Наука, 1993. — Кн. 1—3. — С. 175.

² Там же. — С. 252; 503—504.

Вихідні поняття конкурентоспроможності на світовому ринку можна розкрити за допомогою елементарної моделі часткової рівноваги, що передбачає наявність двох країн, які виробляють однакові товари, але з різними витратами.

Проте в теорії Д. Рікардо немає пояснення, чому саме один і той же ресурс — робочий час (або, в сучасних модифікаціях, прийнята за постійну питома заробітна плата) — має таку різну продуктивність в різних галузях. Інакше кажучи, якісна однорідність витрат виявляється оманливою. Д. Рікардо виходив із тези про те, що відмінності в порівняльних витратах залежать головним чином від природних, географічних умов. Однак у формуванні витрат дедалі більшу роль відіграють не природні, а інші передумови, оскільки в зовнішній торгівлі вищу питому вагу мають товари переробної промисловості та послуги.

Таким чином, класики політичної економії А. Сміт і Д. Рікардо відзначали, що конкуренція є змаганням заради прибутку. У своїх дослідженнях вони розрізняли галузеву й міжгалузеву конкуренції. Але провідним видом вважали конкуренцію між капіталами. Вони розробили теорії абсолютної та порівняльної переваги.

Цікавою для науки є концепція конкуренції С. Джевонса. В своїй “Теорії політичної економії” (1874 р.) вона була складовою його концепції ринку, а досконалий ринок характеризувався двома умовами:

1. Ринок теоретично ідеальний, коли всі торговці мають вичерпні знання про умови пропозиції та попиту й мінове відношення, що впливає звідси.

2. Має бути абсолютно вільна конкуренція, щоб кожний здійснював обмін з будь-ким при наявності хоча б найменшої вигоди. Повинна бути виключена таємна змова, що має на меті поглинання товарів і затримку збуту для створення неприродних відносин¹.

Поєднуючи поняття ринок і конкуренцію, Джевонс припускає пряму залежність між чисельністю продавців і ціною “...на тому самому ринку в будь-який момент не може бути двох цін на однаковий товар”². Це правило єдиної ціни виключає цінову дискримінацію і, ймовірно, вимагає щоб на ринку було якомога більше покупців і продавців.

Отже, відповідно до концепції С. Джевонса, під конкуренцією він розумів ринок, наявність ринкового механізму господарювання.

В економістів ХХ ст. є власні погляди на категорію “конкуренція”. Так, Ф. Найт у праці “Ризик, невизначеність і прибуток”, конкуренцію визначає як ситуацію, в якій конкурує багато одиниць і вони незалежні; конкуренція — це бажання індивідів мати справу з іншими індивідами та вибирати кращі, з їхнього погляду, умови серед пропонуваного³.

Інші вчені вважають, що конкуренція — це процес управління суб’єктом своїми конкурентними перевагами для одержання перемоги чи досягнення інших цілей у боротьбі з конкурентами за задоволення об’єктивних чи суб’єктивних потреб у рамках законодавства або в природних умовах⁴. Дане визначення яскраво ілюструє сучасні прагнення підприємницьких структур в умовах невизначеності до здійснення ними фінансово-господарських операцій.

Окремі науковці акцентують увагу на сутності монополістичної конкуренції. Так, Е. Чемберлін у своїй роботі “Теорія монополістичної конкуренції” стверджував, що разом із диференціацією продукції з’являється монополія, і в міру посилення диференціації елементи монополії стають значущими. Скрізь, де повною мірою існує диференціація, кожний продавець має абсолютну монополію на власний продукт. Виходячи з цього, реальний обсяг пропозиції товарів виявиться меншим, а ціни на них будуть вищими, ніж в умовах “чистої конкуренції”. Суть монополістичної конкуренції полягає в контролі над пропозицією⁵.

¹ Теория фирмы / Под ред. В.М.Гальперина. — СПб.: Экономическая школа, 1995. — С. 308.

² Там же.

³ Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление. — М.: ИНФРА-М, 2000. — С. 14.

⁴ Там же. — С. 16.

⁵ Юхименко П.І., Леоненко П.М. Історія економічних учень: Навч. посіб. 2-ге вид., випр. — К.: “Знання-Прес”, 2001. — С. 203.

На думку В. Андріанова, конкуренція — одна з головних рис ринкового господарства... вона забезпечує творчу свободу особистості, створює умови для її само-реалізації у сфері економіки шляхом розробки та створення конкурентоспроможних товарів і послуг¹.

Ми не погоджуємося з окремими висловлюваннями вченого В. Андріанова, оскільки вважаємо, що конкуренція не може забезпечувати творчу свободу особистості, тому що це досить жорстка боротьба за виживання на ринку.

Окремі вчені, зокрема Дж. Стонер і Е. Долан, дійшли до висновку про необхідність розмежовувати гостру й негостру монополістичну конкуренцію. Коли йдеться про конкуренцію, то суб'єктам зовнішнього ринку необхідно турбуватися насамперед про особисті інтереси. Якщо ринок великий, то одним суб'єктом зовнішнього ринку можуть не відволікатися клієнти з другого. Чим вищі доходи фірми, тим наполегливіше її переслідують конкуренти. Щодо конкуренції за ресурси, то вона частіше має непрямий і знеособлений характер².

Інші вчені вважають, що конкуренція природним шляхом виникає з ринку і одно-часно є неодмінною умовою його існування та розвитку³.

У поглядах дослідників суттєвим аспектом існування ринку є конкурентна боротьба на ньому. Проте з їх висловлювання випливає, що між суб'єктами ринку не повинна точитися жорстка боротьба через наявність великого ринку.

Заслужують на увагу визначення окремих вчених. Так, К.Р. Макконнел і С.Л. Брю пов'язують конкуренцію з наявністю на ринку великої чисельності незалежних покупців і продавців будь-яких продуктів, послуг або ресурсів, можливістю для покупців і продавців вільно виходити на ринок і залишати його. Свобода вибору, яка реалізується у формі прагнення одержати для себе прибуток, є основою для конкуренції, або економічного змагання, як корінної властивості капіталізму⁴.

Конкуренція безпосередньо впливає на ефективність виробництва, підвищує технічний рівень, забезпечує поліпшення якості й розширення номенклатури продукції.

М. Портер наголошує, що конкуренція в галузі має тривалий вплив, зменшуючи норму віддачі капіталовкладень до конкурентної норми або тієї норми, яку можна одержати в "абсолютно конкурентній" галузі. Ця конкурентна норма, або віддача "вільного ринку", наближається до норми віддачі від довгострокових цінних паперів уряду з поправкою на ризик втрати капіталу. Інвестори не погодяться на віддачу, меншу від цієї норми в довготривалому періоді, оскільки вони можуть інвестувати в інші галузі, а фірми, що звичайно мають меншу віддачу, врешті-решт вийдуть із бізнесу⁵.

Цікавими видаються визначення інших вчених. Зокрема Г.Л. Азоев розуміє під конкуренцією "...суперництво на якому-небудь поприщі між окремими юридичними чи фізичними особами (конкурентами), зацікавленими в досягненні однієї й тієї ж мети"⁶.

Отже, конкуренція ґрунтується на суперництві й задоволенні потреб, тому виграє той, хто найкраще задовольняє потреби споживачів.

А.Ю. Юданов під конкуренцією розуміє боротьбу фірм за обмежений обсяг платоспроможного попиту споживачів, що ведеться ними на доступних сегментах ринку⁷.

¹ Андріанов В. Конкурентоспособность России в мировой экономике // Мировая экономика и международные отношения. — 2000. — № 3. — С. 47.

² Стонер Д., Долан Е. Вступ у бізнес; Пер. з англ. / Заг. ред. і вступ. ст. Й.С.Завадського. — К.: Вид-во Європ. ун-ту фін., інформ. систем, менеджменту і бізнесу, 2000. — С. 43.

³ Завьялов П.С. Конкуренция — неотъемлемое свойство развитого рынка // Маркетинг. — 1997. — № 5. — С. 4.

⁴ Макконел К.Р., Брю С.Л. Экономикс: принципы, проблемы и политика / Пер. с англ. Е.С. Иванова — К.: ХаГар, 1998. — С. 52.

⁵ Портер М.Е. Стратегія конкуренції / Пер. з англ. А.Олійник, Р.Скільський. — К.: Основи, 1998. — С. 122.

⁶ Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика. — М.: Центр экономики и маркетинга, 1996. — С. 5.

⁷ Юданов А.Ю. Конкуренция: теория и практика: Учеб.-практ. пособие. — 3-е изд. — М.: Гном-пресс, 2000. — С. 36.

Ми погоджуємося з деякими дослідниками, що конкуренція, з одного боку, — це економічна змагальність за досягнення кращих результатів у сфері якої-небудь діяльності, боротьба товаровиробників за вигідніші умови господарювання, одержання найвищого прибутку. З іншого боку, конкуренція — елемент ринкового механізму, що забезпечує взаємодію ринкових суб'єктів у виробництві та збуті продукції, а також у сфері додавання капіталу¹.

До перерахованих визначень поняття “конкуренція” варто додати, що це й економічні відносини, суть яких полягає в зіставленні індивідуальних затрат праці на виробництво якого-небудь матеріального блага із суспільно необхідною їх величиною.

Проаналізувавши визначення поняття “конкуренція” різними економістами, можна зробити висновки, що в даному випадку конкуренція як наукове поняття — багатоаспектне і в кожному випадку її зміст визначається залежно від цілей, у зв'язку з якими вона сформована. Отже, універсального трактування, що таке конкуренція, на всі випадки життя не може бути визначено.

Наведений аналіз стану трактування конкуренції показує, що на сучасному етапі гостро постає питання щодо необхідності подолання спрощеного, вузькоекономічного підходу до розуміння конкуренції як наукового поняття. Ця категорія припускає наявність на ринку великої чисельності незалежно діючих покупців і продавців будь-якого конкретного продукту чи ресурсу, коли жоден із них не може пред'явити попит чи пропозицію на такий обсяг продукту, якого було б необхідно й достатньо, щоб помітно вплинути на ціну. Такий стан досягається тому, що конкуренція забезпечує кожному продавцю волю вибору тих чи інших ринків, а економічній системі — належну адаптацію до змін смаків споживачів, технології чи пропозиції ресурсів.

З урахуванням розглянутих визначень, пропонуємо власне трактування цього поняття: конкуренція — це комплексна категорія, де в протиборстві сходяться дві й більше сторін в одному сегменті та визначають стан взаємовідносин продавця і покупця на ринку, що в кінцевому підсумку сприяє одержанню вигоди продавцем і задоволення потреб покупця.

Конкуренції властиві такі функції: вона охоплює всі зв'язки виробництва й споживання і поряд із державним регулюванням є засобом досягнення збалансованості між попитом та пропозицією; виконує функцію мотивації та узгодження інтересів товаровиробників. Через ринковий механізм конкуренція підпорядковує індивідуальні прагнення суб'єктів господарювання суспільним інтересам; примушує товаровиробників раціоналізувати індивідуальні виробничі витрати; стимулює поліпшення якості продукції та послуг; є потужним інноваційним чинником у сучасних умовах; історично важливою функцією конкуренції є формування ринкової ціни. З її допомогою конкуренція забезпечує збалансоване співвідношення між суспільними потребами й суспільним виробництвом.

У результаті дослідження можна зробити наступні висновки.

1. Конкуренція — це процес постійного взаємного суперництва між суб'єктами ринку, які знаходяться в одному сегменті та за допомогою товарів і послуг прагнуть завоювати визнання й одержати гроші споживачів.

2. Відсутність конкуренції в суспільстві позбавляє економіку рушійної сили. Саме участь у конкурентній боротьбі спонукає виробників до новаторства, підвищення ефективності виробництва.

3. Конкуренція може здійснюватися через якісне удосконалення споживчих якостей продукту.

4. Конкуренція — це об'єктивна необхідність функціонування ринкового механізму, що полягає у боротьбі за споживача.

*

¹ Кныш М.И. Конкурентные стратегии: Учеб. пособие. — СПб., 2000. — С. 10.