

РОЗВИТОК ТЕОРІЇ КОНКУРЕНЦІЇ І СУЧАСНЕ РОЗУМІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Наукові праці МАУП, 2014, вип. 43(4), с. 190–195

Наведено аналіз розвитку теорії конкуренції та економічної сутності поняття “конкурентоспроможність”.

Сучасний розвиток конкуренції та монополії призводить до зіткнення майже полярних тенденцій.

По-перше, докорінно змінюється поведінка великих компаній. На початку ХХ ст. традиційним було прагнення монополій гальмувати застосування науково-технічних новинок, аби не допустити зниження ринкових цін. Однак зараз великі господарські об'єднання стають легальними монополіями, використовуючи протягом певного терміну патентне право. Вони концентрують у себе науково-технічні розробки шляхом придбання або самих патентів, або компаній, що займаються цікавими для них дослідженнями. Це дає їм змогу “залишатися лідерами постійно”, раз у раз відтворюючи виробництво на нових технологічних рівнях. Як зазначають С. Фішер, Р. Дорнбуш і Р. Шмалензі, “...уряди більшості країн з метою прискорення технічного прогресу надають винахідникам права на тимчасові монополії. У Сполучених Штатах патенти забезпечують монополійні права протягом 17 років... Закони, що охороняють професійні секрети, інколи дають поштовх до розвитку навіть монополіям-“довгожителю” [1, 207].

По-друге, сам технічний прогрес сприяв занепаду конкуренції. Новітня технологія, як правило, вимагає: а) використання великої кількості реального капіталу; б) крупних ринків; в) комплексного, централізованого і строго інтегрованого ринку; г) надійних

джерел сировини. Такого роду технології потребують існування фірм-виробників, що є великими не тільки в абсолютних величинах, а й до розмірів усього ринку. Інакше кажучи, досягнення максимальної ефективності виробництва на основі застосування новітньої технології часто потребує існування невеликої кількості відносно крупних фірм.

По-третє, важливого значення набула участь великих господарських об'єднань у глобальній конкуренції, спрямованій на ефективну участь у міжнародній господарській діяльності. У багатьох розвинених країнах держава сприяє крупним компаніям освоювати науково-технічні досягнення, готувати компетентний персонал, а також забезпечує їх іншими економічними перевагами, такими як ефективні інститути розвитку та сприятливе господарське середовище.

Отже, для сучасного періоду характерним є незвичний *синтез* посилення конкуренції, з одного боку, та створення потужних та великих відносно розміру ринку господарських суб'єктів з другого. Все це обумовлює актуальність подальших досліджень у цій сфері.

Проблема конкуренції в економічній науці не є новою. Вчені досить детально проаналізували такі питання, як поняття конкуренції, форми та методи конкурентної боротьби, механізм конкуренції тощо.

Значний вклад у розвиток теоретичних уявлень про конкуренцію зробили А. Сміт, Д. Рікардо, Дж. Стренд, Й. Шумпетер,

Дж. С. Мілль, К. Маркс, Ф. А. Хайєк, Дж. Робінсон, А. Чендлер, І. Кірцнер та ін. Найістотніший вклад у розвиток сучасних концепцій конкурентоспроможності зробили американські і західноєвропейські наукові центри, зокрема науково-дослідні групи М. Портера (США), Дж. Даннінга (Великобританія), А. Гутмана (Канада) та ін.

З переходом до ринкових відносин дослідження цих проблем помітно активізувалися в країнах СНД. На сьогодні вони досить серйозно опрацьовані у наукових публікаціях вітчизняних та російських вчених і практиків — О. Амоші, В. Гейця, Б. Губського, А. Кредісова, Д. Лук'яненка, А. Гальчинського, С. Мочерного, Л. Кобиляцького, Я. Базилюк, Ю. Макогона, Є. Голубкова, Ю. Іванова, Ю. Пахомова, Г. Скударя, М. Якубовського, Р. Фатхутдінова, О. Юданова та ін.

Наше завдання — визначити результати еволюції теорії конкуренції, з'ясувати актуальні тенденції її розвитку. На підставі досліджень науковців систематизувати підходи щодо визначення поняття “конкуренція”, визначити морфологічні ознаки понять “конкурентоспроможність” і “промислове підприємство”.

У літературі, присвяченій висвітленню проблем конкуренції та конкурентних ринків, відомі *два* підходи до цієї теми. Перший підхід походить з повсякденного розуміння конкуренції як суперництва за досягнення кращих результатів на будь-яких теренах, і визначає конкуренцію як змагання на ринку. Другий розглядає конкуренцію як елемент ринкового механізму, який дає змогу врівноважити попит і пропозицію. Ці два підходи відомі ще з класичної економічної теорії.

До *першого підходу* визначення конкуренції (функціональний, поведінковий підхід) належать представники менеджменту та австрійської школи економіки. Для них конкуренція передбачає змагання між окремими громадянами та фірмами за можливості поліпшити своє становище. Таке розуміння дуже близьке до буденного, звичного вживання терміну “конкуренція”.

Розуміння конкуренції менеджерами також є наближеним до звичного, хоча й охо-

плює набагато ширше коло явищ. Так, у галузі звичайно присутні п'ять видів конкуренції: 1) конкуренція між учасниками галузі; 2) загроза з боку нових конкурентів у галузі; 3) конкуренція з боку виробників товарів-замінників з інших галузей; 4) конкурентний тиск постачальників, зумовлений необхідністю взаємодії з ними та обов'язками перед ними; 5) конкурентний тиск споживачів, зумовлений необхідністю взаємодії з ними та обов'язками перед ними. Компанія конкурує не тільки з виробниками аналогічного продукту, а й також із тими, з ким вона взаємодіє або може у перспективі взаємодіяти на ринку.

Подібне тлумачення поняття конкуренції надають економісти, які належать до австрійської школи. На їхню думку, конкуренція полягає у врахуванні реальних і можливих дій інших людей. Чим докладнішу інформацію про чужі дії та очікування ви маєте, тим ваші власні дії та очікування успішніше їм відповідатимуть і, завдяки цьому, більш конкурентними будуть пропоновані вами товари і послуги.

Поведінкове тлумачення конкуренції було характерним і для неокласичної політичної економії. Неокласики, включивши в економічний аналіз гіпотезу раціонального економічного агента, пов'язували конкуренцію з боротьбою за рідкісні економічні блага, а також за гроші споживачів, на які їх можна придбати. З їхньої точки зору, фактор дефіциту мав винятково важливе значення для пояснення поведінки ринкових агентів. Дефіцит, згідно з їх тлумаченням, є відносним: просто бракує благ порівняно з потребами людей. Економічні блага, як і ресурси, застосовані у їх виробництві, можна використати по-різному. Це створює проблему вибору, призначення кожного блага (ресурсу) для певних цілей, конкуруючих між собою.

Отже, для класиків та неокласиків конкуренція є невід'ємною властивістю ринкової економіки, боротьбою і суперництвом за найвигідніші умови господарської діяльності. В цьому визначенні вона є зовнішньою силою (стимул), що змушує економічних агентів підвищувати ефективність використання ресурсів, збільшувати випуск товарів і послуг,

робити оновлення основних фондів, прискорювати темпи науково-технічного прогресу, здійснювати організаційні і структурні зміни в економіці. Іншими словами, конкурентний тиск на учасника ринку визначає його конкурентну поведінку.

До цього, *другого підходу* належить більшість представників сучасної економічної науки. На їхню думку, конкуренція існує тоді, коли фірми отримують можливість не враховувати дії одна одної. Ринковий механізм, на їхній погляд, повинен бути знеособленим і не залежати від дій окремих осіб.

Завдяки працям Ф. Еджуорта [2], Дж. Робінсона [3], А. Чендлера [4] та інших вчених, структурна концепція конкуренції вийшла на перше місце, заповнивши сучасну економічну теорію чотирма типами ринків: досконалої конкуренції, монополістичної конкуренції, олігополії та монополії. Тобто в методі класифікації визначається скільки саме існує конкуренція за ринок. Позиції цієї концепції у західній економічній думці є настільки сильними, що сам термін “конкуренція” найчастіше вживається саме в такому структурному розумінні.

Вихідною моделлю конкуренції є, як відомо, модель досконалої конкуренції. Основоположником сучасної теорії досконалої конкуренції є А. Курно, який опублікував у 1838 р. “Дослідження математичних принципів теорії багатства”. Однак розвиток цієї теорії став результатом не тільки “Дослідження...” А. Курно, а й викривленням базової інтерпретації.

Концепцію монополістичної конкуренції розробив А. Чендлер. Він звернув увагу на те, що диференціація товару приводить до виникнення замість єдиного ринку мережі частково відокремлених, але взаємопов'язаних ринків, де існує широке різноманіття цін, витрат, обсягів випуску продукції тієї чи іншої товарної групи. Диференціація не виключає і монополії на продукт. Влада монополії, однак, не поширюється на більш широкий клас товарів, різновидом якого є монополізований продукт. До А. Чендлера термін “монополістична конкуренція” вживався щодо олігопольної побудови ринку, наприклад у А. Пігу.

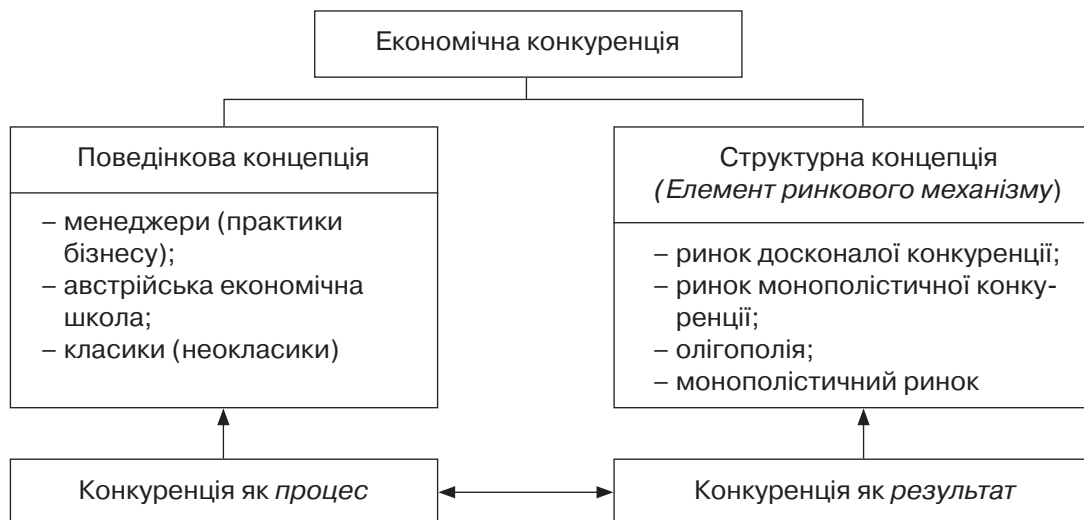
На його думку, монополістична конкуренція — це конкуренція між кількома продавцями, кожен з яких виготовляє значну частку усієї продукції, що випускається.

Таким чином, при структурному підході визначення конкуренції акцент зміщується на аналіз структури самого ринку і тих умов господарської діяльності, що панують на ньому (монополія, олігополія тощо). Як підкреслює А. Юданов: “У центрі уваги постає не суперництво фірм у встановленні ціни, не з'ясування того, хто і чому перемиг, а встановлення факту принципової можливості (або неможливості) впливу фірми на загальний рівень цін на ринку. Якщо такий вплив неможливий, то йдеться про ринок досконалої конкуренції, у протилежному випадку — про один з різновидів конкуренції недосконалої” [5, 38].

Таке розуміння конкуренції помітно відрізняється від її визначення у класичній та неокласичній теорії, яка не проводила різниці між конкуренцією та суперництвом (боротьбою). У структурній концепції конкуренції цей термін (“конкуренція”) використовується не для опису існуючої поведінки економічних агентів, а для характеристики моделі, побудови ринку, а відтак — для прогнозування поведінки продавців і покупців на тому чи іншому ринку.

Звідси виникла потреба у новому погляді на природу конкурентного середовища, коли потрібно оцінювати потенційні злиття і поглинання компаній не з точки зору їх абсолютного або відносного масштабу щодо ринку, а з точки зору їх здатності маніпулювати ринковою ціною. За умов економічної глобалізації та відкритої економіки, навіть велика компанія не має можливості бути монополістом навіть на національному ринку, якщо зазнає конкурентного тиску з боку іноземних конкурентів.

Отже в економічній теорії існують два концептуальних підходи до трактування конкуренції (див. рис.). Перший варіант трактування конкуренції пов'язаний з її аналізом виключно як процесу. При цьому підкреслюється специфіка конкуренції як процедури відкриття нових можливостей використання



Концептуальні підходи щодо трактування конкуренції

існуючих (доступних) ресурсів, а також створення нових ресурсів.

Згідно з другим конкуренція — це ситуація на ринку, за якої жоден з господарюючих суб'єктів не в змозі суттєво вплинути на загальні умови економічного обміну. Конкуренція тут є властивістю рівноважного стану будь-якого ринку зі статичними базовими характеристиками. Виходячи з цього, аналіз конкуренції у межах зазначеного підходу здійснюється в термінах часткової або загальної рівноваги з використанням методу порівняльної статистики. Найчіткіше цей підхід викристалізувався у парадигмі “структура – функціонування – результат” [6].

Сучасні уявлення про конкуренцію характеризуються насамперед зміною концепції “конкуренція” на ширше поняття “взаємодії фірм на ринку”. Для ефективної взаємодії фірм у ринковому середовищі однаково важливими є і конкурентний процес (теорія добросовісної конкуренції), і конкурентний результат (економічна ефективність в усіх її формах).

Таким чином, не вдаючись у морфологію і класифікацію терміна “конкуренція”, можна стверджувати, що на сьогодні такий вигляд має теорія конкуренції.

У контексті загальної теорії конкуренції можна досліджувати концепцію конкурентоспроможності на прикладі таких об'єктів,

як: підприємство, товар, галузь, персонал тощо.

Англійський термін *competitiveness* можна перекласти двояко — як: *конкурентоспроможність* і як *конкурентність*. Хоча ці поняття часто ототожнюють, але це не зовсім коректно. Термін “конкурентність” частіше вживають відносно ринків і сфер діяльності, “конкурентоспроможність” відносно підприємств, товарів, персоналу. Порівняємо значення цих парних словосполучень.

Конкурентні товари — це товари, споживання яких одним споживачем скорочує їх доступність для інших, тобто блага, за які споживачі змушені конкурувати. Конкурентоспроможні товари (якщо не брати випадки помилкового вживання) — це товари, споживання яких зростає, товари одного виробника, що виграють конкуренцію у товарів іншого виробника.

Конкурентний ринок — це ринок, учасники якого конкурують один з одним. Конкурентоспроможний ринок — ринок, що демонструє зростання, приваблює інвестиції, нових виробників.

Галузь є конкурентною, якщо між різними її представниками існує конкуренція, і конкурентоспроможною, якщо галузь демонструє зростання продуктивності, залучає більше інвестицій та економічних ресурсів порівняно з іншими галузями національного господарства.

Таким чином, можна визначити конкурентність як — властивість об'єкта, що функціонує за умов існування конкуренції. А конкурентоспроможність — це властивість суб'єкта, що вказує на його здатність витримувати конкуренцію, здатність реалізовувати конкурентні дії на ринку.

Конкурентоспроможність як економічна категорія була об'єктом дослідження багатьох вчених. Спроби визначити його економічну сутність здійснювались як зарубіжними, так і вітчизняними науковцями. При чому хоча дослідження триває не одне десятиліття, постійні зміни соціально-економічного устрою суспільства підтримують його актуальність.

Теоретичні й методологічні аспекти управління розвитком конкурентоспроможності підприємства досліджували такі зарубіжні вчені, як Д. Рікардо, І. Ансофф, Й. Шумпетер, В. Армстронг, П. Друкер, Ф. Котлер, М. Портер та ін. Вагомий внесок у теоретичну базу з цього питання здійснили російські науковці, зокрема Р. А. Фатхутдінов, Г. Л. Азоєв, Т. Л. Безрукова, Г. Я Гольштейн та ін. Серед вітчизняних дослідників варто відзначити праці А. Е. Воронкової, В. М. Гейця, О. Є. Кузьміна, І. В. Смоліна, Н. П. Тарнавської.

Проте розбіжність у трактуванні категорії “конкурентоспроможність підприємства”, визначення факторів впливу на неї, через постійні зміни зовнішнього середовища й умов функціонування підприємств визначає актуальність подальшого дослідження теоретичних і методологічних основ управління конкурентоспроможністю підприємства.

Дослідивши і систематизувавши дослідження багатьох вітчизняних і зарубіжних науковців щодо категорії “конкурентоспроможність підприємства”, можна поділити запропоновані ними визначення на групи за ключовими словами.

У більшості авторів при визначенні поняття “конкурентоспроможність підприємства” ключовим є слово “здатність”, чи його синонім “спроможність”. У частині — “здатність конкурувати”: “здатність підприємства протистояти конкуренції на ринку іншим підприємствам”; “здатність протистояти конкурентам і впливу факторів зовнішнього се-

редовища, здійснюючи ефективну діяльність в умовах ринкового середовища з можливістю нарощування потенціалу для довгострокового зростання”.

Отже, для успішного протистояння конкурентам важливими є як можливості підприємства, так і вміння вступати у конкурентну боротьбу, тобто ефективно використовувати певні можливості. Застосування слова “можливість” при визначенні категорії “конкурентоспроможність” не повністю відображає її суть, оскільки це лише складова категорії “здатність”. Інші ключові слова відображають лише статичну, відносну складову конкурентоспроможності, яка має місце в конкретний момент часу (рівень конкурентоспроможності: результат, показник, стан, міра, реалізована компетентність тощо).

Найправильнішим, з точки зору логіки, буде таке визначення: “конкурентоспроможність підприємства — наявність ресурсів (потенціалу) та вміння їх ефективно використовувати”, або “...здатність підприємства забезпечувати більш ефективне використання наявних ресурсів і факторів виробництва”. Подібну думку висловлює відомий дослідник проблем конкуренції М. Портер: “Конкурентні переваги формуються завдяки ефективності використання усіх видів ресурсів підприємства, а не лише через їх наявність”.

Щоб отримати конкурентну перевагу, підприємство управляє різними ресурсами, які перебувають під його безпосереднім контролем, і використовуючи їх, має можливість створювати конкурентні переваги. Таким чином, *конкурентоспроможність підприємства* — це вміння задовольняти очікування, потреби й запити споживачів, ефективно використовуючи наявні можливості (ресурси і фактори виробництва), створюючи умови для стійкого підвищення продуктивності виробництва.

Висновки. Промислові підприємства є відкритими економічними системами з постійно зростаючою взаємодією із зовнішнім середовищем та об'єктами особливої науково-технічної, організаційної, економічної і соціальної складності. Різноманітність і динамічність зовнішнього середовища — світової

і національної економіки, ринкового оточення, конкурентного середовища, фінансового середовища, системи державного регулювання — обумовлюють включення завдань адаптації до зовнішнього конкурентного середовища в пріоритетні фундаментальні завдання управління промисловим підприємством. Однак короткочасні та ситуативні управлінські рішення без цільового використання коштів на створення стійкості підприємства до змін зовнішнього середовища, без врахування в стратегіях необхідності економічного зростання та інноваційного розвитку призводять до втрати його конкурентоспроможності.

Нині чимало підприємств промисловості стикаються з загрозами втрати зовнішніх і внутрішніх ринків для своєї продукції. Випереджаючи темпи зростання цін на сировину і матеріали, значно зменшують можливості цінкових конкурентних переваг. Тому формування властивостей адаптивності і конкурентоспроможності є дуже актуальним для сталого розвитку будь-якого промислового підприємства.

Ключовим питанням в управлінні промисловими підприємствами є визначення способів побудови конкурентоспроможної позиції у довгостроковій перспективі. Таке завдання носить комплексний характер і його рішення неможливе без цілеспрямованого проектування організації, своєчасної і успішної реалізації інвестиційних та інноваційних проектів, стратегій безперервного поліпшення, підтримки оптимального режиму функціонування.

Недостатнє методологічне забезпечення стратегій реалізації конкурентних переваг і процесів створення довгострокової конкурентоспроможності промислових підприємств є причиною їх інертності, ізоляваності від ефективних управлінських процесів, відсутності чітких цілей розвитку, неузгодженості рішень, що приймаються на різних рівнях управління.

Тому завдання дослідження процесів побудови довгострокової конкурентоспроможності промислових підприємств в умовах нестабільного і мінливого зовнішнього середовища, з метою вдосконалення методології та інструментарію управління розвитком, є на сьогодні особливо актуальними.



Література

1. Фишер С. Экономика / С. Фишер, Р. Дорнбуш, Р. Шмалензи. — М.: Дело ЛТД, 1993. — 864 с.
2. Edgeworth F. Y. Papers relating to political economy / F. Y. Edgeworth. — 3 vols. — Oxford Press, 2006. — 294 p.
3. Robinson J. V. The Economics of Imperfect Competition / J. V. Robinson. — Macmillan And Company Limited, 2003. — 356 p.
4. Chandler A. D. Strategy and Structure / A. D. Chandler. — Cambridge: MIT, 1962. — 213 p.
5. Юданов А. Ю. Конкуренция: теория и практика / А. Ю. Юданов. — М.: Гном-Пресс, 1998. — 264 с.
6. Kirzner I. Competition and Entrepreneurship / I. Kirzner. — Chicago & London: The University of Chicago Press, 1973. — 256 p.

На основі огляду наукових праць вітчизняних і зарубіжних дослідників систематизовано класифікаційні ознаки конкурентоспроможності промислових підприємств.

На основе обзора научных трудов отечественных и зарубежных исследователей систематизированы классификационные признаки конкурентоспособности промышленного предприятия.

The classification features of competitiveness of industrial enterprises have been systematized. Systematization itself is based on a review of scientific papers domestic and foreign researchers.

Надійшла 15 жовтня 2014 р.