

КОНКУРЕНЦІЯ: СУТНІСТЬ І СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ТЛУМАЧЕННЯ

В економічній літературі термін *конкуренція* зустрічається досить часто, адже абсолютна більшість розвинених країн світу мають ринкову економіку (з різним ступенем її розвитку), де панування конкуренції визначається як середовище нормального функціонування господарюючих суб'єктів.

Поняття конкуренція вживається не лише в економічних дисциплінах, але і в інших науках, де мова йде про суперництво, боротьбу, змагання, існування в однакових умовах тощо.

У сучасній ринковій економіці конкуренція є неминучим процесом, явищем, механізмом, проте її сутність пізнана не до кінця. Така невизначеність обумовлює кілька підходів до трактування цього терміна, що вносить певне непорозуміння в категоріально-понятійний апарат. Відповідь на це питання дозволить сформулювати підходи до визначення конкуренції та напрями подальших досліджень.

Питанням теорії конкуренції присвятили праці такі вчені, як М. Портер, Г.Л. Азов, Ю.І. Коробов, Л.Г. Раменський, А.Ю. Юданов, Л.В. Балабанова, Ж. Ламбен, Р.А. Фатхутдінов, Ф. Котлер, П. Дойль, Д. Геус, Я.А. Жаліло, які в своїх працях досліджували підходи до визначення теорії конкуренції, конкурентоспроможності та конкурентних переваг господарюючих суб'єктів.

Метою статті є дослідження підходів та визначення суті терміна конкуренція і розробка власного трактування цього поняття.

Використання конкуренції в економіці не було запроваджено або винайдено певним дослідником. Як зазначив Дж. Стіглер, конкуренція увійшла в економічну теорію з повсякденного вжитку, та впродовж довгого часу це слово означало тільки незалежне суперництво двох або більше осіб. Якщо проаналізувати кілька європейських мов (українську, німецьку, французьку та англійську), то видно, що цей термін майже однаково вживаний у цих мовах та має одне джерело походження. Відповідно, конкуренція, *konkurrenz*, *concurrere* походять від латинського *concurro* – зіштовхуватись, збігатись, (*con* – замість, *currere* – бігти), тоді як англійське *competition* – від латинського *competitio* (*com=con+petitio* – намагання дістати щось, досягти чогось, мати право на щось). Але до того, як зазначений термін почав використовуватись у економічній термінології, йому передували інші поняття і словосполучення. Тривалий час конкуренцію ототожнювали з ринком. А. Сміт у праці “Добробут націй. Дослідження про природу та причини добробуту націй” [1] вживав терміни, які, на нашу думку, є сутністю конкуренції і можуть бути синонімами: принцип “невидимої руки”; принцип “природний порядок”; “очевидна і проста система звичайної свободи”; “модель економіки вільного підприємництва”;

“ринковий механізм саморегулювання”; “вільна гра ринкових сил” тощо.

Ф. Бастіа, С. Сімонді, В. Оукен [2] та інші економісти досліджували різні проблемні питання, розглядаючи позитивні та негативні сторони конкуренції, проте всі автори розробляли свої пропозиції лише з урахуванням умов ринкової конкуренції, яка наближається до досконалої.

На думку Ф. Хайєка [3], конкуренція – це єдиний відомий людству механізм інформування суб’єктів господарювання про найприбутковіші напрями економічної діяльності. Іншими словами, конкуренція – своєрідний інформаційний механізм, що забезпечує отримання систематичних і повноцінних знань про економіку, без яких неможлива ефективна господарська діяльність.

Цікавим підходом економістів є те, що у випадку монополізації економіки конкуренція не зникає. В силу зростання та розгалуження монополії, набуття нею транснаціональних масштабів конкуренція починає проявлятися всередині організації.

Тлумаченню терміна *конкуренція* приділяли достатньо уваги як зарубіжні, так і вітчизняні автори (табл.).

Таблиця

Визначення терміну конкуренція в різних літературних джерелах

Літературне джерело	Визначення
С.В. Мочерний [4]	Конкуренція – боротьба між товаровиробниками за вигідніші умови виробництва і збуту товарів та послуг, за привласнення найбільших прибутків, <i>механізм</i> стихійного регулювання пропорцій суспільного виробництва. Є об’єктивним економічним законом розвинутого товарного виробництва, дія якого для товаровиробників – це зовнішньо примусова сила до підвищення продуктивності праці, збільшення масштабів виробництва
Б.А. Райзберг, Л.М. Лозовський, Е.Б. Стародубцева [5]	Конкуренція (лат. <i>concurrentia</i> – зіштовхування) – змагання за ринки збуту товарів з метою отримання більш високих доходів, прибутку, інших вигод. Є цивілізованою, легалізованою формою боротьби за існування та одним з найбільш діючих механізмів відбору і регулювання в ринковій економіці
Економика и право: Энциклопедический словарь Габлера [6]	Конкуренція – боротьба між господарюючими суб’єктами на ринку. Завдяки тому, що постачальники намагаються з максимальною вигодою продати результат своєї праці, а покупці придбати їх також з максимальною вигодою для себе, забезпечується постачання на ринок найкращих товарів та послуг за мінімальними цінами (<i>механізм селекції – авт.</i>)
М. Портер [7]	Конкуренція – динамічний процес, безперервно змінний ландшафт, на якому з’являються нові товари, шляхи маркетингу, виробничі процеси та ринкові сегменти
А.Ю. Юданов [8]	Ринкова конкуренція – боротьба фірм за обмежений обсяг платоспроможного попиту покупців, яка здійснюється ними на доступних сегментах
Р.А. Фатхутдінов [3]	Конкуренція – процес управління суб’єктом своїми конкурентними перевагами на конкретному ринку (території) для отримання перемоги або досягнення інших цілей у боротьбі з конкурентами за задоволення об’єктивних чи суб’єктивних потреб у межах законодавства або в природних умовах

Як видно, фахівці з досліджуваного питання не мають єдиної думки щодо визначення конкуренції, проте можна виділити кілька підходів.

А.Ю. Юданов вважає, що науковці дотримуються одного з трьох трактувань конкуренції: поведінкова, структурна, функціональна [8].

На думку Л.В. Балабанової [9], конкуренція визначається, виходячи з таких позицій:

- суперництво за досягнення найкращих результатів у будь-якій сфері;
- невід’ємний елемент ринкового механізму;
- властивість ринку, що впливає з теорії морфології ринку.

В останньому підході автор узагальнила бачення науковців щодо визначень суперництва та конкуренції як окремих термінів з власним змістовним навантаженням. Суперництво слід розуміти як дійсну поведінку суб’єкта господарювання, тоді як конкуренція відноситься до визначальної будови моделі ринку та використовується для виявлення типу поведінки на певному ринку.

Достатня кількість дослідників виділяють головне слово або словосполучення, за тлумаченням якого і визначається чи формується інша група.

Наші дослідження привели до дещо інших висновків. Визначення, що наведені вище, пояснюють конкуренцію з погляду предмета та об’єкта дисциплін.

Тому можна виділити такі напрями: макроекономіка, мікроекономіка (економіка підприємства), менеджмент, маркетинг. Останній, як стверджує більшість авторів, виник унаслідок конкуренції, проте інші економічні теорії та дисципліни, на наш погляд, є теж результатом її впливу.

Економічна наука досліджує поведінку людини з погляду відповідності між цілями та обмеженими ресурсами, які можуть мати різне використання. У свою чергу, економічну теорію з позиції масштабів об’єкта, що досліджується, доцільно розглядати як макроекономіку та мікроекономіку. Предметом макроекономіки є механізм функціонування економічної системи, що має відповідний тип економіки.

Таким чином, конкуренція – це елемент механізму ринкової економіки, який має вигляд закону та є невід’ємним від ринкових відносин. За часів А. Сміта конкуренцію та ринок майже не розмежовували і трактували як тотожні визначення, що позитивно позначається на макросередовищі економіки.

Предметом мікроекономіки є механізм функціонування та взаємовідносин індивідуальних економічних суб’єктів, до яких належать окремі організації та фірми. Натомість визначення конкуренції в мікроекономічному аспекті концентрує увагу на боротьбі конкурентів за сировинну базу та обмежені інші ресурси, необхідні для діяльності підприємства.

Предмет менеджменту – управлінська діяльність та організаційно-економічний механізм її здійснення на рівні головної ланки економіки – підприємства.

Предметом маркетингу є економічні відносини, механізм задоволення потреб споживачів.

У визначеннях конкуренції, наведених в економічній літературі з маркетингу та стратегічного маркетингу, головною метою є будь-яким чином

задовольнити критерії доступу до рідкісних благ, потреби споживача через широкий асортимент, сервіс, якість продукції.

Узагальнюючи викладене, наводиться власний предметний підхід до пояснення дефініції *конкуренція* (рис.).

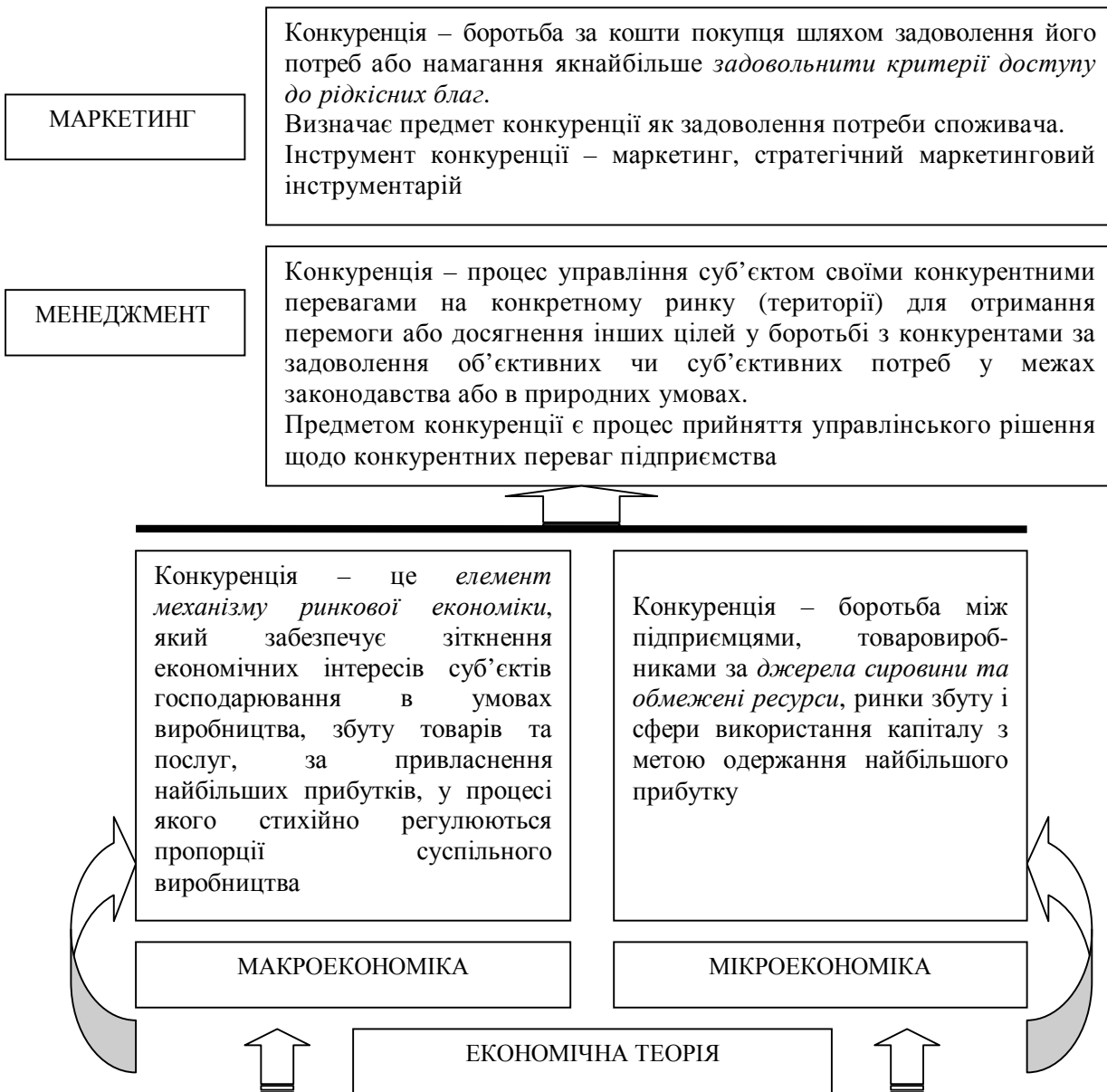


Рисунок. Предметний підхід до тлумачення терміна конкуренція

Як видно, по-перше, конкуренція трактується з позиції предмета окремих економічних дисциплін, по-друге, досліджуване визначення має еволюційну складову, по-третє, спостерігається чітка відмінність між трактуваннями, які цілком логічно можна віднести до чотирьох груп, що описані вище.

Також слід зазначити, що власне визначення конкуренції є більш актуальними та повними з позицій маркетингу та менеджменту, які з'явилися пізніше і можуть відповідати сучасним змінам в економіці.

Отже, конкуренція є досить багатогранною категорією, що підтверджують проведені дослідження. Тому вивчаючи господарські відносини

на національному або міжнародному рівнях, мова буде йти про конкуренцію як елемент механізму ринкової економіки.

У випадку визначення суб'єктом своїх сильних та слабких сторін, обрання стратегії і тактики утримання та нарощування конкурентних переваг ітиметься про конкуренцію як процес управління суб'єктом своїми конкурентними перевагами для отримання переваги в боротьбі з конкурентом.

Коли ж господарський суб'єкт ставитиме мету формування попиту та стимулювання збуту, мова йтиме про конкуренцію як боротьбу за кошти покупця, намагання задовольнити критерії доступу до рідкісних благ.

Література

1. Сміт А. *Добробут націй. Дослідження про природу та причини добробуту націй*: Пер. з англ. – К.: Port-Royal, 2001. – 423 с.
2. *Історія економічних учень: Підручник: У 2 ч. / За ред. В.Д. Базилевича. – 2-ге вид., випр. – К.: Знання, 2005. – Ч. 1. – 564 с.*
3. *Управление конкурентоспособностью организации: Учебное пособие / Р.А. Фатхутдинов. – М.: Изд-во Эксмо, 2004. – 544 с.*
4. *Економічний словник-довідник / За ред. док. екон. наук, проф. С.В. Мочерного. – К.: Феміна, 1995. – 368 с.*
5. Райзберг Б.А., Лозовський Л.М., Стародубцева Е.Б. *Современный экономический словарь. – М.: Инфра-М, 1996. – 496 с.*
6. *Экономика и право: Энциклопедический словарь Габлера: Пер. с нем. / Под общ. ред. А.П. Горкина, Н.Л. Тумановой, Н.Н. Шаповалова и др. – М.: Большая Российская Энциклопедия, 1998. – 432 с.*
7. Портер М. *Международная конкуренция: Пер. с англ. / Под ред. и с предисловием В.Д. Щетинина. – М.: Междун. отношения, 1993. – 896.*
8. Юданов А.Ю. *Конкуренция: теория и практика. – М.: Издательство ГНОМ и Д, 2001. – 304 с.*
9. Балабанова Л.В., Кривенко А.В. *Управление конкурентоспособностью предприятий на основе маркетинга: Монография. – Донецк: ДонДУЕТ, 2004. – 147 с.*

УДК 330.341.2

О.М. БОЙКО

Рада по вивченню продуктивних сил України НАН України

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ РЕГІОНАЛЬНОЇ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ В УКРАЇНІ

Зміни, що відбуваються в соціально-економічному розвитку регіонів України, сприяють визначенню нових підходів до оцінки інвестиційно-інноваційного потенціалу. Для цього необхідно здійснити аналіз, моніторинг та розробити можливі шляхи вирішення проблем, пов'язаних з інвестиційно-інноваційною діяльністю на регіональному рівні. Формування ринкового інфраструктурного середовища передбачає створення диверсифікованої