

УДК: 339.137.2

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ВІДНОСИН В РИНКОВІЙ ЕКОНОМІЦІ

В.В. ВЕНГЕР

ДУ «Інститут економіки та прогнозування НАН України»

У статті розглянуто теоретичні засади формування конкурентних відносин в ринковій економіці. Узагальнено існуючі теоретичні погляди на формування та розвиток конкурентних відносин. Виявлено стійку залежність конкуренції між усіма учасниками процесу виробництва і споживання товарів

Постановка завдання

Конкуренція, як об'єктивне економічне явище, присутнє в діяльності господарюючих суб'єктів, найчастіше визначається як суперництво між ними з метою успішного просування на ринок своїх товарів. Основа конкурентних відносин – свобода вибору – реалізується у формі прагнення кожного одержувати для себе особисто грошовий дохід.

З огляду на теоретичні основи самого явища, конкуренція є проявом об'єктивних процесів у господарській діяльності: зниження витрат виробництва або задоволення потреб споживачів. Сама ж боротьба, суперництво при цьому виступає в якості видимої її частини, предмету розгляду в економічних доктринах, у рамках яких конкуренція розглядається з точки зору її прояву в ціновій і неціновій формах. Якщо її немає, то немає й ринку як суспільної форми економічних зв'язків [1].

Поняття «конкуренція» тісно пов'язане з поняттями «ринок» і «товарне виробництво». Відповідно відносини конкуренції виникли одночасно з ринковими відносинами. У цьому контексті актуальним є ретроспективне узагальнення теоретичних положень конкурентних відносин у ринковій економіці.

Мета роботи

Дослідження формування теоретичного розуміння конкурентних відносин в ринковій економіці в ретроспективі та сьогодні.

Об'єкти та методи дослідження

Протягом XVIII-XX ст. уявлення про суть і основні рушійні сили конкуренції змінювалися. Ці питання досліджували А. Сміт [2], Дж. Робінсон [3], Е. Чемберлін [4], Й. Шумпетера [5], П. Хейне [6], К.Р. Макконнел та С.Л. Брю [1] та інші. Певний доробок у сфері конкуренції мають російські вчені. Зокрема, роботи Ю.І. Коробова [7], Р.А. Фатхутдінова [8], Г.Л. Азоева [9] та інших. В Україні питанням конкуренції присвячено окремі наукові праці З.М. Борисенко [10], В.М. Гейця [11], Б.Є. Кваснюка [12] та інших авторів. Однак поза увагою дослідників залишились теоретичні засади формування конкурентних відносин в ринковій економіці.

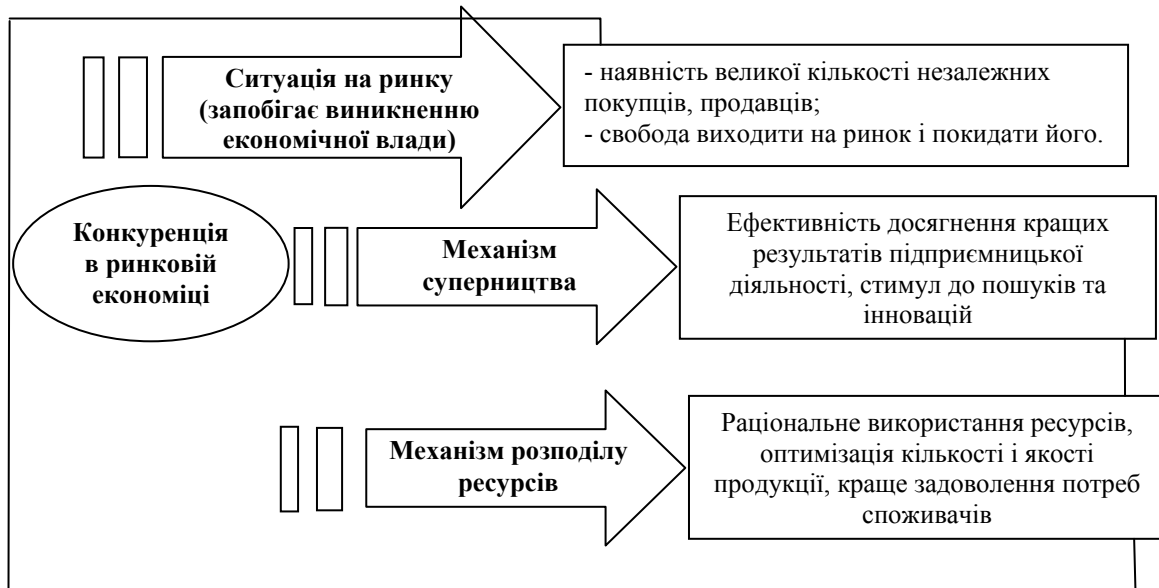
Результати та їх обговорення

Конкуренція є тим механізмом, який встановлює ціну на рівні, за якого досягається ринкова рівновага і забезпечується оптимальний розподіл ресурсів і доходів.

У процесі конкурентної боротьби учасники переслідують однакові цілі – максимізація прибутку за рахунок завоювання переваг споживачів. Однак способи й шляхи досягнення цієї загальної мети різні.

Тому в конкурентній боротьбі перемагає той, хто раніше від інших домогся конкурентних переваг і захопив стійкий сегмент ринку. Але завоювання переваг – це тільки початок, набагато складніше втриматися на ринку, зберігаючи свої первісні позиції.

Класична політична економія розглядала конкуренцію як природний стан економіки, що сприяє встановленню об'єктивних цін. Основу конкуренції заклав англійський економіст Адам Сміт. У своїй фундаментальній праці «Дослідження про природу та причини добробуту націй» (1776 р.) він визначив поняття конкуренції як суперництво, що підвищує ціни (при скороченні пропозиції) і знижує ціни (при надлишку пропозиції).



Механізм ринкової конкуренції

Також А. Смітом було сформульовано головний принцип конкуренції – принцип «невидимої руки», відповідно до якого «смикаючи» за ниточки маріонеток – підприємців, «рука» змушує їх діяти відповідно до якогось «ідеального» плану розвитку економіки, безжалісно витіснити фірми, що зайняті виробництвом непотрібної ринку продукції. Принцип «невидимої руки» діє таким чином, що хоч підприємці зовні турбуються лише про свої особисті інтереси, сила обставин змушує їх діяти в інтересах усього суспільства [2].

Зазначимо, що А. Сміт визначив умови ефективною конкуренції, що включають наявність великої кількості продавців і покупців, що вичерпує інформацію, мобільність ресурсів, що використовуються, неможливість кожного продавця впливати на зміну ринкової ціни товару (при збереженні його якості або якості сервісу). Вперше розробив модель досконалої конкуренції та довів, що в умовах ринкових відносин можливо максимальне задоволення потреб споживачів і найкраще використання ресурсів у масштабі суспільства.

Д. Рікардо завершив формування моделі досконалої конкуренції на основі ідеї цінового регулювання [7]. Ним вивчалася така модель у довгостроковій перспективі, що дало змогу абстрагуватися від деталей, пов'язаних із державним регулюванням, монопольною владою, географічними особливостями ринку тощо. Д. Рікардо розробив концептуальні засади спеціальної теорії

міжнародної торгівлі, яку він відокремлював від умов внутрішнього ринку. Основним висновком теорії було положення про те, що рух товарів між країнами регулюється перевагами у порівняльних витратах.

Подальший внесок у теорію конкуренції належить Дж. С. Міллу, який розробив рівняння міжнародного попиту, виділив неконкуруючі групи на ринку, дав класифікацію цінової еластичності попиту, а також розглянув проблему економії на масштабах альтернативних витрат [13].

Роботи Дж. Робінсон («Економічна теорія недосконалої конкуренції», 1933 р.) та Е. Чемберліна («Теорія монополістичної конкуренції», 1933 р.) завершили дискусії щодо характеру ціноутворення в умовах монополії та виникнення нецінових форм конкуренції [3; 4].

На думку П. Хейне конкуренція – це прагнення якнайкраще задовольнити критерії доступу до обмежених ресурсів [6].

К.Р. Макконнел і С.Л. Брю вважають, що конкуренція – це наявність на ринку великої кількості незалежних покупців і продавців, можливість для покупців і продавців вільно виходити на ринок і залишати його [1].

Й. Шумпетер у своїй теорії економічного розвитку визначив конкуренцію як суперництво старого з новим. Його наукові відкриття спочатку мало сприймаються ринком. Однак якщо новатор зуміє їх впровадити, то саме механізм конкуренції поступово витісняє з ринку підприємців, які все ще використовують застарілі технології [5].

На відміну від Й. Шумпетера, Ф. Хайєк розглядав конкуренцію як «процедуру відкриття». Фірми можуть обирати безліч ліній поведінки, але лише конкуренція підтверджує – яка з них ефективна, а яка збиткова [14].

Критикуючи та узагальнюючи ці трактування конкуренції Р.А. Фатхутдінов запропонував таке її визначення: «Конкуренція – це процес управління суб'єктом своїми конкурентними перевагами для здобуття перемоги або досягнення інших цілей у боротьбі з конкурентами за задоволення об'єктивних або суб'єктивних потреб у межах законодавства чи у природних умовах» [8].

Водночас в економічній теорії й досі не існує єдиного поняття «конкуренція». Найбільш повний огляд літератури з питань визначення поняття «конкуренція» зробив Ю.І. Коробов. Серед різних трактувань конкуренції він виділив три основні її види: поведінкова, структурна і функціональна [7].

Поведінкове трактування конкуренції – це боротьба за гроші покупця шляхом задоволення його потреб.

Структурне трактування конкуренції – аналіз структури ринку для визначення міри свободи продавця й покупця на ринку (типи ринку) і способу виходу з нього.

Функціональне трактування конкуренції – суперництво старого з новим, з інноваціями, коли приховане стає явним. Тут конкуренція веде до кращого використання вміння та знань. Більша частина досягнутих людських благ отримана саме шляхом змагання, конкуренції.

Г.Л. Азоев під конкуренцією розуміє суперництво у будь-якій галузі між окремими юридичними або фізичними особами (конкурентами), зацікавленими в досягненні однієї й тієї ж мети [9].

На сучасному етапі розвитку в економічній теорії традиційно використовуються два основних підходи до розуміння конкуренції, які в узагальненому вигляді використовують такі дві характеристики: «результат» і «процес» [15]. Згідно з першим підходом, 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 за даним підходом здійснюється в межах часткової або загальної рівноваги з використанням метода порівняльної статистики. Найчіткіше цей підхід викристалізувався у науковій парадигмі «структура → поведінка → результативність».

Другий підхід пов'язаний з аналізом конкуренції виключно як процесу. При цьому підкреслюється специфіка конкуренції як процедури відкриття нових можливостей використання існуючих (доступних) ресурсів, а також створення нових ресурсів. За такого підходу конкуренція розглядається передусім як динамічний процес, що проявляється в удосконаленні продуктів і технологій, відкритті нових ринків, нових джерел сировини або нового типу організації. Це, зазвичай, вимагає здійснення інвестицій, стимулом для яких є можливість отримання позитивного прибутку, поки цінова конкуренція не приведе до зниження цін до рівня довгострокової рівноваги.

Зазначені підходи до визначення конкуренції можна узагальнити через дві характеристики – «конкуренція як результат» і «конкуренція як процес». Другий варіант тлумачення конкуренції має принципово важливе значення для розуміння сучасної конкурентної політики.

В цілому еволюцію поглядів економістів на проблему конкуренції і монополії, що знайшла своє відображення в конкурентній політиці розвинених країн, можна охарактеризувати так:

– перший етап наукових пошуків пов'язаний із формуванням моделі досконалої конкуренції, розробкою основних рис конкурентного ринку. Тут панує уявлення про те, що досконала (вільна) конкуренція має бути метою конкурентної політики держави, хоча ця мета насправді є ідеальною, а відтак – практично недосяжною. Монополія розуміється як негативне протиставлення вільній конкуренції, як структура, що знижує ефективність ринкової економіки;

– поступовий розвиток теорії конкуренції приводить до її розуміння як певного процесу, динамічного за своєю природою. У цьому процесі, як виявляється, конкуренція і монополія настільки переплетені, що доцільніше говорити про монополістичну конкуренцію – таку структуру, в якій завжди присутні риси і монополії, і конкуренції. До того ж, сама по собі монополія отримує на цьому етапі певні позитивні риси як фактор, стимулюючий нагромадження фінансових ресурсів, технічний прогрес у галузі та нейтралізуючий негативну економічну динаміку (пом'якшує, якщо і не усуває, кризи і спади в галузях);

– уточнення механізму реалізації конкуренції приводить до появи концепції працюючої конкуренції і конкурентних ринків – принципово нового погляду на структуру ринку. Конкурентний результат у вигляді економічної ефективності цін і обсягів продажів може бути досягнуто без конкурентного процесу і поза ним. У цей період продовжуються пошуки кількісних показників конкуренції через економетричні дослідження галузей і побудову регресійних моделей ринків. Однак все ще панує ідея про те, що конкуренції на ринках тільки бракує, а конкурентна політика має бути спрямована на збільшення ступеня конкурентності ринків.

Сучасні уявлення про конкуренцію характеризуються насамперед зміною концепції «конкуренція» на більш широке поняття – «взаємодії фірм на ринку». Для ефективної взаємодії фірм на ринку однаково важливим є і конкурентний процес (теорія добросовісної конкуренції), і конкурентний результат (економічна ефективність в усіх її формах).

Завдяки такому підходу розвивається уявлення про те, що конкуренція може бути надлишковою, яка веде не до ефективності, а до руйнування ринку і галузі. Зокрема, надлишкової конкуренції піддаються галузі природної монополії (відповідно до технологічної концепції), а також рекламомісткі й наукомісткі ринки. Крім того, спостерігається розрізнення між конкуренцією, що сприяє розвитку ринку (добросовісна, «чесна» конкуренція), і конкуренцією деструктивною (недобросовісною), навіть у таких галузях, де конкурентні взаємодії в принципі бажані.

В економічній літературі виділяють такі методи конкурентної боротьби на основі: критерію підвищення якості сервісу товару; зниження ціни (цінова); критерію підвищення якості товару (нецінова); зниження експлуатаційних витрат у споживача товару; використання всіх конкурентних переваг об'єкта й суб'єкта (інтегральна).

Зазначимо, що *цінова конкуренція* має місце тоді, коли товаровиробник намагається приваблювати споживача нижчими, ніж у конкурентів, цінами, не змінюючи при цьому асортимент і якість товару. Досягнути цієї мети можна за рахунок зниження витрат виробництва, або за рахунок витрат власного прибутку. Найбільш перспективне, безумовно, зниження цін без великих втрат прибутку. Інакше підприємець ризикує, нав'язуючи суперникові цінову конкурентну боротьбу, сам у ній розоритися.

Оскільки далеко не кожне підприємство може дозволити собі тривале зниження цін до такого рівня, який міг би вивести з рівноваги конкурента, а також тому, що конкуренти часто швидко й легко перехоплюють ініціативу і виграш залишається не ініціаторові зниження цін, а цінові порушення контролюються державними регулюючими органами, все більшу роль у сучасних умовах починає відігравати *нецінова конкуренція*.

З середини ХХ ст. нецінова конкуренція стає найважливішим методом конкурентної боротьби. Фірми намагаються створити такий різновид продукції, який би найбільше відповідав запитам споживачів. Нецінова конкуренція – це змагання не через зниження витрат виробництва, а через підвищення якості продукції чи послуг та активізацію його реклами. Цей метод конкурентної боротьби більш різноманітний та витончений, ніж цінова конкуренція. У центр конкурентної боротьби переміщуються такі цінові характеристики продукції, як її новизна, зручність, зовнішній вигляд, надійність, перспективність, відповідність міжнародним стандартам тощо. Зокрема, важливе місце серед якісних характеристик починають відігравати такі нецінові фактори, як зниження енергоспоживання, металомісткості, відсутність негативного впливу на природне середовище.

Як і у сфері цінової конкуренції, нецінова конкуренція теж має незаконні напрями. До них можна віднести промислове шпигунство, переманювання спеціалістів, які володіють виробничими секретами фірми, випуск підробок, все те, що отримало назву *недобросовісна конкуренція*. *Недобросовісна конкуренція* – це підприємницька поведінка, націлена на отримання переваг у конкуренції за рахунок порушення законодавства, професійних та етичних норм. Прояви такої поведінки часто проявляють себе не лише на національному рівні, а й у міжнародних відносинах. Чим більше загострюється конкурентна боротьба, тим серйозніші прояви недобросовісної конкуренції.

В цілому на конкурентну боротьбу впливає низка факторів, зокрема: розмір ринку – чим більший, тим сильніші конкуренти; темпи зростання ринку – швидке зростання полегшує проникнення на ринок; потужності – зайві потужності приводять до падіння цін; перешкоди для входу або виходу з

ринку – бар'єри захищають позицію фірми, їх відсутність робить ринки уразливими для проникнення туди неконкурентоспроможних новачків; ціна; рівень стандартизації товарів – покупці мають переваги, тому що їм легко перейти з одного товару на інший; мобільні технологічні модулі; вимоги до розмірів необхідних капітальних вкладень – тверді вимоги підвищують ризик, створюють додаткові бар'єри входу-виходу; вертикальна інтеграція підвищує вимоги до розмірів капіталу, приводить до сильних розходжень у конкурентоспроможності й витратах на виробництво – інтегрованих, частково інтегрованих і неінтегрованих фірмах; економія на масштабі – збільшує частку ринку, необхідну для досягнення конкурентоспроможності товару; швидке відновлення асортименту.

Таким чином, постійний тиск конкуренції – важлива рушійна сила розвитку суспільства, вагомий мотив впровадження в життя досягнень НТП та вирішальний стимул для інвестицій в науку. В процесі конкуренції вирішуються внутрішні суперечності, властиві будь-яким суспільним процесам. Зокрема, успішність боротьби між старими і новими технологіями в певній сфері виробництва значною мірою залежать від гостроти конкурентної боротьби.

Висновки

Через конкуренцію прокладають шлях всі економічні закони, відбуваються всі процеси в суспільстві. Конкурентні відносини є об'єктивними, вони постійно відтворюються у більшості сфер життєдіяльності суспільства, тобто вони закономірні. Більше того, дію конкурентних сил можна назвати одним із найважливіших загальних економічних законів розвинутого товарного виробництва, якому внутрішньо притаманна боротьба окремих товаровиробників за споживача їх продукції. Таким чином, закон конкуренції відбиває стійку залежність між усіма учасниками процесу виробництва і споживання товарів, їх постійну боротьбу, яка змушує товаровиробників впроваджувати найновіші досягнення НТП, нові форми організації виробництва, прогресивні системи заробітної плати – тобто все те, що сприяє підвищенню продуктивності праці та якості продукції, створює умови для завоювання ринку.

ЛІТЕРАТУРА

1. Макконелл К.Р., Брю С.Л. Экономикс: Принципы, проблемы и политика. Пер. с англ. 11-го изд. – К.: ХаГар, 1998. – 785 с.
2. Сміт Адам. Добробут націй. Дослідження про природу та причини добробуту націй. – К.: Port-Royal, 2001. – 684 с.
3. Робинсон Дж. Экономическая теория несовершенной конкуренции. – М.: Прогресс, 1986. – 471 с.
4. Чемберлин Э. Теория монополистической конкуренции: Реориентация теории стоимости / Э.Г. Лейкин (пер.), Л.Я. Розовский (пер.). – М.: Экономика, 1996. – 351 с.
5. Шумпетер Й. Капитализм, социализм и демократия: Пер с англ. – М.: Экономика, 1995. – 540 с.
6. Хейне П. экономический образ мышления: Пер. с англ. – М.: Изд-во „Дело” при участии изд-ва „Catallaxy”, 1992. – 704 с.
7. Коробов Ю.И. Теория и практика конкуренции. – Саратов.: Саратов. гос. эконом. Академия, 1996. – 177 с.

8. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление. – М.: ИНФРА, 2000. – 312 с.
9. Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика. – М.: Центр экономики и маркетинга, 1996. – 280 с.
10. Борисенко З. М. Конкурентна політика держави як фактор розвитку економіки України: Моногр. – К.: Таксон, 2004. – 344 с.
11. Трансформація моделі економіки України (ідеологія, протиріччя, перспективи) / Ін-т ек. прогнозування; За ред. В.М. Гейця. – К.: Логос, 1999. – 500 с.
12. Конкурентоспроможність національної економіки / За ред. д-ра. екон. наук Б.Є. Кваснюка. – К.: Фенікс, 2005. – 582 с.
13. Милль Дж.С. Основы политической экономии. Т.1. - М.: Прогресс, 1980. - 386 с.
14. Фридрих А. фон Хайек. Познание, конкуренция и свобода / перевод С. Мальцевой, К. Большакова – СПб.: Пневма, 1999. – 288 с.
15. Антимонопольна діяльність: Підручник / В.Д. Лагутін, Л.С. Головка, Ю.І. Крегул та ін.; За ред. проф. В.Д. Лагутіна. – К.: КНТЕУ, 2005. – 580 с.

Надійшла 24.03.2010

УДК 332.012.324

ОСОБЛИВОСТІ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ

Т.О. ЗАЄЦЬ

Київський національний університет технологій та дизайну

В статті розглянуто питання щодо корпоративного управління та управління взагалі. Визначено особливості корпоративного управління та проаналізовано форми управління, які використовуються в різних господарських товариствах, також які саме господарські товариства використовують корпоративне управління

У сучасній економіці існуючі види господарських товариств займають різні місця. Найбільш поширеними серед них є акціонерні товариства та товариства з обмеженою відповідальністю. Вони становлять основу держави і мають великий вплив на її соціально-економічний розвиток. Успішну діяльність будь-якого господарського товариства забезпечує можливість його доступу до інвестиційних ресурсів. Корпоративна форма управління найбільш ефективно забезпечує доступ до інвестицій. Відтак ефективність роботи господарського товариства прямо пропорційно пов'язане з ефективністю корпоративного управління.

Об'єкти та методи дослідження

Корпоративне управління за своєю сутністю відрізняється від управління взагалі.

Управління, на думку Пітера Друкера – це «особливий вид діяльності, який перетворює неорганізований натовп на ефективну цілеспрямовану групу. Управління по суті є стимулюючим елементом соціальних змін» [1].