

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ ПОНЯТТЯ «КОНКУРЕНЦІЯ»

У статті досліджено сучасні наукові підходи закордонних та вітчизняних вчених щодо визначення сутності поняття «конкуренція». Проаналізовано еволюційні зміни у трактуваннях конкуренції. Удосконалено визначення поняття «конкуренція» відповідно до комплексного підходу.

В статье исследованы современные научные подходы зарубежных и отечественных ученых к определению сущности понятия «конкуренция». Проанализированы эволюционные изменения в трактовках конкуренции. Усовершенствовано определение понятия «конкуренция» в соответствии с комплексным подходом.

The modern scientific approaches of foreign and domestic scientist to the definition of the concept of "competition" are researched in the article. Evolutionary changes in interpretations of competition are analyzed. The definition of competition in accordance to the integrated approach is improved.

Ключові слова: конкуренція, поведінковий, структурний, функціональний, процесний, комплексний підходи.

Функціонування підприємств в умовах ринкової економіки неможливе без розуміння сутності поняття «конкуренція», без урахування еволюції його формулювань та сучасних трактувань.

Довгий еволюційний шлях розвитку теоретичних поглядів на конкуренцію обумовив існування різних шкіл та підходів до визначення сутності цього поняття. Сутнісний характер і особливості прояву конкуренції висвітлено в роботах зарубіжних науковців: А.Сміта, К.Маркса, П.Хейне, Ф.Хайєка, Ф.Найта, К.Р.Макконелла, С.Л.Брю, Ф.Еджуорта, А.Курно, Дж.Робінсона, Й.Шумпетера, М.Портера, К.Прахалада, І.Хемела, А.Градова, Г.Азоева, А.Челенкова, А.Юданова, Р.Фатхутдінова та багатьох інших. Сучасні трактування конкуренції представлені в наукових працях таких вітчизняних вчених: Ю.Іванов, Н.Тарнавська, В.Василенко, І.Отенко, Є.Полтавська, Г.П'ятницька, І.Балабанова, О.Царенко, В.Юхименко, Г.Осовська, І.Цветкова, Л.Дідківська, Р.Горбенко та багатьох інших.

Метою статті є удосконалення сутності поняття «конкуренція» з урахуванням обґрунтованого вибору наукового підходу, який якнайкраще відображає стан зовнішнього середовища та потреби сучасних підприємств на теперішньому етапі розвитку ринкової економіки.

Досягнення мети можливе за умов вирішення таких завдань: дослідження та порівняння сучасних наукових підходів щодо трактування конкуренції; аналіз еволюційних змін у визначеннях сутності поняття «конкуренція».

В економічній літературі, як правило, пропонується виділення поведінкового, структурного та функціонального підходів до трактування конкуренції [1; 2; 7; 8; 10; 12].

Позиції щодо існування трьох трактувань конкуренції дотримується А.Юданов [1, с. 29]. Поведінкове трактування – це боротьба за гроші покупця

шляхом задоволення його потреб. За редакцією науковця, конкуренція – це боротьба фірм за обмежений обсяг платоспроможного попиту населення [2, с.112]. Структурне трактування передбачає аналіз структури ринку для визначення волі продавця і покупця на ринку (форми ринку) і способу виходу з нього. Функціональне трактування – це суперництво старого з новим, з інноваціями, коли приховане стає явним. Конкуренція є динамічним процесом, що розвивається. Як стверджував Й.Шумпетер, в конкуренції немає рівноваги – це ландшафт, що безперервно змінюється, на якому з'являються нові товари, нові шляхи маркетингу, нові виробничі процеси і нові ринкові сегменти [3, с.49].

Більшість вітчизняних науковців підтримують саме таку сукупність підходів, але кожен визначає в них свої акценти.

Так, на думку І.Отенко та Є.Полтавської [4, с.10], поведінковий підхід розкриває характер ролі, котру конкуренція відіграє в економіці, та за своєю суттю є функціональним підходом. Дослідники, які визначають конкуренцію як «суперництво», тим самим підкреслюють її основну функцію. Тому подвійна природа конкуренції, тобто одночасно і процес, і явище, обумовлює виділення об'єднаного поведінково-функціонального підходу та структурного підходу. На нашу думку, незважаючи на тісний взаємозв'язок, об'єднання поведінкового та функціонального підходів в один є недоцільним, оскільки кожен з них ефективно функціонує автономно і має низку суттєвих відмінностей.

Деякі вчені до представників поведінкового та функціонального підходів відносять Г.Азоєва [5], І.Манна, які визначають конкуренцію як суперництво на будь-якому поприщі між окремими юридичними та фізичними особами (конкурентами), зацікавленими у досягненні однієї й тієї ж мети [6, с.25]. В основі визначень знаходиться єдність цілей суперництва, коли необхідні постійний моніторинг ринку та вміння пристосовуватись до змін ринку у майбутньому.

Ю.Іванов [7, с.12] до поведінкового підходу відносить класичні визначення конкуренції А.Сміта, К.Маркса, П.Хейне, М.Портера. Джерела структурного трактування конкуренції науковець відмічає в роботах Ф.Еджуорта, А.Курно, Дж.Робінсона, Е.Чемберліна, Ф.Найта, К.Макконелла, С.Брю та інших великих учених, що заклали фундамент сучасної західної теорії чотирьох основних типів ринків. Позиції цієї групи вчених у сучасній західній економічній науці є настільки сильними, що термін «конкуренція» («competition») частіше використовується саме в структурному розумінні. Визначальним моментом структурної концепції конкуренції є подання розвитку ринкової системи як динамічної зміни її властивостей, структури й функцій. Структурна концепція конкуренції формує нове уявлення про конкуренцію як про процес, на відміну від конкуренції як ситуації, в моделі А.Сміта. Функціональний підхід дійсно описує роль, яку відіграє конкуренція в економіці. Представниками цього підходу вважаються Й.Шумпетер і Ф.Хайєк. Нововведення скептично

сприймаються ринком, але якщо новатору вдається їх здійснити, саме механізм конкуренції витісняє з ринку підприємства, що використовують застарілі технології [3, с.91].

Сучасна теорія конкуренції народилась досить недавно й базується, за підходом Ю.Іванова, в основному, на поведінковому та функціональному трактуванні конкуренції [7, с.14]. Принципово погоджуючись з науковим підходом Ю.Іванова, вважаємо, що роль структурного підходу у теперішніх умовах неможливо применшувати.

Н.Тарнавська [8, с.11] також підтримує та детально обґрунтовує доцільність виділення трьох підходів до розуміння конкуренції. Основні постулати поведінкового підходу з урахуванням останніх напрацювань науковців, на думку науковця, можуть розглядатись як відправні пункти до розуміння сутності конкурентоспроможності та формування системи управління нею, маючи на увазі, що зусилля товаровиробників будуть спрямовуватись першочергово на оволодіння ресурсами споживачів (коштами і часом) через максимальне задоволення їхніх потреб. Узагальнення значної кількості аспектів поведінкового підходу дало змогу Н. Тарнавській констатувати, що попередні дослідники не враховували усіх спонукальних моментів конкуренції у поєднанні з економічним: прагнення самовираження, поваги, влади, формування іміджу, а зосереджувались, в основному, на раціональному аспекті.

Структурна концепція як пріоритет при вивченні сутності конкуренції обирає середовище функціонування підприємства. Такий підхід важливий з позицій сучасного динамізму конкурентного середовища і перспективних досліджень у напрямі поєднання теорії конкуренції з інституціональною теорією [8, с.15]. У функціональному підході конкуренція розглядається як чинник економічного розвитку і, насамперед, як мотиватор інноваційної діяльності. За підходом Б.Кваснюка, функціональна концепція конкуренції є прямим продовженням поведінкової концепції, оскільки її наріжним каменем є поведінка підприємця-новатора, який руйнує стару організацію бізнесу [9, с.32]. Нині загально визнаною є думка про переважаючу значущість функціонального підходу до розуміння сутності конкуренції. Наростання швидкості інноваційних процесів, скорочення життєвого циклу продукції, індивідуалізація виробництва загострюють конкуренцію, така ситуація обумовлює необхідність активізації наукових досліджень у сфері обґрунтування можливостей інноваційного розвитку підприємств [8, с.15].

Аналіз поведінкового підходу дозволив В. Юхименко підтвердити розуміння конкуренції як ситуації або стану ринкової системи, при якій контрагенти ринку починають себе вести як суперники, використовуючи ціновий механізм інтересів, а базовим моментом визначається стан рівноваги ринкової системи [10, с. 18]. Функціональний підхід, на відміну від попередніх науковців, В. Юхименко представляє за підходом І.Кірцнера, який проаналізував

конкуренцію з позицій функціонування ринку як процесу, охарактеризував ринковий процес як конкурентний та підприємницький одночасно. Характер і зміст конкуренції як процесу він пов'язує з підприємницьким оволодінням інформацією, підприємницькими знаннями відносно нових джерел ресурсів, технологічних можливостей, можливих комбінацій, технічних параметрів товарів, моделей споживацьких смаків, які породжують плани і дії, що сприяють прибутковому функціонуванню на ринку [11, с. 17].

О.Царенко [12, с. 13] зазначає, що поведінковий, структурний, функціональний підходи до визначення конкуренції не суперечать, а доповнюють один одного. Кожен з них взятий окремо, за позицією науковця, не може бути достатнім.

У науковій роботі А.Расулової, крім загально визнаних поведінкового, структурного, функціонального підходів до розуміння сутності конкуренції як такої, визначаються процесний та комплексний підходи [13, с.18]. Процесний підхід трактує конкуренцію як поєднання двох процесів: суперництва та задоволення потреб, тобто, на нашу думку, функціонального та поведінкового підходів. Як представників такого підходу А.Расулова визначає Р.Фатхутдінова, А.Семенова, К.Пасса та Б.Лоуеса.

Комплексний підхід передбачає, що лише конкуренція змушує підприємства виробників та постачальників ресурсів якісно задовільняти потреби покупців; створює умови для розширеного виробництва та зниження цін продукції до рівня, який відповідає витратам виробництва, змушує найповніше застосовувати науково-технічні досягнення, ефективну техніку, технологію, сучасні методи організації виробництва та праці. До представників цього підходу відноситься В.Горфінкель [14, с.16]. Зазначимо, як і в попередньому підході, використовуються елементи поведінкового та функціонального підходів.

Загальний аналіз змісту визначень конкуренції дозволив Г.П'ятницькій зробити наступні висновки. По-перше, у більшості трактувань поняттю «конкуренція» не вистачає системності та комплексності, тобто, як правило, вони характеризують лише деякі аспекти конкуренції. По-друге, немає остаточної визначеності у питанні того, що саме являє собою конкуренція: ситуацію, процес або устримлення тощо. На думку Г.П'ятницької, конкуренція все ж таки за своєю суттю ближча до процесу, оскільки фактично може бути ототожненою із розвитком суперництва на ринку. Розвиток, у свою чергу, є незворотною, спрямованою, закономірною зміною матеріальних та ідеальних об'єктів, а також появу «...нових форм буття, інновацій і нововведень та поєднання з перетвореннями їх внутрішніх і зовнішніх зв'язків» [15, с. 17].

Продовжуючи перелік зауважень щодо структури та змісту попередніх формулювань і трактувань поняття «конкуренція», у науковій праці [1, с.30] відмічається, що наведені поняття не охоплюють конкуренцію серед будь-яких соціальних, виробничих і біологічних систем, не відбивають конкуренцію як

єдність статичної і динамічної суперництва, виживання систем у заздалегідь заданих або невизначених умовах, не ув'язані з законодавством.

Враховуючи всі зауваження та дотримуючись принципу системності і комплексності, Р.Фатхутдінов запропонував наступне визначення: конкуренція – це 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 або суб'єктивних потреб у рамках законодавства або в природних умовах [1, с.30]. Необхідно відмітити, що наведене визначення користується великою популярністю у наукових колах, що досліджують проблеми конкурентоспроможності, конкурентних переваг тощо. Але, на наш погляд, у визначенні перевищена значущість суб'єкту, що управляє своїми конкурентними перевагами. Отже, перебільшена роль внутрішнього середовища суб'єкту в конкуренції. Перемогу у зовнішньому середовищі або досягнення інших цілей суб'єкт може отримати в результаті певних відносин з конкурентами. На нашу думку, сучасні підприємства, крім боротьби, приділяють багато уваги таким «мирним» формам взаємодії з конкурентами, як співпраця, партнерство, співпідприємництво тощо. Аналіз вищенаведеного визначення дозволяє зробити висновок про використання в ньому елементів поведінкового та структурного підходів.

І.Цветкова систематизувала існуючі підходи до розуміння сутності конкуренції наступним чином: як вид діяльності із характером боротьби або змагання, як закон, як процес та як тип ринкової структури [16, с.109]. Запропонована типологія підходів до розуміння конкуренції не є принципово новою. Вона не суперечить існуючим розробкам, а розвиває їх, оскільки фактично не відкидає структурний та поведінковий підходи, а доповнює їх розумінням конкуренції як процесу та як певного об'єктивного закону, що не персоніфіковано, але від того не менш прямо, впливає на діяльність та поведінку суб'єктів ринку. Усі запропоновані підходи до розуміння конкуренції, відповідно до позиції І. Цветкової, є тісно пов'язаними між собою.

І.Балабанова [17, с.32], аналізуючи визначення Г.Азоева, І.Аренкова, В.Власової, А.Войчак, П.Зав'ялова, Х.Зайдель, Н.Зайцева, В.Карлоффа, Б.Соловйова, Р.Фатхутдінова, виділяє три підходи до визначення конкуренції: як елемента ринкового механізму, який дозволяє зрівноважити попит і пропозицію; як змагання на ринку; як критерій, що визначає тип галузевого ринку. Враховуючи відсутність трактувань конкуренції в умовах орієнтації підприємства на маркетинг, І.Балабанова запропонувала наступне визначення: ринкова конкуренція – це боротьба між фізичними і юридичними особами за покупця з метою якнайкращого задоволення його потреб і запитів і отримання на цій основі прибутку [17, с.33]. Від попередніх підходів визначення відрізняється наявністю аспекту отримання прибутку та перемоги в конкурентній боротьбі, що можливе тільки за умови забезпечення

якнайкращого задоволення потреб покупців. Запропоноване визначення дозволяє відмітити появу показника ефективності управління суб'єктом, але залишилась боротьба як єдина форма взаємодії суб'єктів. Дискусійним є зауваження І.Балабанової щодо відсутності маркетингової складової у попередніх визначеннях конкуренції. Вважаємо, що поведінковий підхід передбачає задоволення потреб споживачів.

Аналіз визначень конкуренції свідчить про певну еволюцію його формулювань. Якщо раніше конкуренція розглядалась як боротьба (у визначенні К.Маркса – як антагоністична боротьба) між учасниками ринкового процесу за набуття переваг щодо більш зручної ринкової позиції і, як наслідок, отримання більшого прибутку, то значне підвищення рівня взаємозалежності між суб'єктами ринку примушує їх до взаємодії та

взаємного співробітництва, співпраці в діях підприємств на ринку, партнерства бізнесу і органів управління [4, с.11], що знайшло відображення в теорії «співконкуренції» [10, с.21]. Конкуренція набуває нового характеру – співробітництва й домовленості між потенційними конкурентами [4, с.12]. Вважаємо терміни взаємодії, взаємозв'язку, співробітництва, партнерства, співпідприємництва ключовими для визначення сутності конкуренції, у тому числі для підприємств малого та середнього бізнесу, особливо за умов їх відношення до фрагментарних сфер.

Обираючи науковий підхід щодо трактування конкуренції, необхідно враховувати законодавчі аспекти конкуренції в Україні, а саме положення Законів України "Про захист економічної конкуренції" [18], "Про обмеження монополізму та недопущення недобросовісної конкуренції у підприємницькій діяльності" [19]. Визначення конкуренції у законах свідчить про те, що держава розглядає її як змагання або змагальність суб'єктів ринку. На наш погляд, у наведених визначеннях містяться елементи поведінкового та структурного підходів. Державі, яка планує займатись формуванням конкурентної політики, проблемами підвищення конкурентоспроможності продукції, підприємств, регіонів, галузей економіки та національної економіки в цілому, обов'язково потрібно акцентувати увагу на характеристиках функціонального підходу, а саме на використанні інновацій.

Аналіз багатьох сучасних наукових підходів дозволив обрати ті визначення поняття конкуренції, що у процесі взаємодії, взаємозв'язку, боротьби, суперництва або змагання дозволяють суб'єктам отримувати певні переваги щодо ресурсів, виробництва, реалізації товарів, задоволення потреб споживачів, у сфері інвестування, підвищення ефективності управління підприємством тощо.

Отже, всебічне вивчення наукових підходів щодо визначення сутності поняття «конкуренція» дозволило зробити висновок про актуальність та необхідність використання комплексного підходу, до складу якого входять поведінковий, структурний та функціональний підходи. Важливість кожного

підходу, а також врахування синергійного ефекту від їх тісної взаємодії та постійної трансформації, дозволять суб'єктам ринку успішно представляти у зовнішньому середовищі свій товар (продукцію, послуги) та бізнес в цілому. Проведене дослідження показало, що завдяки глибоким розробкам науковців, кожен підхід до трактування конкуренції є детально вивченим, доповненим сучасними характеристиками. Визначення конкуренції, яке відповідало б вимогам комплексного підходу, запропоновано нами на підставі визначення Р.Фатхутдінова [1, с.30]. Таким чином, конкуренція – це особливий тип взаємовідносин, який вимагає від суб'єктів ринку здійснення процесів управління своїми конкурентними перевагами у межах певної моделі (моделей) ринку за допомогою розробки та впровадження інновацій для досягнення поставлених цілей шляхом змагання, суперництва, співпраці, партнерства, співпідприємництва з конкурентами за найбільш повне та найкраще задоволення об'єктивних та суб'єктивних потреб у межах законодавства. Результати дослідження в перспективі будуть використано під час визначення особливостей конкуренції, конкурентоспроможності та конкурентних переваг підприємств ресторанного бізнесу.

Список використаних джерел:

1. Фатхутдінов Р.А. Управління конкурентоздатністю організації [Текст] : підручник / Р.А.Фатхутдінов, Г.В.Осовська. – К. : Кондор, 2009. – 470 с.
2. Юданов А. Ю. Конкуренция: теория и практика [Текст] : учебное пособие, 3-е изд. / А.Ю.Юданов. – М.: Гном-Пресс, 2000. – 325 с.
3. Шумпетер Й. Теория экономического развития [Текст] : [пер. с нем.] / Й.Шумпетер. – М., 1982. – 347 с.
4. Отенко І.П. Управління конкурентними перевагами підприємства [Текст] : наукове видання / І.П.Отенко, Є.О.Полтавська. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2005. – 212 с.
5. Азоев Г. Л. Конкурентные преимущества фирмы [Текст] : / Г.Л.Азоев, А.П.Челенков. – М. : НОВОСТИ, 2000.– 256 с.
6. Василенко В.А. Конкурентоспособность и конкурентные преимущества малых предприятий рекреационной сферы [Текст] : / В.А.Василенко, А.Н.Диденко // Культура народов Причерноморья. – 2007. – №112.– С.24–27.
7. Іванов Ю.Б. Конкурентні переваги підприємства: оцінка, формування та розвиток [Текст] : монографія / Ю.Б.Іванов, П.А.Орлов, О.Ю.Іванова. – Х. : ІНЖЕК, 2008. – 352 с.
8. Тарнавська Н.П. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теорія, методологія, практика [Текст] : монографія / Н.П.Тарнавська. – Тернопіль: Економічна думка, 2008. – 570 с.
9. Кваснюк Б.Є. Конкурентоспроможність національної економіки [Текст] : / За ред. д-ра екон. наук Б. Є. Кваснюка. – К.: Фенікс, 2005. – С.32.
10. Юхименко В. Еволюція концепцій конкуренції: від класичного капіталізму до інноваційно-інформаційної економіки [Текст] : / В.Юхименко // Вісник КНТЕУ. – 2010. – №2. – С.17-26.
11. Кирцнер И. Конкуренция и предпринимательство [Текст] : / И.Кирцнер. – М.: Социум, 2006. – 272 с.
12. Царенко О.В. Конкурентні переваги легкої промисловості регіонів України: методологія формування, теорія та практика [Текст] : монографія / О.В.Царенко. – Донецьк : Юго-Восток, Лтд, 2009. – 504 с.
13. Расулова А.М. Управління конкурентоспроможністю ресторанів [Текст] : дисертація на здобуття наукового ступеню кандидата економічних наук, спеціальність 08.06.01 – Економіка, організація і управління підприємствами / А.М.Расулова. – К.: КНТЕУ, 2006. – 182 с.
14. Горфинкель В.Я. Экономика предприятия [Текст] : учебное пособие для ВУЗов. 3-е изд. / Под ред. В.Я.Горфинкеля. – М.: ЮНИТИ:ДАНА, 2003. – 718 с.
15. П'ятницька Г.Т. Управління підприємством в епоху глобалізму [Текст] : монографія / Г.Т.П'ятницька. – К.: Логос, 2006. – 568 с.
16. Цветкова І.І. Конкурентоспроможність підприємства: аналіз сучасних підходів та розуміння

[Текст] : / І.І.Цветкова. – // Вісник національного університету «Львівська політехніка». – 2007. – №82. – С.107-114.

17. Балабанова І.В. Управління конкурентною раціональністю: теорія та методологія [Текст] : дисертація на здобуття наукового ступеню доктора економічних наук, спеціальність 08.00.04 – Економіка та управління підприємствами / І.В.Балабанова. – Донецьк : ДонНУЕТ, 2009. – 387 с.

18. Про захист економічної конкуренції: Закон України // Відом. Верховної Ради України. – 2001. – №12. – С.64.

19. Про обмеження монополізму та недопущення недобросовісної конкуренції у підприємницькій діяльності: Закон України // Відом. Верховної Ради України. – 1992. – № 10. – С.124.