УДК: 631.115.11: 338.43

ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ КОНКУРЕНЦІЇ І КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

А.С. Мохненко – к.е.н., доцент Херсонський ДАУ

Постановка проблеми. Побудова ринкової економіки безпосередньо пов'язана із створенням конкурентного середовища в нашій економіці. Механізм дії ринку не може нормально існувати без розвинутих форм конкуренції. Як одна з головних складових механізму ринкової економіки, конкуренція припускає завоювання ринку, перемогу над конкурентами в боротьбі за споживача, забезпечення одержання стійкого прибутку.

Усі дослідження конкурентоспроможності конкретних підприємств будуть ефективними лише в тому випадку, якщо вони базуються на законах загальної економічної теорії. Цим пояснюється увага багатьох вітчизняних і закордонних економістів до фундаментальної економічної категорії – конкуренції.

Стан вивчення проблеми. У класичній і сучасній економічній науці природа конкуренції трактується неоднозначно. У частині досліджень вона визначається як природний стан, продовження, прояв людського егоїзму, в інших роботах вона зв'язується з соціально-економічними стосунками, заснованими на приватному економічному інтересі.

Завдання і методика досліджень. Завданнями статті є дослідження економічна сутність фундаментальної економічної категорії – конкуренції. Методологічною основою досліджень є діалектичний метод пізнання і системний підхід до вивчення економічних процесів.

Результати досліджень. Економічна сутність конкуренції трактується економістами з різних позицій.

На думку Франка Найта, конкуренція являє собою ситуацію, у якій конкурує велика кількість незалежно діючих виробників і покупців будь-якого конкретного товару, що дає волю кожному мати справу з тими чи іншими індивідуалами і вибирати кращі, на їх погляд, серед запропонованих умови для задоволення своїх економічних інтересів. Йозеф Шумпетер стверджував, що конкуренція - це суперництво старого з новим. Прибуток і доход підприємця він розглядав як результат динамічних змін в економіці внаслідок інноваційної діяльності. Під інноваціями Шумпетер мав на увазі впровадження нових технологій, нових товарів, нових типів організації виробництва, які надають очевидні переваги підприємству в зниженні витрат на виробництво одиниці продукції, що випускається, і підвищенні її якості.

У своїй книзі "Міжнародна конкуренція" М.Портер відзначає, що конкуренція – динамічний процес, безперервно змінний ландшафт, на якому з'являються нові товари, нові шляхи маркетингу, нові виробничі процеси і нові ринкові сегменти.

Г.Л. Азоєв під конкуренцією розуміє суперництво на якому-небудь терені між окремими юридичними або фізичними особами (конкурентами), які зацікавлені в досягненні однієї і тієї ж мети.

На думку Р.А. Фатхутдінова, конкуренція – процес управління суб'єктом своїми конкурентними перевагами на конкретному ринку (території) для отримання перемоги або досягнення інших цілей в боротьбі з конкурентами за задоволення об'єктивних або суб'єктивних потреб в рамках законодавства або в природничих умовах. Конкуренція є рушійною силою розвитку суб'єктів і об'єктів управління, суспільства в цілому. Дане визначення яскраво показує сучасні прагнення підприємницьких структур в умовах невизначеності до здійснення ними фінансово-господарських операцій.

А.Ю. Юданов стверджує, що ринкова конкуренція – це боротьба фірм за обмежений об'єм платоспроможного попиту споживачів, що ведеться ними на доступних сегментах ринку.

Адам Сміт визначав конкуренцію як поведінкову категорію, коли індивідуальні продавці і покупці суперничають на ринку за більш вигідні умови продажу і купівлі. Він зв'язував конкуренцію з чесним, без змови суперництвом, що ведеться між учасниками ринкового господарства за найбільш вигідні умови купівлі-продажу товару. При цьому основним є ціновий метод конкурентної боротьби. Поведінкове тлумачення конкуренції зв'язується з боротьбою за рідкісні економічні блага. Це пояснюється тим, що більшість благ (товарів, послуг, ресурсів) є рідкими і їхня кількість менш, ніж потреби суспільства. Тому власники мають можливість розподіляти їх, керуючись своєю вигодою. Вони виставляють свої умови і від виконання цих умов вирішують, кому надати блага.

Поряд з поведінковим трактуванням у XIX і особливо в XX столітті одержало поширення структурне трактування конкуренції, яке було відображено в роботах Ф. Эджуорта, А. Курно, Дж. Робінсона, Е. Чемберліна та інших вчених, що заклали фундамент сучасної західної теорії чотирьох основних типів ринку: досконалої конкуренції, монополістичної конкуренції, олігополії і монополії. Позиції цієї групи вчених у сучасній західній економічній науці настільки сильні, що сам термін "конкуренція" ("competition") частіше використовується саме в структурному розумінні. Коли ж кажуть про поведінкову сторону конкуренції, часто вживають слово – "суперництво" ("rivairy").

При структурному підході увага акцентується на аналізі структури ринку, тих умов, що панують на ньому. На думку Ф. Найта,

конкуренція являє собою ситуацію, у якій конкуруючих одиниць багато і вони незалежні. У популярному курсі "Економікс" К.Р. Макконелла і С.Л. Брю говориться, що "конкуренція – це наявність на ринку великого числа незалежних покупців і продавців, можливість для покупців і продавців вільно виходити на ринок і залишати його".

Третій підхід до визначення конкуренції є функціональним. Він описує роль, яку конкуренція грає в економіці. Й. Шумпетер, зокрема, визначав конкуренцію як суперництво старого з новим.

Функціональна роль зводиться до порушення рівноваги, створенню нерівновагового стану на ринках внаслідок інновацій, що і приносить доход. Механізм конкуренції витісняє з ринку підприємства, які використовують застарілі технології, забезпечуючи панування нових, більш ефективних, випускаючих продукцію кращої якості в результаті використання новітніх науково-технічних розробок.

У трактуванні Ф. Хайека конкуренція являє собою "розкриваючу процедуру", "процедуру відкриття". На його думку, в умовах типової для реального ринку недостачі інформації спочатку однаково можуть оцінюватися кілька можливих ліній поведінки фірми. І тільки конкуренція "відкриває", яка з них насправді правильна, а яка веде в тупік.

Немає єдиної думки серед провідних економістів щодо конкурентоспроможності підприємства, регіону, країни.

На думку В. Адріанова, конкурентоспроможність в загальному розумінні слід визначити, як здатність країни в умовах вільної конкуренції виробляти товари та послуги, які задовольняють потреби світового ринка та реалізація яких збільшує добробут країни та окремих її громадян.

М.Е. Портер при визначенні конкурентоспроможності окремих фірм і національної економіки країни виділяв як основний принцип продуктивність використання ресурсів. На його думку, " ...наявність робочої сили, капіталу чи сировини не визначає успіх компанії, оскільки зазначені ресурси для всіх є доступними. Конкурентоспроможність обумовлена ефективністю, з якою фірми на місцях використовують потужності для виробництва товарів та послуг. Більш того, продуктивність і досягнення успіху в певній місцевості визначаються не тим, в яких галузях конкурують фірми, а тим, як вони ведуть конкурентну боротьбу".

Визначаючи головну мету держави – забезпечити своїм громадянам досить високий рівень життя, М. Портер відзначав, що "...Здатність держави зробити це залежить не від якогось аморфного поняття "конкурентоспроможність", а від того, наскільки продуктивно використовуються національні ресурси – праця і капітал. Продуктивність виражається у вартості віддачі від одиниці праці і

капіталу. Вона залежить як від якості і характеристик продуктів, так і від ефективності, з якою такі товари виробляються". Принцип М. Портера справедливий як на рівні окремого підприємства, так і на рівні економіки країни в цілому.

Більшість економістів поняття "конкурентоспроможність" визначають як здатність фірми продати свій товар на ринку, у більш вузькому розумінні – як перевагу в ціні, швидкості доставки, дизайні, що дозволяє фірмі забезпечувати продаж своїх товарів, випереджаючи конкурентів.

На думку економістів Ф.Ф. Шамрай і З.В. Табунія, недоліком подібних визначень є занадто загальний підхід до поняття конкурентоспроможності. Вони вважають, що здатність продавати товар залежить не тільки від конкурентних позицій виробників, але і від багатьох інших факторів, наприклад, від руху потреб і ринкового попиту. По загальній думці, головним критерієм конкурентоспроможності "...є можливість надавати покупцю переваги за основними параметрами товару, який поставляється на ринок – рівню його ціни, якості й умовам постачання (терміни, гарантії виконання контракту, після продажне обслуговування й ін.)".

Поняття "конкурентоспроможність товару" і "конкурентоспроможність виробника" хоча і знаходяться в тісній залежності, однак вони далеко не тотожні.

Р.А. Фатхутдінов під конкурентоспроможністю товару розуміє ступінь реального або потенційного задоволення ним конкретної потреби в порівнянні з аналогічними товарами, представленими на даному ринку. Конкурентоспроможність визначає здатність витримувати конкуренцію в порівнянні з аналогічними товарами на даному ринку.

Конкурентоспроможність організації, на його думку, – це її здатність виробляти конкурентоспроможний товар або послугу.

Конкурентоспроможність виробника, на думку М. Гельвановского, "…є результатом сукупної ефективності виробництва – його продуктивності праці, фондо-, матеріало- і наукоємкості". Інший підхід до визначення конкурентоспроможності виробника у авторів С. Нечаєва, В. Дехтяревої, В. Лобанова, які визначають конкурентоспроможність виробника (чи продуцента) витратами виробництва. "Витрати виробництва, впливаючи на більшість параметрів конкурентоспроможності, визначають положення продуцента на ринку. Велика частина витрат виробництва приходиться, як відомо, на матеріали й устаткування, а також на оплату робочої сили".

Слід зазначити, що конкурентоспроможність товару на ринку багато в чому визначає конкурентоспроможність виробника.

Конкурентоспроможність не є іманентною якістю підприємства. Це означає, що конкурентоспроможність підприємства може бути

виявлена (оцінена) тільки в рамках підприємств, які відносяться до однієї галузі, або підприємств, що випускають ідентичні товари. Конкурентоспроможність можна виявити тільки порівнянням між собою цих підприємств як у масштабі регіону, так і в масштабі всієї країни. Таким чином, конкурентоспроможність підприємства – поняття відносне: те саме підприємство в рамках, наприклад, регіональної галузевої групи держави може бути визнано конкурентоспроможним, а в рамках галузей світового ринку чи його сегмента – ні.

Вся ця дискусія притаманна і для аграрного сектора економіки. На відміну від інших галузей народного господарства, сільське господарство має ряд технологічних і, в першу чергу, економічних особливостей свого функціонування. Вони впливають на зрозуміння і визначення конкурентоспроможності сільськогосподарського підприємства.

На нашу думку, конкурентоспроможність господарства, в першу чергу, залежить від оптимально обраної спеціалізації, а також наявності і рівня використання виробничо-ресурсного потенціалу – землі, трудових ресурсів і засобів виробництва. Для фермерського господарства конкурентоспроможність – це забезпечення оптимального співвідношення між обсягами виробництва і реалізації продукції та його ресурсним потенціалом, платоспроможності і інвестиційної привабливості підприємства, посилення стійкості до природних і економічних ризиків приватного господарювання. З іншого боку, під конкурентоспроможністю слід розуміти здатність фермерських господарств виробляти продукцію, яка користується попитом на ринку, брати участь у боротьбі за покупця, а також шукати напрямки збільшення своєї частки на ринку. Конкурентоспроможність можна виявити тільки порівнянням між собою фермерських господарств як у масштабі регіону, так і в масштабі країни.

Однією з особливостей сільського господарства є те, що виробництво ведеться в цій галузі переважно підприємствами, які не здатні монополізувати аграрний сектор, вони не можуть організувати які-небудь групи для впливу на ринок і особливо на ціни. На ринку сільськогосподарської продукції завжди досить багато продавців для того, щоб жоден з них не міг запропонувати таку кількість продуктів, що помітно вплинуло б на ціну.

Разом з тим, незважаючи на існуюче державне втручання, вхід і вихід на сільськогосподарський ринок досить вільний. Існуючі закони забезпечують ринок сільськогосподарської землі, широко поширена її оренда, починає функціонувати іпотечний кредит, що забезпечує придбання землі, засобів виробництва, тощо. Усе це означає, що кожен, хто побажав почати сільськогосподарське виробництво може одержати основний ресурс для нього. І, навпаки,

кожен фермер, що усвідомив безприбутковість чи недостатню прибутковість свого господарства, може продати його. Єдиним, в деякій мірі, обмеженням вільного виходу з ринку сільськогосподарської продукції може бути мобільність ресурсів у сільському господарстві, що у довгостроковому аспекті так чи інакше можливо подолати.

Таким чином, в аграрному секторі дотримується дві основних умови досконалої конкуренції:

- наявність на ринку великої кількості продавців, кожний з яких не має достатнього обсягу пропозиції для впливу на ціни;
- свобода продавців вступати на ринок і залишати його.

Тому можна зробити висновок, що сільське господарство – це галузь з досконалою конкуренцією, що в інших галузях економіки досить винятково.

Дане твердження справедливе для розвинутих країн, де існує досконалий ринок. У країнах, що розвиваються, у тому числі й у нас, досконалій конкуренції перешкоджає слабкий і нерівномірний розвиток ринкової інфраструктури, неприступність для виробника цінової інформації і, як наслідок, можливість для посередників легко наживатися за рахунок сільськогосподарського товаровиробника.

Висновки та пропозиції. В аграрному секторі економіки питання конкуренції, конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств вивчені і досліджені недостатньо з причин ще дефіцитного аграрного ринку України. Підприємці, які зайняті в агробізнесі, недостатньо знають про своїх конкурентів, який товар вони пропонують, як організований їх бізнес, їх сильні і слабкі сторони.

В умовах реформування сільського господарства, коли значно збільшилась кількість товаровиробників (в першу чергу – фермерських господарств), гостро активізується між ними боротьба за покупця їх продукції. Тому фермер повинен уміти визначитись в своїх потенційних можливостях вигравати цю боротьбу, знаючи конкурентоспроможність свого господарства, яку вигідніше в даному регіоні виробляти продукцію за якістю і можливістю виграти цінову конкуренцію на ринку.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика / Г.Л. Азоев – М.: Центр экономики и маркетинга, 1996. – 208 с.

2. Андрианов В.О. Конкурентоспособность России в мировой экономике / В.О. Андрианов // Экономист. – 1997. – № 10. – С. 34-42.

3. Гельвановский М.И. Проблемы конкурентоспособности и международные экономические сопоставления / М.И. Гельвановский – М.: ЛФЭИ, 1989. – С. 52-59.

4. Добрунік Т.П. Розвиток конкурентоспроможності: світовий

досвід і шляхи удосконалення українського АПК / Т.П. Добрунік // Вісник соціально-економічних досліджень. – Одеса: ОДЕУ, 2000. – №7. – С. 88-92.

5. Макконелл К. Экономикс. Принципы, проблемы и политика: Учебник в 2 т.: Пер. с англ. Т. 1. / К. Макконелл, С. Брю – М.: Республика, 1992. – 329 с.

6. Мохненко А.С. Становлення малого бізнесу регіону та підтримка його розвитку (на прикладі Херсонської області): дис. ... кандидата. екон. наук: 08.10.01 / Мохненко Андрій Сергійович. – Київ, Ради по вивченню продуктивних сил України Національної академії наук України 2002. – 176 с.

7. Найт Ф. Риск, неопределенность и прибыль / Ф. Найт – М.: Дело, 2003. – 352с.

8. Нечаев С.Ю. Конкурентоспособность и технический уровень тракторов на капиталистическом рынке / С.Ю. Нечаев, В.К. Дехтерева, В.Б. Лобанов – М.: УНИИТЭИ тракторсельмаш, 1987. – С.44.

9. Портер М. Международная конкуренция / М. Портер; пер. с англ. В.Д. Щетинина. – М.: Международные отношения, 1993. – 896 с.

10. Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организации: эксклюзивные технологии: Учебное пособие / Р.А. Фатхутдинов – М.: ЭКСМО, 2004. – 542с.

11. Хайек Ф. Конкуренция как процедура открытия / Ф. Хайек // Мировая экономика и международные отношения. – М.: 1989. – №12. – С.14.

12. Шампрай Ф.Ф., Табуния Г.В. Конкурентоспоосбность ведущих капиталистических стран в международной торговле / Ф.Ф. Шампрай, Г.В. Табуния – М.: ВНИКИ, 1981. – 100с.

13. Шумпетер И. Теория экономического развития / И. Шумпетер – М.: Прогресс, 1982. – 455 с.

14. Юданов А.Ю. Конкуренция: теория и практика: Учеб.-практ. пособ. / А.Ю. Юданов – М.: изд-во “ГНОМ-ПРЕСС”, 1998. – 384 с.

Анотація

Мохненко А.С. – Економічна сутність конкуренції і конкурентоспроможності.

У статті узагальнено результати дослідження теоретичних основ забезпечення конкурентоспроможності фермерських господарств. Проаналізовано з різних позицій економічна сутність категорій конкуренція та конкурентоспроможність.

Ключові слова: конкуренція, конкурентоспроможність, фермерські господарства.

Аннотация

Мохненко А.С. – Экономическая сущность конкуренции и конкурентоспособности.

В статье обобщенны результаты исследования теоретических основ обеспечения конкурентоспособности фермерских хозяйств. Проанализирована с разных позиции экономическая сущность категории конкуренция и конкурентоспособность.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентоспособность, фермерские хозяйства.