

РОЗДІЛ 1

ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ

УДК 339.13

Афендікова С. В.

Київський національний торговельно-економічний університет

ЕВОЛЮЦІЯ МЕТОДОЛОГІЧНИХ ЗАСАД ДОСЛІДЖЕННЯ КОНКУРЕНЦІЇ

Статтю присвячено дослідженню еволюції розвитку категорії та теорії конкуренції в історії економічної думки XVIII – XXI ст. Систематизовано дослідження вчених-економістів щодо еволюції розвитку конкурентних відносин. Розкрито основні етапи розвитку конкуренції. Визначено головні форми реалізації конкурентних відносин на кожному з етапів.

Ключові слова: конкуренція, монополія, недосконала конкуренція, етапи розвитку.

Постановка проблеми. Глобалізація товарних ринків суттєво посилює роль конкуренції й об'єктивно сприяє інтенсифікації конкурентного середовища на споживчому ринку, тому основні проблеми конкурентної боротьби між учасниками економічних відносин в умовах глобалізації слід виявляти з огляду на їх історичний аспект формування та розвитку, систематизуючи дослідження вчених-економістів та дослідження еволюції розвитку теорії конкуренції в історії економічної думки XVIII – XXI ст. Дослідження конкурентних відносин базується на теоретичному обґрунтуванні та практичному досвіді, накопичених унаслідок еволюції форм та методів конкуренції. Аналіз досліджень конкурентних відносин дає змогу зробити висновки про еволюцію концепцій конкуренції, що, в свою чергу, зумовлено розвитком економічної системи. Саме історичний розвиток визначив основні тенденції зміни форм і методів конкуренції.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Конкурентним відносинам приділено значну увагу в наукових працях таких вчених, як А. Сміт, П. Сраффа, А. Курно, Г. Хотеллінг, Дж. Кларк, Дж. Робінсон, Е. Чемберлін, М. Портер, Ж. Тіроль, Дж. Стіглер, а також, у працях сучасних українських економістів В. Базилевича, А. Герасименко, Л. Дідківської, А. Ігнатюк, О. Костусева, В. Лагутина, Г. Филюк, С. Черненко.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Кожен із зазначених авторів зробив свій неоціненний вклад в теорію конкуренції. Однак, незважаючи на ґрунтовність проведених досліджень, недостатньо приділено уваги системному підходу до аналізу конкуренції через призму інтересів головних учасників на всіх історичних етапах розвитку.

Метою статті є систематизація досліджень вчених-економістів щодо змісту та форм прояву конкуренції на різних етапах еволюції економіки, встановлення основних еволюційних віх та логіки розвитку конкурентних процесів від стародавніх часів до сьогодення.

Виклад основного матеріалу дослідження. Розвиток економічної системи являє собою основну причину еволюції тлумачення поняття «конкуренція», що є однією з рушійних сил механізму функціонування економіки. Зважаючи на це, виділимо основні етапи, які пройшла конкуренція в історії економічної думки.

Перший етап – докапіталістична конкуренція, яка виникла в період занепаду первіснообщин-

ного ладу й розвитку товарного виробництва. Конкуренція виникла в умовах простого товарного виробництва, де кожен малий підприємець намагався створити для себе найкращі умови виробництва й збуту товарів, унаслідок витіснення інших учасників ринку. Однією з основних особливостей на цьому етапі є спонтанність, що означає випадковість конкурентних відносин. Конкуренція загострюється з посиленням залежності товаровиробників від ринку й ринкових коливань цін на товари, що ними виробляються. Цей етап закінчується з виникненням капіталістичних відносин, коли з'являється можливість укріплення господарств і використання найманої робочої сили [19, с. 24].

Другий етап – вільна конкуренція, що характеризується розвитком капіталістичних відносин, коли вона охоплює не лише кінцевий продукт виробництва (товар), а й робочу силу, землю, засоби виробництва, перетворюючись зі спорадичного явища на механізм регулювання ринкової відносин. Цю конкуренцію називають чистою конкуренцією, або вільною конкуренцією. Другий етап вважається класичним в економічній науці, його характеризували А. Сміт, Д. Рікардо, А. Курно, В. Девонс, Дж. Міль, А. Пігу та інші.

А. Сміт проаналізував конкуренцію як силу, здатну встановлювати та регулювати рівновагу на ринку. Він зазначав, що скорочення пропозиції викликає конкуренцію серед покупців – гонитву за обмеженою пропозицією, що піднімає ціни; а надлишок пропозиції зумовлює суперництво між виробниками заради позбавлення від надлишку, що приводить до зниження цін. Він розумів, що конкуренція позбавляє учасників ринкового процесу влади над ціною [20, с. 38–39]. Чим численнішими є економічні суперники, тим швидше між ними виникає боротьба за переваги шляхом зменшення та збільшення цін, тим складніше їм вступити у змову. З огляду на це, конкуренція – це процес реакції на нову силу і спосіб досягти нової рівноваги, сутність якої полягає у боротьбі конкурентів за відносні переваги.

Ідею досконалої конкуренції, запропоновану А. Смітом, розвинув Д. Рікардо, який зазначав, що під предметом споживання, його міною вартістю і законами, які регулюють ціну на нього, мається на увазі такий товар, виробництво якого знаходиться під величезним впливом конкурентної боротьби. Після того, як усім учасникам ринку стає доступною інформація про ціни й обсяги виробництва, вони відмовляються від

активних дій, при цьому фактор часу й ризику не враховується. При цьому компанії формують управлінські рішення, використовуючи якісно нові підходи до ціноутворення, що дає можливість мінімізувати затрати на виробництво й реалізацію продукції. Вирішальним фактором у встановленні балансу цін є конкуренція.

Продовжуючи дослідження А. Сміта, Дж. Кернс визначив вільну конкуренцію як стан, за якого товари обмінюються пропорційно витратам (праці й капіталу) на їх виробництво [3, с. 303]. А. Курно, використовуючи тезу А. Сміта про відсутність в учасників конкурентного ринку влади над цінами, у властивому йому математизованому вигляді визначає горизонтальну індивідуальну криву попиту в умовах конкуренції [3, с. 90]. Цим самим А. Курно зробив перший крок до формування моделі ринку досконалої конкуренції, яка видозмінила значення категорії «конкуренція» на наступні десятки років. Відбулася заміна динамічного підходу до розуміння конкуренції як процесу, що забезпечує розвиток економіки, рух від нерівноважного до рівноважного стану економіки, на статичний підхід, що визначає конкуренцію як певний, визначений стан ринку – «стандарт для оцінення результатів дії неконкурентних ринкових структур» [18, с. 104].

Значення повної інформованості учасників ринку для формування досконалої конкуренції було чітко визначено у працях У. Джевонса й закладено в концепцію конкуренції, відповідно до якої ринок має бути теоретично досконалим, тобто всі економічні суб'єкти мають вичерпну інформацію щодо умов попиту й пропозиції та абсолютно вільну у здійсненні обміну, який відбувається з метою отримання хоча б мінімальної вигоди й виключає будь-яку можливість здійснення таємної змови.

Модель ринку досконалої конкуренції мала не лише прихильників, які визнавали її переваги, а й багато критиків. Незважаючи на логічність і завершеність, теорія досконалої конкуренції не визначає низку основних проблем дійсності. Дж. Стіглер визнавав: «Ми мусимо відзначити найбільш загальну й важливу претензію до концепції досконалої конкуренції – вона нереалістична» [10, с. 328]. Ще більш категорично висловлювався Дж. Кларк: «Досконалої конкуренції не існує й не може існувати, і, мабуть, її ніколи не існувало» [5, с. 247].

У зв'язку із цим можна виділити третій етап розвитку конкуренції – етап недосконалої конкуренції, що пов'язаний з початком процесу формування монополій. Його представниками були У. Джевонс, К. Менгер, О. Бем-Баверк, Л. Вальрас, В. Парето, Дж. Кларк, Дж. Робінсон, Е. Чемберлін та інші. Вони більш змістовніше й точніше розкривали вплив конкуренції на ринкову ціну.

Дж. Робінсон у своїй праці «Економічна теорія недосконалої конкуренції» [6] допускає множинність ринкової рівноваги та різних цін на ринках. Стабільна структура ринку може бути різноманітнішою, ніж досконала конкуренція чи монополія. При чому фактор конкуренції може існувати й за наявності у фірми ринкової влади. Дж. Робінсон доводить, що монополія ціна не є ні довільною, ні максимально можливою на ринку і в деяких ситуаціях випуск продукції може перевищувати випуск за умов досконалої конкуренції. В основу своїх досліджень науковець поклала проблему прискореного розвитку крупних компаній, що формуються під впливом процесів концентра-

ції виробництва і капіталу, приділяючи велику увагу можливостям монополій диктувати ціни на ринку, тим самим впливаючи на структуру попиту й реалізацію продукції, а також можливість створення ними навіть галузевих монополій. [6, с. 56].

П. Сраффа вважав, що сучасний йому ринок є ближчим до монополії, ніж до досконалої. З появою його роботи «Законоотримання доходів в умовах конкуренції» основна увага стала приділятися дослідженням законів ціноутворення. П. Сраффа довів, що у разі збільшення масштабів виробництва, великі компанії отримують додаткові переваги, реалізація яких приводить до порушення механізму чистої конкуренції й впливає на ціноутворення. Пізніше, вчений визначив, що всі недоліки економічної системи є не випадковими явищами, а свідомо створені виробниками, тому аналіз краще всього починати не з конкуренції, а з монополії [2, с. 69].

У середині ХХ ст. з'явилося поняття «потенційна конкуренція». Багато авторів довели, що монополіст змушений підтримувати близький до конкурентного рівень цін на ринку, інакше можуть з'явитися інші потенційні учасники, приваблені високим рівнем прибутку й перетворити ринок на конкурентний. В. Баумоль, Д. Панцар і Р. Вілліг, розробляючи цю проблематику, пропонують замінити ідеал досконалого конкурентного ринку на ідеал змагального. При цьому змагальним ринком визнається ринок, входження на який є абсолютно вільним, а вихід абсолютно безкоштовним. Легкий вхід на ринок і вихід з ринку забезпечують у межах теорії змагальних ринків низькі ціни на рівні граничних витрат, вільний перелив капіталу між галузями та захист від неефективності виробництва незалежно від структури ринку. Автори теорії змагальних ринків зазначають, що ідеальна поведінка змагальних олігополій чи наявність у змагальній монополії стимулів до обмеження монополістичної діяльності не може без застережень відноситися до всіх олігополій чи нерегульованих монополій, які існують на практиці. Реальні ринки рідко бувають абсолютно змагальними, як і абсолютно конкурентними. Однак критерій змагальності формує більш широкий ідеал ринку, точку відліку для більшої спільності, ніж досконала конкуренція; він розширює сферу, в якій править «невидима рука» [18, с. 111].

Е. Чемберлін звертав увагу на інший прояв ринкової недосконалої – диференціацію товарів. Він зазначав: «Повне усвідомлення, що товар є диференційованим, розкриває значення проблеми різноманітності й робить зрозумілим те, що чисту конкуренцію не можна більше вважати в усіх відношеннях «ідеалом» для економічного добробуту» [7, с. 266]. Унаслідок диференціації товару виникає явище «монополістична конкуренція», відповідно до якої кожен окремий продавець отримує ринкову владу в межах можливості встановлювати ціну, визначати обсяг й умови реалізації товару.

А. Маршал у своїх «Принципах політичної економії» писав: «Коли ми розглядаємо індивідуального виробника, ми повинні порівнювати його криву пропозиції не із загальною кривою попиту, а з особливою кривою попиту на його власному особливому ринку» [20, с. 382]. Беручи цю тезу за основу, Е. Чемберлін доводить існування спадної кривої попиту на диференційований товар, що, по суті, зображає існування «власного особливого ринку» А. Маршалла. Він показує наявність логічного, причинно-наслідкового зв'язку

між такими поняттями, як рівень диференціації продукції, еластичність попиту та ринкова влада. Водночас дійсним у моделі монополістичної конкуренції залишається суперництво між безліччю ринкових гравців, наявність яких не є притаманною монополії. Вперше за тривалий час Е. Чемберлін поглиблює поняття «конкуренція» новими ознаками.

Починаючи з А. Сміта, конкуренція як засіб встановлення ринкової рівноваги розглядалася переважно у своїй ціновій формі. Е. Чемберлін наголошує на тому, що нецінова конкуренція, що виникає між товарами-замінниками, а отже, їх виробниками, є не гіршим ринковим регулятором за її ціновий аналог. Оскільки на ринку працює багато продавців з неоднорідними товарами, теорія монополістичної конкуренції передбачає посилення між ними нецінової конкуренції, насамперед у рекламі, якості та умовах торгівлі.

Продовжуючи цю думку, Г. Хотеллінг визначив, що «у кожного продавця є групи покупців, які, незважаючи на різницю в цінах, віддають перевагу купівлі саме в нього, а не в його конкурентів <...> Існування таких груп клієнтів перетворює, можна сказати, кожного підприємця в межах обмеженого класу товарів і обмеженого району в монополіста, а монополії, дія якої не була б обмежена певним класом товарів і певним районом, не існує взагалі» [4, с. 44].

На сучасному постіндустріальному етапі, який почав розвиватись наприкінці ХХ ст. і пов'язаний з інформаційною революцією, що принципово змінила механізми конкурентної боротьби, перевага надається неціновим методам конкуренції, заснованим на:

- поглибленій диференціації товарів і послуг з метою формування зони ринкової влади на противагу залученню до цінового змагання з найближчими конкурентами;
- випереджальному новаторстві, здатному забезпечити постійний притік споживачів на ринок;
- поширенні інформаційної асиметрії, в тому числі у товарному просторі, з метою дезорієнтації споживача та формування в нього лояльності до торговельної марки незалежно від якісних характеристик блага тощо.

Основними представниками теорій конкуренції на сучасному постіндустріальному етапі є П. Мілгром, Р. Морган, М. Портер, Дж. Робертс, Р. Селтен, Дж. Стігліц, Дж. Стіглер, Ж. Тіроль, Ш. Хант, Р. Шмалензі та інші.

Дослідженням інформаційної асиметрії як інструменту конкурентної боротьби займалися П. Мілгром та Дж. Робертс, проводячи аналогію з грою в карти, зокрема в покер. У покері, як і на ринку з асиметричною інформацією, гравці володіють закритою інформацією, яка недоступна іншим, що дає можливість ефективно використовувати широкий спектр засобів стратегічної маніпуляції інформацією.

Механізми такої маніпуляції для детермінації поведінки чинних і потенційних конкурентів

описують Р. Селтен, Д. Крепс і Р. Уїлсон. Вони зображають досі малодосліджений факт, що у стратегічній конкурентній грі важливі не лише й не стільки безпосередні здобутки кожного з конкурентів, скільки їх оцінка один одним. Наприклад, застосовуючи відповідний підхід до аналізу бар'єрів входження в ринок, Д. Крепс і Р. Уїлсон доводять, що найкращим індикатором сили провідної на ринку фірми є досвід її попередніх реакцій на входження нових фірм у ринок. Якщо раніше ця фірма вдавалася до протидії входженню потенційних конкурентів, то, ймовірно, її ресурсів достатньо для забезпечення такої боротьби і в майбутньому, примушуючи потенційного конкурента відмовитись від входження в ринок [19, с. 184]. І навіть якщо це не так, то агресивна поведінка такої фірми щодо протидії входженню сформує їй таку репутацію, що втримуватиме потенційних конкурентів від входження в ринок.

Зміни у способах конкурентної боротьби на постіндустріальному етапі також пов'язані з появою та значним поширенням мережевого ефекту. В умовах глобалізації ринкових відносин стандартизація є однією з найбільш характерних ознак розвитку, внаслідок чого для споживачів і виробників все важливішим стає обрати найкращий стандарт серед тих, хто конкурує. Кожен прагне обрати такий його вид, який зможе мінімізувати витрати на сумісність товарів та який набуде найбільшого поширення на ринку. Корисність блага зростає відповідно до кількості агентів, що купують це благо. Факторами, які створюють не пов'язані між собою мережі товару з однаковими характеристиками, є необхідність додаткових витрат, спрямованих на створення додаткових адаптерів або прийняття єдиного стандарту. Таким чином, різні стандарти утворюють всередині ринку нові структури споживачів, а саме «мережі», змінюючи співвідношення сил між конкурентами, як і сам перелік конкурентів. Дослідженню впливу мережевих ефектів на конкуренцію присвячені роботи Т. Вейла, Х. Лейбенштайна, М. Катца, К. Шапіро та інших.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у цьому напрямі. Підсумовуючи вищевикладене, зазначимо, що конкурентні відносини пройшли довгий шлях становлення та розвитку, продовжуючи розвиватись і сьогодні. Категорія «конкуренція» набула більш широкого й змістовного значення й проявилася у великій кількості різноманітних форм. Якщо за часів А. Сміта конкуренція була переважно ціновою та реалізувалась у дисперсному середовищі безліких продавців, то в сучасному економічному середовищі домінує конкуренція великих корпорацій, з впізнаним іменем та владою впливати на всю множину параметрів ринкової рівноваги. На сучасному етапі перевага надається неціновим методам конкуренції, вираженим диференціацією товарів і послуг, новаторськими розробками, поширенням інформаційної асиметрії. Конкуренція стала більш вагомим, універсальним індикатором економічного розвитку країни, регіону, світу як на сучасному етапі, так і в перспективі.

Список використаних джерел:

1. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов / А. Смит. – М. : Ось-89, 1997. – 255 с.
2. Sraffa P. The Law of Returns under Competitive Conditions / P. Sraffa // The Economic Journal. – 1926. – December. – P. 535–550.
3. Cournot A. Mathematical Principles of the Theory of Wealth / A. Cournot. – New York, 1929. – 90 p.
4. Hotelling H. Stability in Competition / H. Hotelling // Economic Journal. – 1929. – Vol. 39. – P. 41–57.
5. Кларк Дж. Распределение богатства / Дж. Кларк. – М. : Гелиос АРВ, 2000. – 368 с.

6. Робинсон Дж. Экономическая теория несовершенной конкуренции / Дж. Робинсон ; пер. с англ. – М. : Прогресс, 1986. – 253 с.
7. Чемберлин Э. Теория монополистической конкуренции. Реориентация теории стоимости / Э. Чемберлин. – М. : Изд-во иностранной литературы, 1959. – 412 с.
8. Портер М. Конкуренция / М. Портер ; пер. с англ. – М. : Вильямс, 2002. – 496 с.
9. Тироль Ж. Рынки и рыночная власть: теория организации промышленности : в 2-х т. / Ж. Тироль ; под ред. В. Гальперина, Н. Зенкевича. – 2-е изд. – СПб. : Экон. школа, 2000. – Т. 1. – 328 с.
10. Стиглер Дж. Совершенная конкуренция: исторический ракурс / Дж. Стиглер // Вехи экономической мысли. Теория фирмы / под ред. В. Гальперина. – СПб. : Экономическая школа, 2000. – Т. 2. – 534 с.
11. Базилевич В. Формування конкурентного середовища в транзитивній економіці: проблеми, тенденції та протиріччя / В. Базилевич // Конкуренція : вісник антимонопольної компанії України. – 2004. – № 2. – С. 14–19.
12. Герасименко А. Ринкова влада: джерела, масштаби, наслідки : [монографія] / А. Герасименко. – К. : КНТЕУ, 2014 – 600 с.
13. Дідківська Л. Захист конкуренції в Європейському Союзі та сучасні новації / Л. Дідківська // Актуальні проблеми економіки : науковий економічний журнал. – 2005. – № 9. – С. 117–123.
14. Ігнатюк А. Теорія галузевих ринків: інституційний підхід / А. Ігнатюк // Європейський вектор економічного розвитку. – 2012. – № 2(13) – С. 190–194.
15. Костусев А. Конкурентна політика в Україні : [монографія] / А. Костусев. – К. : КНЕУ, 2004. – 310 с.
16. Лагутін В. Рушійні сили конкуренції / В. Лагутін // Конкуренція : вісник антимонопольної компанії України. – 2002. – № 3. – С. 25–31.
17. Филлюк Г. Сучасні тенденції та проблеми регулювання діяльності суб'єктів природних монополій в Україні / Г. Филлюк // Економіка України. – 2004. – № 7. – С. 31–41.
18. Черненко С. Конкуренція та ефективність товарних ринків в Україні : [монографія] / С. Черненко. – К. : КНТЕУ, 2006. – 168 с.
19. Дмитриева М. Роль конкуренции в микроэкономических процессах переходного периода : дис. ... канд. экон. наук : спец. 08.00.01 / М. Дмитриева. – Волгоград : Изд-во ВолГУ, 1998. – 168 с.
20. Блауг М. Экономическая мысль в ретроспективе / М. Блауг ; пер. с англ. – 4-е изд. – М. : Дело Лтд, 1994. – 720 с.

Афендикова С. В.

Киевский национальный торгово-экономический университет

ЭВОЛЮЦИЯ МЕТОДОЛОГИЧЕСКИХ ПОЛОЖЕНИЙ ИССЛЕДОВАНИЯ КОНКУРЕНЦИИ

Резюме

Статья посвящена исследованию эволюции развития категории и теории конкуренции в истории экономической мысли XVIII – XXI вв. Систематизированы исследования ученых-экономистов об эволюции развития конкурентных отношений. Раскрыты основные этапы развития конкуренции. Определены основные формы реализации конкурентных отношений на каждом из этапов.

Ключевые слова: конкуренция, монополия, несовершенная конкуренция, этапы развития.

Afendikova S. V.

Kyiv National University of Trade and Economics

EVOLUTION OF METHODOLOGICAL THESES OF COMPETITIVENESS INVESTIGATION

Summary

The article is devoted to the study of the evolution of categories and the theory of competition in the history of economic thought of the XVIII – XXI centuries. Studies of economists about the evolution of competitive relations development are systematized. Described the main stages of competition development. Identified the main forms of implementation of competitive relations in each of the stages.

Keywords: competition, monopoly, imperfect competition, development periods.