

**Ярошенко А.С.,**

к.е.н., асистент кафедри бухгалтерського обліку і аудиту  
Державного вищого навчального закладу «Українська  
академія банківської справи Національного банку України»  
м. Суми, Україна

## **ДОСЛІДЖЕННЯ ЕВОЛЮЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ТЕОРЕТИЧНИХ УЯВЛЕНЬ ПРО КОНКУРЕНЦІЮ**

**Анотація:** Розглянуто еволюцію поняття конкуренції, науково-методичних підходів до розуміння сутності конкурентних відносин. Проаналізовано думки різних шкіл щодо конкуренції та конкурентних відносин.

**Аннотация:** Рассмотрена эволюция понятия конкуренции, научно-методических подходов к пониманию сущности конкурентных отношений. Проанализированы мнения различных школ о конкуренции и конкурентных отношениях.

**Summary:** The evolution of the concept of competition and scientific-methodological approaches to understanding of the nature of competition are considered. Views of different schools on competition are analyzed.

**Постановка проблеми:** Дослідження лінгвістичного походження поняття «конкуренція» дозволяє з'ясувати, що латинський термін «concurrentia» перекладається як зіткнення, змагання. Дана категорія не є суто економічною: конкуренція може бути і в природничій, і в політичній, і в соціальній сферах тощо, виходячи з чого сьогодні не існує єдиної точки зору щодо її розуміння.

**Постановка завдання:** Стаття має на меті розглянути історичний генезис «конкуренції» у контексті еволюції економічних відносин, оскільки зміна соціально-економічного устрою призводила й до зміни поглядів на сутність цього поняття.

Досліджувана категорія розглядалася з точки зору різних шкіл – фізіократів (Ф.Кене [2]), класичної (А.Сміт [9], Дж.С.Мілль [70], Д.Рікардо [7]) та неокласичної (А.Маршалл [5], Е.Чемберлін [10]), що представлено на рис. 1.1.



Рис. 1.1. Еволюція підходів до розуміння конкуренції в межах окремих наукових шкіл (складено автором)

У процесі еволюційного розвитку погляди на сутність конкурентних відносин трансформувались. Учені-економісти виділяють три науково-методичні підходи до тлумачення терміну «конкуренція», зокрема: поведінковий, структурний та функціональний [1], що представлено на рис. 1.2.

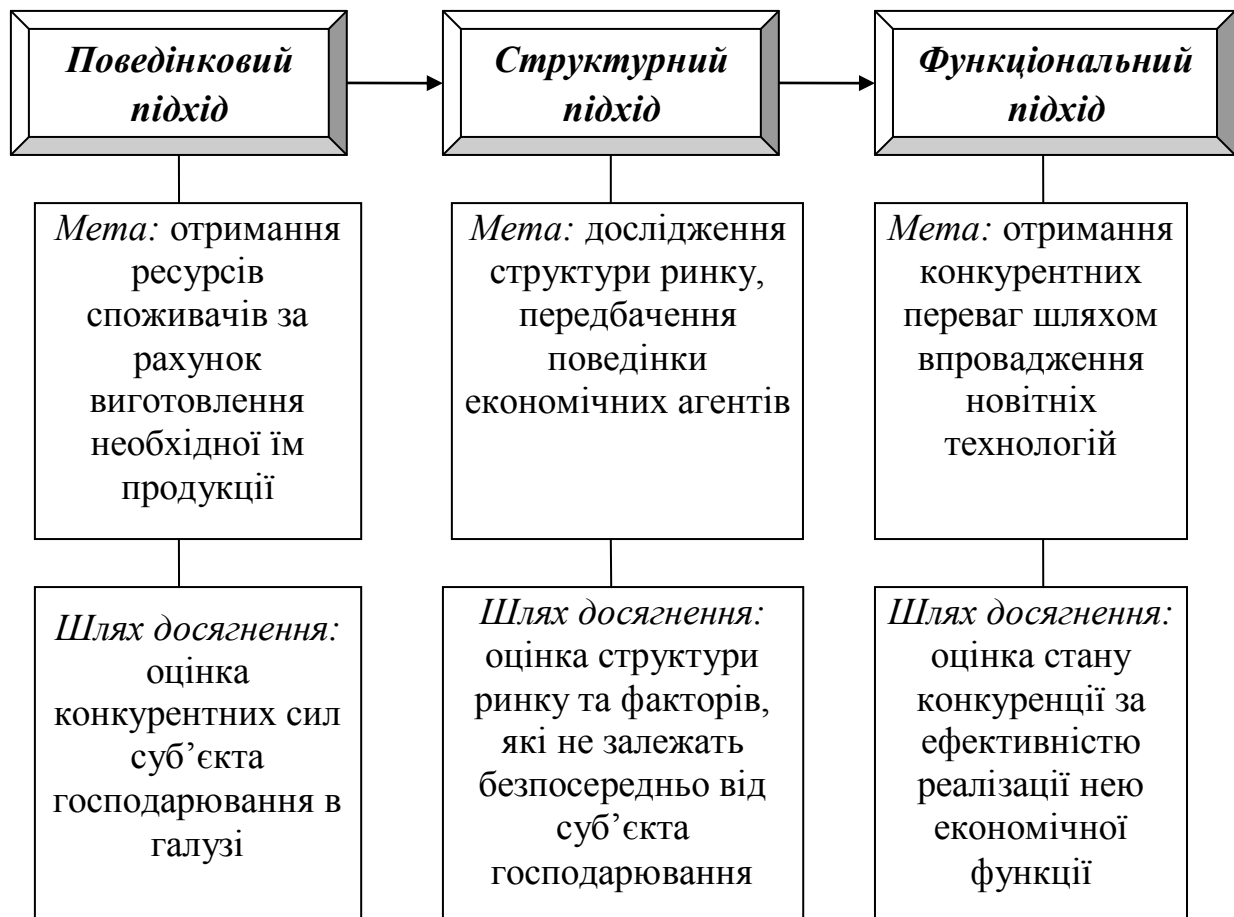


Рис. 1.2. Еволюція науково-методичних підходів до розуміння сутності конкурентних відносин

Дослідження конкуренції бере початок зі школи фізіократів, хоча й вважається, що історично першими дану економічну категорію формалізували меркантилісти. Останні були прихильниками державного регулювання обсягів експорту та імпорту, протекціоністських заходів стосовно національної продукції, а за таких неринкових умов вільна торгівля була неможливою.

На відміну від меркантилістів, фізіократи виголошували своїм принципом невтручання держави в економічні відносини країни. Ф.Кене вважав

необхідною абсолютну свободу торгівлі умовою функціонування економіки [2]. На його думку, тільки у такому випадку вдасться уникнути монополізму, надмірних витрат на торговельні операції та розширити торгівлю. Центральною ідеєю школи фізіократів була свобода господарської діяльності в конкурентних умовах та активний розвиток зовнішньої торгівлі: стимулювання експорту з метою отримання додаткового зовнішнього доходу. У той час поширеним було поведінкове трактування конкуренції, що виражалось у суперництві за дефіцитні економічні ресурси та кошти споживачів.

Найбільшого узагальнення вчення про конкуренцію набуло у рамках класичної школи політекономії у XVIII ст. А.Сміт вважається засновником даної теорії, визначивши у своїй роботі «Дослідження про природу та причини багатства народів» [9] конкуренцію як суперництво, яке змінює рівень цін – підвищує при зменшенні пропозиції та знижує при зростанні пропозиції. А.Сміт стверджував, що «споживачі та продавці конкурують на ринку за вигідніші умови покупки та продажу» [9, с. 55]. На його думку, саме конкуренція базується на принципі «невидимої руки» ринку, яка координує діяльність суб'єктів господарювання, змушуючи діяти встановленим чином, витісняючи неефективні виробництва та учасників; конкуренція приводить ринок до рівноваги шляхом взаємодії попиту та пропозиції на товари. Крім того, на думку А.Сміта, вона стосується не тільки продавців, а й споживачів продукції.

Розроблена А.Смітом модель досконалої конкуренції передбачає відсутність будь-якого контролю з боку держави, коли єдиним регулятором залишається ціна. Він розробив гнучкий конкурентний механізм, який дозволяє ефективно перерозподіляти ресурси між сферами виробництва. На його думку, якщо попит на конкретний товар знижується, то ринкові суб'єкти -виробники неякісної та дорогої продукції, найбільше від цього потерпають, а мобільні бізнес-структури гнучко адаптуються до змін оточуючого середовища. Умовами ефективної конкуренції А.Сміт визначив достатню кількість покупців та продавців, незалежність ринкової ціни від окремих учасників ринку та

мобільність резервів. Він вважав, що ринковій економіці за умов конкуренції можливо досягти високого рівня задоволення потреб та ефективного використання потенціалу [9].

Послідовником А.Сміта у дослідженні проблем конкуренції був Д.Рікардо, який розвинув модель ринку досконалої конкуренції у довготривалому періоді. Він стверджував, що рівновага можлива у випадку повної зайнятості (так званий «закон ринків»), та наголошував на формуванні ринкової ціни тільки під впливом взаємодії попиту й пропозиції, оскільки в довгостроковому періоді певні чинники (державний вплив, монополізація ринку, географічне розташування) стають менш значущими [3]. У таких умовах, на його думку, основним фактором формування ціни стає конкуренція.

Зауважимо, що погляди представників класичної школи політекономії обмежувалися аналізом тільки частини конкурентних відносин – досконалої конкуренції [9].

Ж.Б.Сей розділяв погляди А.Сміта на сутність та необхідність конкуренції. На його думку, вартість товару формується в залежності від сукупності елементів: витрат на виробництво, корисності для споживачів, попиту та пропозиції, а цінність продукту визначається не тільки витратами на його виробництво, а й, у значній мірі, – потребами споживачів. Він стверджував, що конкуренція знижує ціни на товари, доводячи їх до рівня виробничих витрат. Таким чином, визначальним чинником формування ринкової вартості Ж.Б.Сей вбачав цінність товару для покупців.

Інший представник класичної політекономії – Дж.С.Мілль, вважав конкуренцію регулятором рівня цін та заробітної платні, який встановлює правила дії в економіці. Саме конкуренція, на його думку, встановлює ціни на основі балансу бажань продавців та покупців, попиту та пропозиції, але не нижче витрат на виробництво, а отже – виступає і регулятором, і засновником правил такого регулювання.

Заслужують на увагу погляді й іншого послідовника А.Сміта – С.Сисмонді. На початковому етапі досліджень він підтримував ідею вільної

конкуренції, проте пізніше стверджував, що конкуренція здійснює негативний вплив на суспільство. На його думку, вона є причиною економічних та фінансових кризових явищ, бідності населення країни; під впливом конкурентного механізму обсяги виробництва зростають незалежно від реальних потреб населення, а тому порушується рівновага між попитом та пропозицією, що викликає нерівність в розподілі та суспільстві загалом. Вирішення такої проблеми С.Сисмонді вбачав в обмеженні процесу відтворення певними рамками. На його думку, законодавче регулювання конкуренції дає змогу збалансувати інтереси суб'єктів господарювання та населення. Виступаючи за необхідність державного втручання, він визначив такі основні повноваження держави стосовно регулювання економіки: управління темпом економічного зростання, обмеження вільної конкуренції, новітнього обладнання та технологій, підтримка невеликих бізнес-структур, проведення соціальних програм.

Представники австрійської економічної школи К.Менгер та Л.Мізес поділяли точку зору, що конкуренція – це боротьба за економічні ресурси.

Вбачаючи основною метою діяльності ринкових суб'єктів максимізацію прибутку, Е.Бем-Баверк та Ф.Візер також дотримувались поведінкового тлумачення конкуренції.

І.Кірцнер ототожнював конкуренцію з діяльністю ринку, вважаючи, що ці поняття нерозривно пов'язані одне з одним. Особливістю діяльності суб'єктів господарювання, на його думку, є необхідність постійно стежити за потенційними можливостями й перспективами, прийняття найбільш вигідного рішення.

Особливістю досліджуваного історичного періоду в економіці було те, що конкуренція та ринок ототожнювалися як поняття, оскільки вплив монополізації був незначним. Класики та неокласики розглядали переважно досконалу конкуренцію.

Проте серед численних позитивних аспектів конкуренції економісти зазначали й негативні риси даного типу економічних відносин. Так, зокрема,

К.Маркс [4] вважав конкуренцію руйнівною для невеликих ринкових агентів. На його думку, під час перерозподілу капіталу між галузями норма прибутку поступово знижується, а рух капіталу з однієї галузі в іншу і являє собою міжгалузеву конкуренцію. К.Маркс вперше дослідив її з точки зору теорії вартості, розглянувши зв'язок з законами доданої вартості, утворення середнього прибутку та нагромадження капіталу. Він довів, що конкуренція розповсюджується не тільки на конкретні долі ринку, а й на всі галузі.

К.Маркс розширив поведінкове трактування окремих економічних відносин, досліджуючи особливості конкуренції не стільки за ціновим фактором, скільки за капіталовкладеннями. На його думку, якщо один суб'єкт господарювання може виробляти конкретний товар дешевше, ніж інші виробники, то тим самим він стимулює своїх конкурентів винаходити дешевші засоби виробництва, що мотивує розвиток науково-технічного прогресу та зниження виробничих витрат [4]. К.Маркс довів, що конкуренція призводить до концентрації та кооперування виробництва, що в кінцевому рахунку породжує виникнення монополій. Отже, на його думку, конкуренція та монополізм є нерозривно зв'язаними між собою протилежностями.

У XIX ст. неокласики продовжили дослідження підходу до розуміння конкуренції, проте розглядали її в контексті суперництва за обмежені економічні ресурси та кошти споживачів. На їх думку, конкуренція заохочує бізнес-структури до підвищення ефективності виробництва, що виявляється у вигляді раціонального використання економічних благ, застосування новітніх засобів виробництва, технологічного обладнання. Отже, на макроекономічному рівні це є поштовхом до науково-технічного прогресу та зростання рівня національного багатства.

Видатний економіст А.Маршалл [5] зробив значний внесок в дослідження механізму досконалої конкуренції та встановлення рівноваги на ринку. На його думку, суб'єкти господарювання та споживачі мають рівні права на ринку, причому жоден з них не визначає ціни на товари. Він стверджував, що за таких умов продавці намагаються продати якомога більше продукції, а покупці –

купити за найвигіднішою ціною якісний товар, а на основі співвідношення попиту й пропозиції встановлюються конкурентні відносини.

Критикуючи обмеженість моделі чистої конкуренції, А.Маршалл розробив теорію монополістичної конкуренції. На відміну від К.Маркса, він стверджував про неможливість існування на ринку конкуренції та монополізму одночасно, вважаючи останнє руйнівним для економіки.

Поведінкове трактування конкуренції класиками та неокласиками загалом не враховувало суперництва за можливість монополізувати економічні ресурси, ринкові сегменти, науково-технічні надбання тощо. Така однобічність призвела до трансформування даної концепції у структурну, яка сформувалась у кінці XIX – на початку XX ст. та знайшла відображення у роботах Е.Чемберліна [10], А.Курно [14], Дж.Робінсон [8]. Вони почали розглядати конкуренцію з точки зору аналізу і структурування ринку, визначення ринкових умов, прогнозування поведінки контрагентів. На відміну від структурної концепції, в рамках якої вживається безпосередньо категорія «конкуренція», поведінкове трактування, на думку сучасних вчених, тяжіє до терміну «суперництво», яке краще підкреслює його сутність. Увага в цій концепції конкуренції зміщується з боротьби суб'єктів господарювання на розподіл структури ринку. Важливим аспектом для суб'єктів господарювання стає визначення можливостей впливу конкретної бізнес-структури на сегменти ринку, ринкові ціни. Якщо можливість впливу відсутня, то має місце ринок досконалої конкуренції, а якщо існує – один з видів недосконалої ринкової структури. У цьому полягає принципова відмінність між поведінковим та структурним трактуваннями. Представники класичної школи досліджували досконалу конкуренцію як єдино можливий тип ринкових відносин, при якому роль окремих ринкових агентів за таких умов є мінімальною, в той час як при чистій конкуренції жоден суб'єкт господарювання не впливає на діяльність інших, тобто не може стати монопольним лідером на ринку.

Розширивши сутність конкуренції за рамки досконалої, представники структурного підходу до розуміння конкуренції дійшли висновку, що поняття



«суперництво» та «конкуренція» вже не є ідентичними. Суперництво обумовлює певну поведінку контрагентів на ринку, яка передбачає експансію ринкового сегменту та отримання лідируючого положення.

Е.Чемберлін [10] продовжив розвиток теорії монополістичної конкуренції. Метою діяльності ринкових суб'єктів він вбачав отримання контролю над ціною та попитом, який може бути досягнутий шляхом розширення асортименту, тобто диференціації продуктового ряду. Проте, на його думку, на кожного виробника продовжуватимуть впливати виробники товарів-замінників, причому взаємозалежність продуктів отримала назву монополістичної конкуренції [10]. За його висновками, монополія та конкуренція, які згідно з економічною теорією того часу були взаємовиключними поняттями, набувають характеру невід'ємності.

На думку Е.Чемберліна, ринок є комплексом елементів конкуренції та монополії, тобто незалежної сукупності суб'єктів господарювання, які вільно можуть входити на ринок, а також споживачів, які мають певні вподобання та готові платити більше за якісний товар. Виробник, маючи на меті отримання максимального прибутку, намагається запропонувати товар, який володіє унікальними характеристиками. Продукуючи такі вироби, суб'єкт господарювання стає монополістом у своєму сегменті. У такій ситуації, яку Е.Чемберлін назвав «монополією за диференціацією продукту», зростання ціни не завжди призводить до втрати споживачів, але в умовах чистої конкуренції така реакція була б однозначною. Під диференціацією товару мається на увазі не тільки якісно видозмінений продукт, а й умови післяпродажного обслуговування, дистрибуція, умови продажу. Так, можна стверджувати, що при диференціації продукту бізнес-агент є і конкурентом, і монополістом в певній мірі. Е.Чемберлін вважав, що не лише ціна визначає попит, а й реклама, стимулювання збуту, виділивши наступні три основні вектори монополістичної конкуренції: ціновий, рекламний та неціновий.

Таким чином, на думку Е.Чемберліна, ринок монополістичної конкуренції визначається трьома основними чинниками – ціною товару,

характеристиками товару та витратами на збут. Проте він не розглядав монополію на основі високої концентрації капіталу та виробництва, який досліджувала Дж. Робінсон.

У своїй роботі «Економічна теорія недосконалої конкуренції» [8]. Дж.Робінсон продовжила аналізувати діяльність ринку в умовах монополістичної конкуренції, яку вважала нерівноважним станом економіки. Вона стверджувала, що монополія є негативним явищем ринкового середовища, а досконалу конкуренцію віднесла до абстрактної, ідеальної категорії. При порівнянні діяльності суб'єктів господарювання в умовах досконалої та недосконалої конкуренції вона дійшла висновків, що великі ринкові агенти можуть встановлювати вищі ціни при чистій конкуренції. Дж.Робінсон розробила модель ціноутворення, довівши, що можливість змінювати ціну монополістами суперечить переконанням класичної економічної теорії – незалежності формування ціни. У цьому полягає відмінність поглядів Дж.Робінсон та Е.Чемберліна, який вважав монополістичну конкуренцію найефективнішим ринковим станом [12].

Значний внесок в розробку теорії олігополістичних та монополістичних моделей ринку зробили Ф. Еджуорт, Ф. Лернер, К. Віксель, Й. Шумпетер.

Й.Шумпетер [11] започаткував новий науково-методичний підхід до трактування конкуренції – функціональний. На його думку, в процесі суперництва старого укладу з новим, переході в якісно кращий стан, боротьба відбувається між суб'єктами господарювання, які шукають нові способи та шляхи вдосконалення виробництва. Завданням ринкових суб'єктів є впровадження нововведень, відхід від застарілих методів виробництва. Тільки за таких умов ринкові агенти досягнуть результатів у вигляді покращення конкурентних позицій на ринку серед інших виробників, які виробляють неякісну або застарілу продукцію. Ринок з побоюванням сприймає нові технології, а конкуренція сприяє прогресу, підвищенню якості продукції, зниженню витрат на виробництво. Ефективною конкуренцією Й.Шумпетер називав прагнення виготовити товар високої якості з найнижчими витратами з

метою отримання високого прибутку [11]. У цьому полягає значна відмінність пропонованого ним підходу до розуміння конкуренції від цінової конкуренції, поширеної на той час.

У межах функціонального підходу до розуміння конкуренції виокремлюються дві її основні функції – порівняльна та селективна. Перша полягає у порівнянні бізнес-структур між собою, мотивуванні їх діяльності, причому наслідком є покращення якості товару. Суб'єкти господарювання усвідомлюють, що споживачі мають можливість вибирати продукти, чим стимулюють виробників продукувати диференційований, якісний товар, який би забезпечував потреби та бажання. Селективна роль конкуренції передбачає виживання на ринку ринкових агентів, які мають сильні позиції на ринку та певні конкурентні переваги.

З іншої сторони, конкуренція знижує рівень доходів суб'єктів господарювання та є постійною потенціальною загрозою. Ринкові агенти перебувають в стані готовності до суперництва, відчують ризик настання банкрутства. Й.Шумпетер, як і К.Маркс, повернувся до єдності понять конкуренції та монополії, розуміючи останню як одну з форм суперництва.

Ф.Хайек розглядав конкуренцію у контексті відкриття нових знань. На його думку, інформація про ринок, можливості та перспективи не сконцентрована в одному місці, і для її отримання необхідно здійснювати пошук, застосовуючи власний професіоналізм та знання. Ф.Хайек вбачав отримання нового знання основною метою конкуренції, а прибуток – основною метою економічного агента. Він вважав, що процедура «відкриття» дає відомості про наявність та обсяг ресурсів, потреби покупців, їх місцезнаходження та ін.

Ф.Хайек допускав можливість існування монополій у двох випадках:

- коли суб'єкт господарювання володіє унікальною можливістю виробляти товар, який користується попитом, а ринок негативно сприймає нововведення (прибутки монополії є стимулом для активізації діяльності потенційних конкурентів);

- монополія є природнім явищем, коли вона виникає для навмисного послаблення конкуренції (монополія є загрозовою для економічного становища).

В сфері ціноутворення Ф.Хайек дещо реформував усталену систему формування ціни на товар. Він вважав, що цінність продукту для споживача залежить не тільки від цінності даного товару, а й від значущості інших товарів-замінників. На його думку, ціна залежить від цінностей як конкретного товару, так і всіх інших товарів, які споживає покупець. Таким чином, конкретний продукт конкурує з усіма іншими видами продуктів та послуг, що значно розширює межі конкурентної боротьби.

Й.Шумпетер та Ф.Хайек критикували досконалу модель ринку, вважаючи, що вона не відображає сутність конкуренції як такої.

Таким чином, період з кінця XIX – початку XX ст. відзначився значним розвитком теорії конкуренції. Саме в цей час сформувалися чотири моделі недосконалої конкуренції – монополія, досконала, монополістична та олігополістична конкуренція.

Сьогодні продовжується наукова робота в напрямку розробки ряду теорій конкуренції, які допомагають визначити умови та фактори ефективного суперництва для суб'єктів господарювання. Серед сучасних наукових шкіл виділяють декілька основних, які активно здійснюють розробки у цьому напрямку.

Перший з цих центрів – Гарвардська школа бізнесу, представники якої М.Портер, А.Чандлер, Дж.Макартур досліджують проблеми підвищення конкурентноздатності бізнес-структур та продукції, менеджменту в конкурентних умовах ринку [1].

Серед сучасних теоретичних розробок однією з найбільш значущих є концепція М.Портера. Він піддав критиці думку про те, що визначальним фактором конкурентоспроможності та перспективності суб'єкта господарювання є ринкова частка, виділивши чотири фактори – сили

конкуренції (рис. 1.4), а п'ятий фактор – суперництво – і вважав власне конкуренцією.

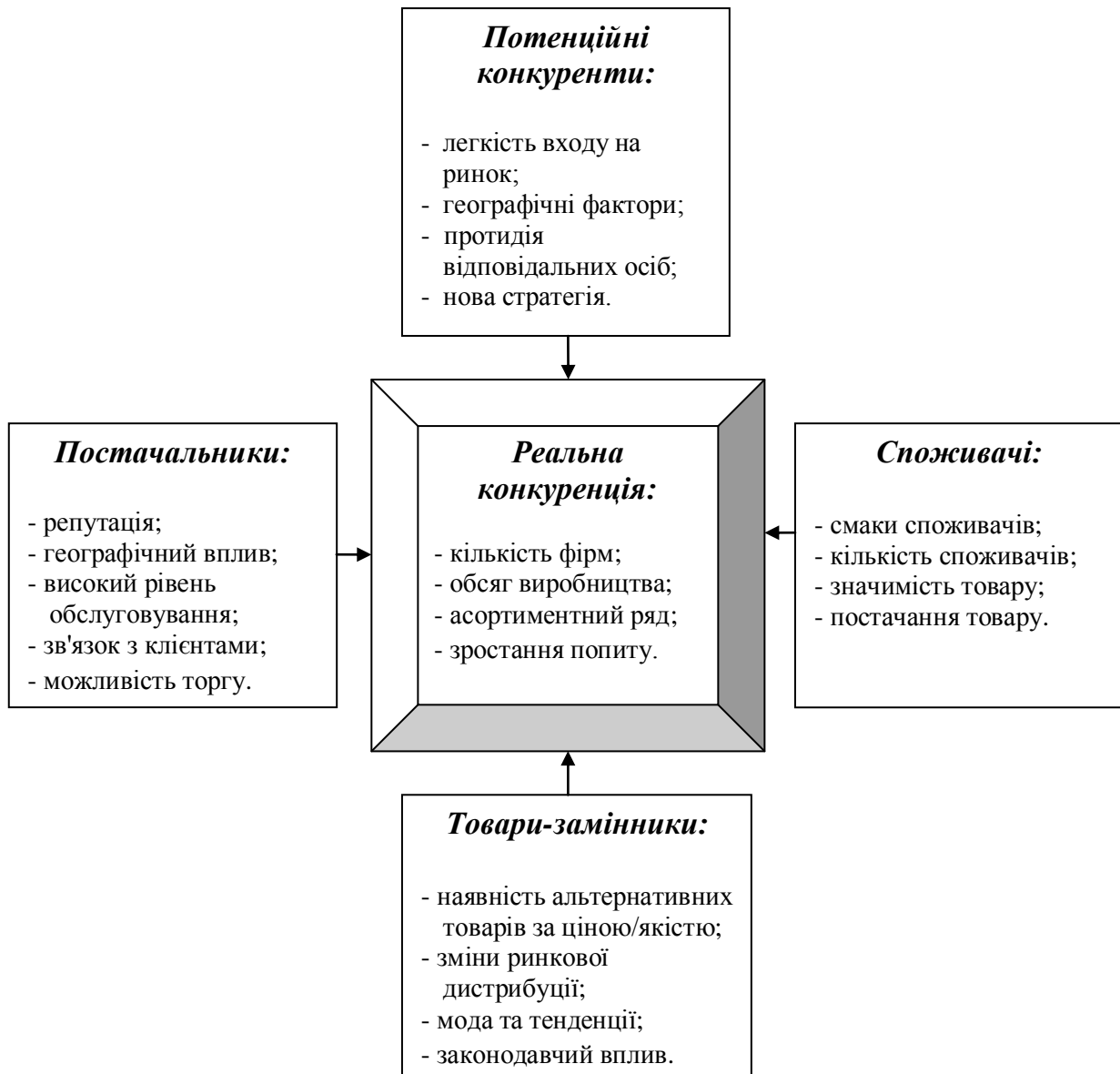


Рис. 1.4. Сили конкурентної позиції за М. Портером [6]

На думку М.Портера, сили конкуренції підвищують доходність бізнес-одиниці, оскільки вони здійснюють вплив на ціни, витрати та капітал, необхідний для укріплення конкурентної позиції. Він стверджує, що ризик появи нових економічних агентів в галузі послаблює потенціал бізнес-структури, оскільки конкурент претендує на частку ринку, а постачальники та споживачі торгуються, тим самим отримуючи свій дохід та підвищуючи витрати виробника. У свою чергу, товари-субститути встановлюють межі ціни

на товар: надто висока вартість змусить споживачів придбати інший продукт, який є дешевшим.

Він зауважує, що кожен з цих факторів необхідно враховувати при розробці стратегії діяльності суб'єкта господарювання, оскільки вони визначають його прибутковість. При послідовній стратегії, яка б відрізнялась від стратегії суперників, ринковий суб'єкт має можливість отримати вигідне становище на ринку.

Заслуговує уваги й інший науковий напрямок, представники якого розглядають конкуренцію на міжнародному рівні. Японські вчені Х.Кобоясі, Х.Такеучі, Т.Ногучі наголошують на необхідності кооперації національних суб'єктів господарювання з метою укріплення конкурентних позицій на світовому ринку. Вони роблять акцент на аналізі нецінових методів конкуренції при співробітництві та завоюванні нових ринків збуту. Відкритість національної економіки сприяла розвитку економічних відносин Японії та високій ефективності діяльності суб'єктів господарювання. На думку японських економістів, висока конкуренція стимулює розвиток виробництва та торгівлі, розкриває межі для інноваційної діяльності бізнес-структур. В європейських країнах дослідники також розглядають поведінку суб'єктів господарювання в умовах конкурентних економічних відносин. Продовжуючи дослідження конкурентних переваг ринкових агентів, економісти концентрують увагу на необхідності розробки конкурентної стратегії суб'єктів господарювання. Важливим аспектом аналізу вбачається розробка методів та моделей конкуренції.

Згідно іншого підходу, викладеного в роботі Г.Хемела та К.Прахада «Конкуренція для майбутнього», джерелом підвищення конкурентних позицій є інновації та так зване «інтелектуальне лідерство». Основою їх поглядів є розуміння інформації та знання як важливих конкурентних переваг суб'єктів господарювання. Вони стверджують, що посилюючи їх, ринкові агенти отримують можливість збільшити ефективність своєї діяльності, інноваційність виробництва чи надання послуг.

Одним з основних шляхів зростання конкурентних позицій суб'єктів господарювання вони вбачають здійснення нововведень, інвестування в інноваційний розвиток. В умовах жорсткої конкуренції це потребує великих інвестиційних вкладень протягом обмеженого періоду часу. Очевидно, що забезпеченість необхідними ресурсами у всіх суб'єктів господарювання є різною, тобто існує певна асиметричність. У наслідок цього розуміння конкуренції як суто «суперництва» зміщується до «кооперування» між бізнес-структурами в результаті нерівності можливостей. Суб'єкти господарювання вдаються до співпраці, коли один з них володіє більшим обсягом інформації, ресурсами або ефективністю, доповнюючи іншого та встановлюючи правила діяльності.

З такої точки зору розглянули конкуренцію вчені-економісти Гарвардського університету Б.Нейлбафф, Дж.Мур у середині 1990-х рр. На їх думку, сутність конкуренції полягає у співробітництві, а не суто в протистоянні. Розроблена ними теорія «спів-конкуренції» (співробітництво – конкуренція) передбачає, що під час реалізації економічної діяльності кожен з учасників може отримати вигоду, тобто наявність програвшої сторони є не обов'язковою. Взнявши за основу теорію ігор, А.Бранденбургер та Б.Нейлбафф вважали, що учасники конкурентних відносин можуть самі визначати тактику та стратегію діяльності, правила гри, масштаби, обсяги витрат кожної сторони. На їх думку, процес створення вартості на ринку охоплює чотири типи гравців – споживачів, постачальників, конкурентів та так званих «комплементаторів», тобто виробників товарів, які доповнюють продукцію або послуги конкретної бізнес-одиниці. Як вони зазначають, практична значущість таких контрагентів є очевидною з огляду на велику роль співробітництва та стратегічних альянсів. На рис. 1.5 продемонстровано взаємозалежність учасників ринкової діяльності, причому наголошується на рівнозначності впливу конкурентів та «комплементаторів» на процес формування ціни конкретного суб'єкта господарювання.

Дж.Мур у своїй роботі «Кінець конкуренції» [195] порівняв діяльність суб'єктів господарювання з діяльністю екологічних систем, яка ґрунтується не тільки на протистоянні та суперництві, а й на взаємозалежності.

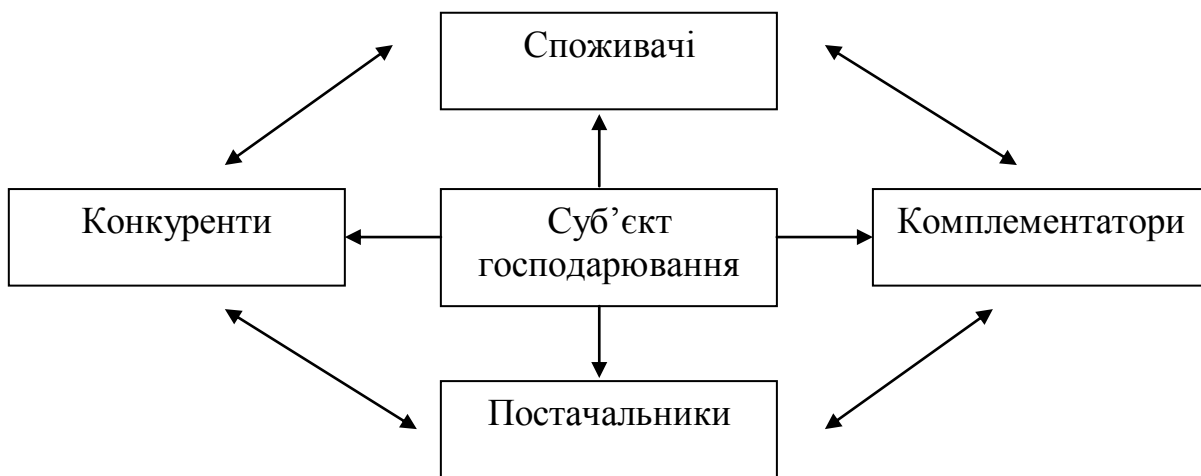


Рис. 1.5. Учасники конкурентного процесу за А.Брандербургером та Б.Нейлбаффом [13, с.17]

На його думку, суб'єкт господарювання повинен усвідомлювати себе елементом економічного середовища, співпрацювати з конкурентами на основі спільно розроблених стратегій та узгодження інтересів. Процес поєднання навколишнього середовища, еволюційного розвитку та конкуренції Дж.Мур назвав «коеволюцією», яка проходить декілька етапів розвитку:

1. Пошук ринкового сегменту, в якому діяльність суб'єкта господарювання буде ефективною.
2. Розширення діяльності за рахунок співпраці з постачальниками, клієнтами, каналами розподілу та іншими контрагентами.
3. Суперництво за отримання лідируючих позицій на ринку, поєднання співробітництва з боротьбою, що реалізується за рахунок впровадження нововведень, реструктуризації, заохочення клієнтів.
4. Розвиток кризи, пов'язаний зі «старінням» напрямку діяльності, необхідністю реформування, або оновлення діяльності.

**Висновки.** Протягом еволюції суспільно-економічних формацій поняття «конкуренція» зазнало суттєвого розвитку. Конкуренція є об'єктивно важливою



категорією сучасного ринку, яка трактується з точки зору трьох основних науково-методичних підходів – поведінкового, структурного та функціонального. Наразі розвиваються нові концепції ринкових конкурентних відносин, які вважались руйнівними до недавнього часу. Так, особливістю сучасного трактування конкуренції є поєднання суперництва та співробітництва суб'єктів господарювання, що є необхідною умовою у взаємозалежних умовах функціонування економіки. Конкуренція стає фактором створення нових продуктів та послуг, технологій, інновацій, направленим на задоволення існуючих та потенціальних потреб споживачів в межах національного та міжнародного простору.

### Література

1. Драчова Т. Трансформація теорії конкуренції / Т. Ю. Драчова // Коммунальное хозяйство городов. 2007. - № 75. - С.319–327
2. Кенэ Ф. Избранные экономические произведения / Ф. Кенэ. — М. : Соцэкгиз, 1960. – 496с.
3. Курский В. Устойчивость функционирования предприятий в конкурентной среде: прогнозирование и анализ / В. Курский, Л. Васин // Вопросы экономики – 2002. - №10 (94). – 29 С
4. Маркс К. Капитал. Критика политической экономии / К. Маркс. – М. : Terra – Книжный клуб. – 2009. – Т.1. –586
5. Маршалл А. Принципы экономической науки / А. Маршалл. – М. : Прогресс, 1993. –Т.3. – С. 72.
6. Портер М. Е. Конкурентное преимущество: Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость : пер. с англ. / М. Е. Портер. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2005. – 715 с.
7. Рикардо Д. Начала политической экономии и налогового обложения. Избранное / Д. Рикардо. – М. : Эксмо, 2009. – 960с.
8. Робинсон Дж. Экономическая теория несовершенной конкуренции / Дж. Робинсон. – М. : Прогресс, 1986. – 472 с.

9. Милль Дж. С. Основы политической экономии с некоторыми приложениями к социальной философии / Дж. С. Милль. – М. : Эксмо, 2007. – 1040 с.
10. Чемберлин Э. Теория монополистической конкуренции (реориентация теории стоимости) ; пер. с англ. / ред. Ю. Я. Ольсевич. – М. : Экономика, 1996. – 351 с
11. Шумпетер Й. Теория экономического развития (Исследование предпринимательской прибыли, капитала, кредита, процента и цикла конъюнктуры) : пер.с англ. — М. : Прогресс, 1982. — 455 с.
12. Ядгаров Я. С. История экономических учений : учебник для вузов / Я. С. Ядгаров. – 3-е издание. — М. : ИНФРА-М, 2000. - 320 с.
13. Brandenburger A. M. Co-opetition / A. M. Brandenburger, B. M. Nalebuff . – N.Y. : Doubleday, 2006. – 105 p.
14. Cournot A. A. Researches into the mathematical principles of the theory of wealth / A. A. Cournot. - New York, A.M. Kelley, 1960. – 213 p.