

МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ КОНКУРЕНЦІЇ, ЕВОЛЮЦІЯ ПОГЛЯДІВ

METHODOLOGICAL BASIS FOR DEFINITION OF COMPETITION, EVOLUTION OF VIEWS

УДК 339.137.2:330.8:001.82

Сидорченко Т.Ф.

к.е.н., доцент кафедри економіки,
підприємництва та фінансів
Бердянський державний педагогічний
університет

Ільїн О.С.

студент
Бердянський державний педагогічний
університет

Стаття присвячена дослідженню теоретичних аспектів конкуренції. Розглянуто історичний розвиток теорії конкуренції, досліджено питання еволюції конкуренції. Проаналізовано різні підходи до розуміння конкуренції, її основних видів та ролі в прискоренні економічного зростання. Встановлено, що конкуренція є невід'ємним атрибутом та основною рушійною силою ринкової економіки. Вдосконалено визначення поняття «конкуренція» відповідно до комплексного підходу.

Ключові слова: конкуренція, ринкова економіка, конкурентоспроможність підприємств, теоретичні концепції конкуренції, монополія.

Стаття посвящена исследованию теоретических аспектов конкуренции. Рассмотрено историческое развитие теории конкуренции, исследованы вопросы эволюции конкуренции. Проанализированы различные подходы к пониманию конкуренции, ее основных видов и роли в ускорении экономического роста. Установлено, что

конкуренция является неотъемлемым атрибутом и основной движущей силой рыночной экономики. Усовершенствовано определение понятия «конкуренция» в соответствии с комплексным подходом.

Ключевые слова: конкуренция, рыночная экономика, конкурентоспособность предприятий, теоретические концепции конкуренции, монополия.

The article is devoted to the research of theoretical aspects of competition. The article deals with the historical development of the theory of competition and investigates the issues of the competition evolution. Different approaches to understanding of competition, its main types and role in acceleration of economic growth are analyzed. It is established that competition is an integral attribute and the main driving force of a market economy. Improved definition of the concept of "competition" in accordance with the integrated approach.

Key words: competition, market economy, competitiveness of enterprises, theoretical concepts of competition, monopoly.

Постановка проблеми. Сьогодні, коли конкурентоспроможність є провідним фактором активізації ринкових ініціатив та практично перетворюється на елемент національної ідеї будь-якої країни, тема конкуренції стає надзвичайно актуальною. В умовах існування значної кількості різних наукових підходів особливого значення набуває дослідження еволюції поглядів на конкуренцію, оскільки саме таким шляхом можна систематизувати рекомендації щодо підвищення рівня конкурентоспроможності як окремого економічного суб'єкта, так і економіки країни загалом.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомий внесок у дослідження сутності та проявів конкуренції зробили такі зарубіжні вчені, як М. Портер, А. Сміт, К. Макконелл, С. Брю, Ф. Хаєк, Й. Шумпетер, які розробили фундаментальні положення теорії економічної конкуренції [6]. Проблеми конкуренції також досліджували такі українські та російські фахівці, як Г. Азоев, Р. Грецький, П. Пуцентейло, Ю. Хвесик, Ю. Юданов.

Постановка завдання. Метою статті є аналіз та узагальнення наявних теоретичних концепцій поняття конкуренції.

Виклад основного матеріалу дослідження. Необхідною умовою ефективного функціонування механізму саморегулювання ринкової економіки є конкуренція [1]. Вона є важливою рушійною силою розвитку ринкової економічної системи.

Незважаючи на те, що сьогодні немає загальноприйнятого визначення поняття «конкуренція»,

вчені одностайні в тому, що конкуренція є однією з найяскравіших відмінних рис бізнесу, двигуном економічного прогресу, механізмом саморегуляції ринкової економіки.

Конкуренція (від лат. «стикатися», «змагатися», «зіштовхуватись») – це суперництво між товаровиробниками за найбільш сприятливі, економічно вигідні умови виробництва та вигідну позицію на ринку. Конкуренція змушує суб'єктів підприємницької діяльності не зупинятись на досягнутому, а постійно самовдосконалюватися, знижувати витрати на виробництво, покращувати якість продукції (послуг), що пропонуються на ринку, підвищувати свою конкурентоспроможність.

У визначенні поняття «конкуренція» виділяються три основні підходи [2]. Перший визначає конкуренцію як елемент ринкового механізму, що дає змогу зрівноважити попит і пропозицію. Цей підхід характерний для класичної економічної теорії. Другий підхід визначає конкуренцію як критерій, за яким визначається тип галузевого ринку. Цей підхід ґрунтується на сучасній теорії морфології ринку. Третій підхід визначає конкуренцію як змагальність, суперництво на якомусь поприщі між окремими суб'єктами, зацікавленими в досягненні однакових цілей. Такий підхід характерний для маркетингової теорії та найбільш часто зустрічається серед вітчизняних авторів. Очевидно, що ці підходи до розгляду конкуренції доповнюють один одного, тому їх слід об'єднати в більш повне формулювання. Виходячи з вищесказаного,

визначимо поняття «конкуренція» та її основні особливості.

Конкуренція – багатоаспектне поняття, яке доцільно визначити як суперництво між виробниками товарів та послуг за ринок збуту, завоювання певного сегменту ринку за рахунок здобуття й реалізації найвигідніших умов виробництва та збуту товарів і послуг в процесі управління своїми конкурентними перевагами задля збільшення прибутку та розширення масштабів діяльності.

Відносини конкуренції виникли одночасно з ринковими відносинами, але перші теоретичні положення конкурентної боротьби були сформульовані лише в середині XVIII ст. Протягом тривалого часу конкуренція розглядалась лише як певний атрибут ринку [4]. Пройшло не одне століття до того, як економічна думка визначила конкуренцію головним механізмом функціонування ринкової економіки як складну систему товарного господарства.

Конкуренція виникла через зіткнення інтересів товаровиробників, які прагнули досягнути однієї і тієї ж мети, що полягала в отриманні доходу. Таке зіткнення неминуче, оскільки породжене об'єктивними умовами реальної економічної діяльності, а саме наявністю великої кількості дрібних виробників, обмеженістю виробничих ресурсів та платоспроможного попиту. Крім того, не маючи можливості перемогти в конкурентній боротьбі шляхом зниження витрат виробництва (в умовах нерозвиненості системи технічних нововведень), підприємства були змушені використовувати інші методи впливу на конкуренцію (обмеження на професійну діяльність, заборона ввозу товарів тощо), що, відповідно, впливало на сутність поняття «конкуренція» [5].

Вперше конкуренцію досліджував фізіократ Анн Робер Жак Тюрго. Вчений, описуючи систему зародження нових економічних відносин, вказував на корисний вплив конкуренції як на покупців, так і на товаровиробників.

А. Тюрго вважав конкуренцію головною силою, яка встановлює ринкову ціну на певному «природному» рівні. Згодом ця теорія була розвинута Адамом Смітом.

А. Сміт визначив основний принцип, що лежить в основі конкурентних відносин, а саме принцип «невидимої руки» [7]. Кожен підприємець, задовольняючи власні інтереси, одночасно реалізує суспільні, адже саме конкуренція «змушує» підприємця контролювати ціни, підвищувати якість товару, щоби зберігати конкурентоспроможність. У працях Адама Сміта конкуренція виступає як сила, що повертає ринок через механізм взаємодії попиту та пропозиції в певну рівновагу, до формування природної ціни, а саме ціни вільної конкуренції. Отже, вчений сформулював теоретичні основи моделі досконалої конкуренції, що повністю виключають цілеспрямований контроль

ринкових процесів. Координуючим елементом в його теоретичних положеннях виступає цінова система в децентралізованій економіці. З еволюцією економіки частина висновків науковця втратила свою актуальність, однак його аргументи щодо ефективності вільної конкуренції залишаються дієвими, а економічним базисом для націй є ринкова система господарювання.

Наукові ідеї А. Сміта про роль конкуренції розвинув Д. Рікардо [8], що був прихильником концепції економічного лібералізму, яка не допускає державного втручання в економіку, відстоює економічні свободи в різних їх проявах. Вчений, розвиваючи ідею цінового регулювання ринку за допомогою конкуренції, зазначає, що, «говорячи про товари, їх мінову вартість і закони, що регулюють їх відносні ціни, ми завжди маємо на увазі тільки ті товари, кількість яких може бути збільшено людською працею і у виробництві яких діє конкуренція, яка не піддана ніяким обмеженням». Ціни на ринку формуються тільки під дією попиту та пропозиції в результаті конкурентної боротьби. На думку науковця, після того, як всі учасники ринку отримують інформацію про ціни та обсяг виробництва, вони відсторонюються від активної діяльності. Фірми будують свою виробничу стратегію на основі якісно-цінових матриць, мінімізуючи витрати виробництва та реалізацію продукції. Вирішальну роль у встановленні балансу цін відіграє конкуренція.

Наукові розробки Адама Сміта та Давіда Рікардо отримали розвиток у працях Антуана Огюстена Курно. Він вважав, що конкуренція базується на тому, що покупці встановлюють ціни, а продавці пристосовують обсяг випущеного товару до визначеного рівня цін. Використовуючи математичний аналіз, вчений довів, що за монополії ціна товару значно вища за ту, яка за тих же умов встановилася б на конкурентному ринку. Автор вважав, що перевищення ціни за монополії зумовлене скороченням пропозиції. Отже, Антуан Огюстен Курно виявив взаємозв'язок конкуренції та процесу ціноутворення на ринку, що дало потужний поштовх еволюції поглядів у розвитку конкурентних процесів.

К. Маркс та Ф. Енгельс найбільшу увагу приділили пошуку причин появи конкуренції та визначенню етапів її розвитку. К. Маркс описував механізм конкуренції таким чином: «Конкуренція встановлює однакову ринкову вартість і ринкові ціни із різних індивідуальних вартостей товару. Тільки конкуренція капіталів в різних галузях виробництва створює ціну виробництва, яка вирівнює норму прибутку» [9]. У своєму трактаті «Капітал» К. Маркс визначив дві основні форми конкурентної боротьби, а саме внутрішньогалузеву (за вплив та місце на ринку) та міжгалузеву (за найбільш прибуткові сфери перекладання

капіталу). Він вказував на те, що на внутрішньогалузевому рівні конкурентна боротьба спонукає до підвищення продуктивності праці, застосування досконалішої техніки, збільшення виробництва, зниження витрат. Учений також зазначав, що вільна конкуренція породжує концентрацію та централізацію виробництва й капіталу, що, зрештою, приводить до утворення монополій.

Вітчизняний вчений М. Туган-Барановський розумів під конкуренцією в галузі господарства суперництво декількох осіб в досягненні однієї і тієї ж мети. Конкуренти, на думку вченого, намагаються витіснити один одного, захопити у своє володіння ті чи інші господарські блага, тому конкуренція завжди має характер боротьби.

Економіка кінця XIX ст. розглядалась вченими-економістами як ринок досконалої конкуренції, тобто ринок однорідних товарів, продавці та покупці на якому діють раціонально, володіють всією економічною інформацією, мають свободу дій та пересування. Тоді ідеї цінового регулювання привернули увагу багатьох економістів. А. Маршалл вперше в економічній науці почав критикувати умовності моделі вільної конкуренції та вказав на важливість нецінових методів конкурентного змагання. Дослідження А. Маршаллом конкуренції безпосередньо пов'язане з його теорією ринку. Вчений сформулював механізм автоматичного встановлення рівноваги на ринку за допомогою досконалої конкуренції та дії законів граничної корисності й граничної продуктивності, науково обґрунтував сутність конкуренції. На його думку, зміст конкуренції полягає у змаганні однієї людини з іншою, особливо під час продажу або купівлі чогось [10]. Досліджуючи розвиток конкуренції, вчений відкриває два підходи, а саме статичний (з точки зору ринкової рівноваги) та динамічний (щодо можливостей ринкового розвитку). З еволюцією економічної науки ці підходи перетворились на дві принципово протилежні теоретичні течії конкуренції. Перша пов'язана з розвитком теорії досконалої конкуренції, друга – з розвитком теорії монополістичної конкуренції, яка була розроблена на початку XX ст.

Американський економіст Дж.Б. Кларк розглядав статичний стан економіки, тобто ідеальний розподіл елементів суспільства під впливом конкуренції. Вчений вважав, що при цьому виконується умова абсолютної мобільності факторів виробництва. Дж.Б. Кларк стверджував, що тільки ті підприємства можуть витримувати конкуренцію, які ефективно використовують всі виробничі елементи. Конкуренція приводить до того, що підприємство, яке має сучасне обладнання та ставить перед собою цілі отримання прибутку, працює впродовж довгого часу, а підприємства, не спроможні на це, гинуть.

Таким чином, сутність досконалої конкуренції була визначена як теорія поведінки продавців в

умовах, коли вони не можуть впливати на ринкову ціну. Теорія досконалої конкуренції збагатилась наявним у неї інструментарієм, що складається зі сформульованих умов функціонування досконалої конкуренції, визначених об'єктів та суб'єктів конкуренції, виявленої ролі та значення конкуренції в процесі ціноутворення та функціонування економіки. Однак концентрація виробництва та централізація капіталу внесли суттєві корективи наукових поглядів провідних вчених-економістів. Вплив монополій та олігополій став посилюватись, що привело до перегляду загальноновизнаних економічних постулатів. Особливий критиці піддавались положення про автоматичну дію механізму цін та механізму ринкової рівноваги через незалежні конкурентні дії фірми. Отже, подальший розвиток теорії конкуренції був пов'язаний з проблемами, які раніше не розглядалися як предмет дослідження. До таких можна віднести проблеми зміни сутності конкуренції в умовах створення великих монополітичних компаній, використання інновацій, прискорення економічних процесів.

Американський економіст Е. Чемберлін запропонував низку нових підходів до вирішення проблеми конкуренції на ринку. Замість поняття «досконала конкуренція» вчений вводить поняття «чиста конкуренція», зазначаючи, що вона існує на ринку тоді, коли наявні велика кількість продавців та однорідний продукт. Він вважає «чисту» конкуренцію абстракцією. На думку вченого, навіть за великої кількості виробників та продавців певного виду товару кожен з них пропонує покупцю особливий товар. Таку ситуацію на ринку вчений називає диференціацією продукту, що означає виділення товару фірми (за допомогою певних функціональних чи інших характеристик) з інших товарів цього класу. Таким чином, ринки окремих продавців не зливаються в один, як в разі «чистої» конкуренції, а утворюють мережу взаємопов'язаних ринків окремих продавців. При цьому наявні риси як конкуренції (велика кількість продавців та покупців, вільний вхід і вихід фірм з галузі), так і монополії (у вигляді певного впливу на ціну товару). Вчений називає таку ринкову ситуацію «конкуруючих монополістів» монополістичною конкуренцією.

Внесок у розвиток теорії конкуренції Е. Чемберліна полягає у введенні в економічну науку поняття «монополістична конкуренція» [11]. Це виявилось викликом традиціям, які склались, згідно з якими монополія та конкуренція є поняттями, що виключають одне одного. Суттєвими є судження вченого про нецінові методи конкуренції (якість товару, обслуговування споживача, реклама), яким він надавав визначального значення за монополістичної конкуренції. Концепція диференціації продукту Е. Чемберліна поклала основу сучасній стратегії маркетингу.

Значний внесок у теорію недосконалої конкуренції зробила англійський економіст Дж. Робін-

сон. Вчений зазначає, що в досконалій конкуренції окремих продавців є монополістом, а за недосконалої конкуренції кількість товару на ринку зменшується, внаслідок чого зростають ціни, що веде до збільшення монопольного прибутку та порушує закони ринку. Монополіст має можливість поділити ринки свого товару на окремі сегменти, призначивши для кожного з них таку ціну, щоб загальний прибуток виявився максимальним. Дж. Робінсон вважала, що продаж за різними цінами однієї і тієї ж продукції, виготовленої одним виробником, різним покупцям – це цінова дискримінація. На думку Дж. Робінсон, маневрування цінами є характерною рисою монополістичної політики, спрямованої, з одного боку, на гнучкі пристосування до диференційних ринкових сегментів та змінних умов кон'юнктури, а з іншого боку, на розширення та створення нових ринків за допомогою механізму цін. Вирішення цієї проблеми Дж. Робінсон бачить у втручанні держави. Вирішальною умовою монопольної влади товару Дж. Робінсон, як і Е. Чемберлін, вважала диференціацію. Однак Е. Чемберлін відносив монополістичну конкуренцію до однієї з характеристик ринку в стані рівноваги, а для Дж. Робінсон це означало насамперед порушення та втрату нормальної рівноваги конкуренції в господарській системі. Концепції Е. Чемберліна і Дж. Робінсон стали важливим етапом розвитку теорії недосконалої конкуренції. Вчені першими визначили головні проблеми розвитку конкуренції та запропонували свої шляхи для їх вирішення в нових умовах.

Інший підхід до вивчення проблем конкуренції визначається у функціональному трактуванні поняття конкуренції, основна мета якого полягає в дослідженні конкуренції в динамічній економіці. Австрійський економіст Й. Шумпетер проаналізував вплив впровадження інновацій на сутність конкуренції. Вчений стверджував, що в реальності на ринках існує так званий гібрид моделей «чистої монополії» та «чистої конкуренції». З одного боку, намагання завоювати монопольні позиції є основним стимулом конкуренції, а з іншого боку, монопольна влада породжує конкуренцію, оскільки галузі, які отримують монопольний прибуток, приваблюють інших виробників. Відповідно, монополія стає потужним стимулом загострення конкуренції. Взаємодія сил монополії та конкуренції, на думку вченого, пришвидшує науково-технічний прогрес та приводить до ефективної конкуренції на новому рівні. Нововведення стають основою конкуренції нового типу, яка пришвидшує економічні процеси.

В тому ж напрямі працював відомий послідовник австрійської економічної школи Ф. Хайєк, розглядаючи конкурентну діяльність як процес, що постійно розвивається [12]. Динамічний конкурентний механізм створюється, на його думку, макси-

мально вільною діяльністю індивідів, як наслідок, стає умовою суспільного прогресу. Він вважав, що в процесі конкуренції відкриваються невикористані можливості більш ефективного виробництва товарів, нові, раніше не застосовувані технології, знання, методи ведення підприємницької діяльності чи переваг, які ще не були відкритими для суспільства. Конкуренція як процедура відкриття дає змогу використовувати альтернативні методи організації суспільства. Вчений стверджував, що держава не повинна заважати розвитку конкуренції, стримуючи виробництво. Виробляти має усе, що може бути виготовлене, та продаватися за ціною, яку міг призначити не продавець цього товару.

Зі зростанням ролі монополій та нестабільності ринкової системи з'явилась потреба перегляду доктрини саморегулювання ринку. Необхідність державного втручання спричинила структурну перебудову економік провідних країн світу, багато з яких переживали погіршення економічних показників. Велика заслуга у дослідженнях в цій галузі належить англійському економісту Дж.М. Кейнсу. Вчений сформував новий напрям економічної думки, а саме відносну нестабільність ринкової економіки та необхідність її державного регулювання. Вчений відмовляється від деяких постулатів неокласичного вчення, особливо від розгляду ринку як ідеального саморегульованого механізму. В кейнсіанській теорії головним фактором господарської активності є наявність недостатнього попиту на товарних ринках. Недостатність попиту приводить до зменшення випуску та зростання безробіття. Особливе значення в теорії приділяється процесам інвестування капіталу, що стимулюють попит. Капіталовкладення в галузь приваблюють підприємства та робочу силу. Дж.М. Кейнс вказував на те, що є низка факторів, які гальмують інвестиційний процес, у зв'язку з чим необхідне втручання держави через ринкові механізми капіталовкладення. У розвинутих країнах кейнсіанство стало основою формування механізму регулювання економічних процесів, тобто оптимального співвідношення ринкової конкуренції, впливу великих корпорацій та централізованого державного механізму впливу на економіку. Такі положення багато в чому визначали роль економічної політики як засобу виходу з кризи під час вирішення господарських проблем.

Дж.К. Гелбрейт підтримує регулювання конкурентних відносин. На його думку, необхідно не забувати про наявність великих корпорацій, їх роль в економічному розвитку, а також спосіб існування та функціонування. Вчений пропонує модифікувати неокласичну модель для того, щоб включити випадки, коли ринки поділені між кількома великими виробниками. Проміжне положення між конкуренцією багатьох і монополією однієї фірми стала займати олігополія декількох фірм. Оліго-

поля була визнана нормальною формою ринкової організації, чого не було раніше. Особливе значення Дж.К. Гелбрейт надавав ролі організації виробництва. Він вважав транснаціональні корпорації (ТНК) найбільш ефективною формою взаємодії компанії зі своїми іноземними конкурентами. Дж.К. Гелбрейт доводив необхідність здійснення контролю над ринком для організації складного виробництва, яке потребує спільної роботи великої кількості працівників, а також для вдосконалення науково-технічного розвитку.

Представник неоавстрійської школи Л. Мізес критикував роль монополій в розвитку економіки та концепцію виробників-монополістів. Останні, на його думку, підтримують ціни на високому рівні та отримують значні прибутки, чим спричиняють погіршення життєвого рівня населення. При цьому він відводить значне місце ролі конкуренції в розвитку виробництва навіть з урахуванням наявності монополії. На думку Л. Мізеса, монополія, яка приносить високий прибуток у виробництві, стимулює утворення конкуруючих фірм, суперництво яких руйнує монополію, відновлює ціни та прибуток на загальному рівні.

Особливість розвитку теорії конкуренції кінця ХХ – початку ХХІ ст. полягає в практичній адаптації законів конкуренції в господарській діяльності [3].

Провідним спеціалістом галузі конкурентної стратегії та міжнародної конкурентоспроможності є американський науковець М. Портер. Широко відомою є його точка зору, що «конкуренція – це не рівновага, а постійні зміни». Вчений констатує посилення конкуренції в економіці останніх десятиліть, стверджуючи, що саме конкуренція є найважливішим фактором економічного зростання в розвинутих країнах. Досліджуючи особливості економік країн та компаній, вчений виявив методику досягнення ними лідируючих позицій. На його думку, для успішного ведення конкурентної боротьби господарському суб'єкту необхідно сформувати конкурентну стратегію, мета якої полягає в забезпеченні переваги над конкурентами через виявлення конкурентних переваг та закріплення їх в довгостроковому періоді. Одним з найефективніших методів отримання конкурентних переваг компанії є використання інновацій. На думку науковця, компанії отримують можливості, які дають змогу обслуговувати принципово нові сегменти ринку. Після досягнення конкурентних переваг за допомогою нововведень компанія здатна їх утримувати, постійно розвиваючи інноваційну сферу. М. Портер зазначає, що єдиною можливістю втримати завойовані конкурентні переваги є їх постійне вдосконалення.

Г. Хамел і К. Прахалад досліджували теоретичні та практичні особливості конкурентної поведінки компаній, які не тільки прагнуть зберегти свої лідируючі позиції, але й докладають максимальних зусиль

для «проникнення» на майбутні ринки. Одним з основних методів досягнення цього є формування в компаніях «ключових компетенцій», що дають їм конкурентну перевагу та інтелектуальне лідерство.

Під компетенціями вчені розуміли синтез знань та навиків, які наявні в усіх підрозділах фірми. Для того щоби створити ключову компетенцію, навиків та вміння мають бути унікальними. Г. Хамел і К. Прахалад відкрили значення основних інструментів конкурентної стратегії в боротьбі за майбутні ринки. Їх заслугою є те, що вони, узагальнюючи знання про роль конкуренції, розробили концепцію боротьби за лідерство в новому ринковому середовищі.

Новий підхід до розроблення конкурентної стратегії розробив Дж.Ф. Мур. Вчений зазначав, що всі підприємства можуть досягнути суттєвих фінансових результатів, якщо їх товари та послуги будуть ефективнішими, ніж у інших компаніях. Однак для здійснення інновації необхідні партнери-споживачі та партнери-постачальники. Чим радикальніше інновація, тим більше, глибше та ширше мають бути задіяні інші гравці, особливо покупці. Результатом такої діяльності є створення мережі організацій, об'єднаних загальною ідеєю реалізації інновацій. На його думку, така кооперація не менш важлива, ніж конкуренція. Дж.Ф. Мур провів аналогію між природним середовищем та бізнес-середовищем, розвиток яких відбувається через боротьбу, співробітництво, взаємозалежність, де об'єднуються еволюція та конкуренція («кoeволюція»). Замість того, щоби концентрувати свої зусилля на вузькому розумінні конкуренції, необхідно акцентуватись на створенні власного конкурентного середовища та намагатись відігравати в ньому провідну роль.

Ч. Кім та Р. Моборн у книзі «Стратегія голубого океану» поділяють ринок на «червоні океани» та «голубі океани». Під першими вчені розуміють всі наявні галузі на ринку, а другі визначають як ті, яких сьогодні немає. Вчені зазначають, що в умовах, коли в різних галузях економіки пропозиція починає перевищувати попит, боротьба за частку ринку вже не є достатньою для забезпечення стійкого зростання. Незважаючи на те, що «червоні океани» завжди будуть залишатись фактом ділового життя, для подальшого розвитку та отримання нового прибутку компаніям необхідно створювати «голубі океани». Заповнення незайнятих ділянок ринку вимагає творчого підходу та дає можливість отримати високий прибуток, відсторонюючись від насиченої конкурентної боротьби.

Таким чином, сучасні концепції конкуренції все більше ґрунтуються на розумінні сутності конкуренції як процесу управління конкурентними перевагами в ринковому середовищі. Інновації забезпечують найстійкіші конкурентні переваги та застосовуються в усіх сферах діяльності. Стра-

тегічна поведінка компанії спирається більшою мірою на співробітництво в бізнесі або на уникнення відкритої конкурентної боротьби.

Висновки з проведеного дослідження. Отже, слід виділити три основні підходи до визначення поняття «конкуренція». Перший визначає конкуренцію як елемент ринкового механізму, що дає змогу врівноважити попит і пропозицію. Цей підхід характерний для класичної економічної теорії. Другий підхід визначає конкуренцію як критерій, за яким визначається тип галузевого ринку. Він ґрунтується на сучасній теорії морфології ринку. Третій підхід визначає конкуренцію як змагальність, суперництво на якомусь терені між окремими суб'єктами, зацікавленими в досягненні однакових цілей.

Узагальнюючи напрацювання вітчизняних та зарубіжних вчених у різні історичні періоди, можемо зробити висновок, що представники різних економічних шкіл та напрямів розглядають конкуренцію та монополію в контексті тих соціально-економічних процесів, які переважали в сучасну їм епоху. При цьому кожний методологічний підхід має свої сильні й слабкі сторони, вирізняючись оригінальністю поглядів на конкуренцію, а також містить судження, які досі не втратили своєї актуальності.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Близнюк С., Остапенко А. Конкурентний потенціал підприємництва як категорія сучасних економічних досліджень. Інвестиції: практика та досвід. 2011. № 7. С. 41–42.
2. Гвічія Г. Роль і значення конкуренції в ринковій економіці. Санкт-Петербург: вид-во Санкт-Петербурзького держ. ун-ту економіки та фінансів, 2004.
3. Дикань В., Пономарьова Т. Методичні підходи до оцінки конкурентоспроможності підприємства. Вісник економіки транспорту і промисловості. 2011. Вип. 36. 105 с.
4. Должанський І., Загорна Т. Конкуренція. Київ: Центр навчальної літератури, 2006. 384с.
5. Медведєв Г. Конкуренція: сутність, методи, стратегії. Москва: Дашков і Ко, 2005.
6. Портер М. Международная конкуренция. Москва: Международные отношения, 2004. 495 с.
7. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. Москва: Соцэкгиз, 1962. 684 с.
8. Рикардо Д. Сочинения. Т. 2. Начала политической экономии и податного обложения. Москва: Огиз Соцэкгиз, 1935. 295 с.
9. Маркс К., Энгельс Ф. Капитал. Москва, 1981. 629 с.
10. Маршалл А. Принципы экономической науки / пер. с англ. Москва: Прогресс, 1993. Т. 1. 416 с.
11. Чемберлин Э. Теория монополистической конкуренции (реориентация теории стоимости) / пер. с англ., под ред. Ю. Ольсевича. Москва: Экономика, 1996. 351 с.
12. Хайек Ф. Конкуренция как процедура открытия / пер. с англ. Москва: Мировая экономика и международные отношения, 1989. № 12. 14 с.

REFERENCES:

1. Bliznyuk S., Ostapenko A. Competitive business potential as a category of modern economic research / S. Bliznyuk, A. Ostapenko / Investments: practice and experience. – 2011. – № 7. – S. 41–42.
2. Gvichiy G. The role and importance of competition in a market economy. St. Petersburg: View of St. Petersburg. state University of Economics and Finance, 2004.
3. Dikan V. Methodical Approaches to the Assessment of the Competitiveness of the Enterprise / V. Dikan, T. Ponomariov // Bulletin of the Economy of Transport and Industry. – 2011. – Vip. 36. – 105 p.
4. Dolzhansky I. Competition / I. Dolzhansky, T. High. – K.: Center for Educational Literature, 2006. – 384 p.
5. Medvedev G. Competition: essence, methods, strategies. – Moscow: Dashkov and Ko, 2005.
6. Porter M. International Competition / M. Porter. – M.: International relations, 2004. – 495 p.
7. Smith A. Research on the nature and causes of the wealth of nations / A. Smit. – M.: Sotsekgiz, 1962. – 684 p.
8. Ricardo D. Works. Volume II. The beginnings of political economy and taxation / D. Ricardo. – M.: Ogiz Sotsekgiz, 1935. – 295 p.
9. Marx K. Capital / K. Marx, F. Engels. – M., 1981. – 629 p.
10. Marshall A. Principles of economic science. / A. Marshall; trans. s English. – M.: Progress, 1993. – T. 1. – 416 p.
11. Chamberlin E. The theory of monopolistic competition (reorientation of the theory of value) / E. Chamberlin; trans. from English / ed. Yu. Olsevich. – Moscow: Economics, 1996. – 351 p.
12. Hayek F. Competition as a discovery procedure / F. Hayek; translation from English. – M.: The World Economy and International Relations. – 1989. – № 12. – 14 p.

Sydorchenko T.F.Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Senior Lecturer at Department of Economics, Entrepreneurship and Finance
Berdyansk State Pedagogical University**Il'jin O.S.**Student
Berdyansk State Pedagogical University**METHODOLOGICAL BASIS FOR DEFINITION OF COMPETITION, EVOLUTION OF VIEWS**

The variability of the economic environment in the context of the development of dynamic market processes creates the need to consider issues related to the emergence of the main features of the market existence - competition and competitiveness. The article deals with the historical development of the theory of competition and investigates the issues of the competition evolution. Competition is examined as a key driving force and basis for economic development, and the improvement of technologies and means of production used in the process of production. Where the competition exists, there is a need to develop special techniques and means of preserving its place in the market or gaining new market segments.

For a long period of time the competition theory has attracted the attention of a large part of researchers, but there is a need to generalize and distinguish the main provisions of their research results. Competitive relations research is based on theoretical justification and practical experience accumulated as a result of the evolution of forms and methods of competition.

At each stage of the study, the concept of "competition", the definition was increasingly refined and detailed. Each scientist tried to justify his understanding of this category. Therefore, for a more complete understanding the essence of competition, one must analyze the diversity of views of different scholars from the beginning to present. There was found that the ability of competition for the evolution is a positive trend in the national economy, as it will become favorable factor for the comprehensive development of modern infrastructure to ensure the development of economy sectors, the implementation of further innovation and investment transformations in the areas of financial and economic effectiveness of business entities in the country. It is established that competition is an integral attribute and the main driving force of a market economy.