

який за динамічності кон'юнктури товарного ринку здатний забезпечити безперебійну роботу підприємства і максимально задовольнити потреби споживачів. Внесені нами пропозиції щодо використання імітаційного аналізу в управлінні рухом товарів на підприємствах роздрібною торгівлі дозволять:

- покращити методологічну базу аналізу товарних запасів;
- виявляти закономірність зміни попиту покупців протягом року за окремими групами товарів;
- в оперативному порядку визначати оптимальні обсяги закупок товарів;
- своєчасно виявляти резерви прискорення товарооборотності товарної маси в цілому і в розрізі окремих товарних груп.

#### *Список літератури*

1. Бажин, И. И. Информационные системы менеджмента [Текст] / И. И. Бажин. – М.: ГУ-ВШЭ, 2000. – 688 с.
2. Емельянов, А. А. Имитационное моделирование экономических процессов [Текст] : учебное пособие / А. А. Емельянов, Е. А. Власова, Р.В. Дума ; под ред. А. А. Емельянова. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 368 с.
3. Рудницький, В. С. Імітаційне моделювання в аудиті [Текст] / В.С. Рудницький // Удосконалення обліку, аналізу, аудиту і звітності у сучасних умовах глобалізаційних процесів у світовій економіці: перша міжнар. науково-практ. конф. 26-28 квітня 2010 р. : [матеріали] . – Ужгород : УжНУ, 2010. – С. 258–261.

Отримано 30.03.2011. ХДУХТ, Харків.

© Т.О. Сідорова, Н.Б. Кащена, О.В. Цуканова, 2011.

УДК 339.137.2

**Т.В. Андросова**, канд. екон. наук, проф.

**О.Ю. Ляшенко**, асист.

### **КОНКУРЕНЦІЯ ЯК ЕКОНОМІЧНА КАТЕГОРІЯ РИНКОВОГО ГОСПОДАРЮВАННЯ**

*Систематизовано теоретичні підходи до визначення конкуренції; розкрито сутність поняття «конкуренція» в контексті сучасних умов розвитку економіки.*

*Систематизированы теоретические подходы к определению конкуренции; раскрыта сущность понятия «конкуренция» в контексте современных условий развития экономики.*

*Theoretical approaches to the competition definition are systematized; the essence of the concept «competition» in the of modern current conditions of development of economy is opened.*

**Постановка проблеми у загальному вигляді.** В умовах нестабільного розвитку економіки України велика кількість підприємств практично всіх сфер підприємницької діяльності потрапили під вплив кризових явищ. Сьогодні підприємство може успішно протистояти негативному впливу, забезпечувати свій розвиток лише за наявності стійких конкурентних переваг. Конкурентні переваги виникають там і тоді, де виникає і розвивається конкуренція.

Світова практика ведення бізнесу та дослідження багатьох економістів цілком переконливо доводять, що конкуренція є рушійною силою розвитку суспільства, головним інструментом ефективного використання ресурсів, підвищення якості товарів та послуг, рівня життя населення. Конкуренція, з одного боку, загострює виробничі та ринкові відносини, а, з іншого – виступає у ролі стихійного регулятора суспільного виробництва та підвищує ефективність господарської діяльності. Значущість конкуренції важко переоцінити, оскільки нічим не стримувана взаємодія конкуруючих сил зумовлює оптимальний розподіл економічних ресурсів, максимально низькі ціни та високу якість, водночас із цим створює умови, що сприятимуть збереженню демократичних, політичних і соціальних інституцій [5].

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Вагомий внесок у дослідження сутності конкуренції та теорії конкурентних переваг зробили класики економічної теорії А. Сміт і Д. Рікардо.

Сучасними дослідниками природи і форм конкуренції, конкурентного середовища та конкурентоспроможності суб'єктів господарювання є американські вчені П. Друкер, Ф. Котлер, М. Портер, С. Чемберлен, В. Нордгауз, П. Хейне, англійські науковці Дж. Мілль, А. Маршалл, Й. Шумпетер, Дж. Робінсон, серед російських вчених слід виділити Г. Азоева, Р. Фатхутдінова, А. Юданова, А. Челенкова, а також українських учених С. Квасюка, О. Білорус, С. Светунькова, М. Чорну, В. Гросул, О. Чернегу, О. Шнипко, які займаються дослідженнями формування конкурентного середовища і систем управління конкурентоспроможністю торговельних підприємств.

**Мета та завдання статті.** Узагальнити теоретичні положення та розкрити економічну сутність поняття «конкуренція».

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Категорія «конкуренція» належить до універсальних, оскільки використовується для пізнання сутності функціонування людини (та інших живих істот) і досліджується філософією, медициною, біологією, економічною нау-

кою, психологією, правознавством та іншими галузями знань. Проте простоту цієї категорії та очевидність форм її прояву варто сприймати як поверховий погляд на природу конкуренції. Дослідження генезису та еволюції відносин конкуренції засвідчує різноманітність підходів до виявлення і трактування її сутності та виокремлення форм, причому поява нових дефініцій обумовлюється проявами нових ознак економічного розвитку.

Перші найбільш цілісні теоретичні положення про рушійні сили конкурентної боротьби з'явилися лише у середині XVIII сторіччя. Головна заслуга в цьому належить класичній політичній економії, представниками якої на основі багаторічних досліджень сформовано принцип абсолютних переваг, сформульований А. Смітом [9]. Видатний економіст вперше довів, що конкуренція, урівнюючи норми прибутку, приводить до оптимального розподілу праці та капіталу. У своїй фундаментальній праці «Добробут націй. Дослідження про природу та причини добробуту націй» (1776 р.) він визначив поняття конкуренції. Сміт А. бачив конкуренцію у суперництві та ототожнив її з «невидимою рукою», яка начебто автоматично регулює механізм ринку та діяльність підприємців, змушуючи їх діяти відповідно до якогось ідеального плану розвитку економіки. Згідно з його теорією вільна конкуренція на ринках чинників виробництва намагається зрівняти переваги цих чинників у всіх галузях і, таким чином, встановлює оптимальний розподіл ресурсів [9].

Постулати досконалої конкуренції, які сформулював А. Сміт, повністю виключали будь-який свідомий контроль над ринковими процесами. Координуючим елементом у його теоретичних положеннях постає цінова система в абсолютно децентралізованій економіці. Новизна теорії конкуренції А. Сміта полягала у тому, що ним вперше було розроблено модель посилення і розвитку конкуренції та доведено, що в умовах ринкових відносин можливе максимальне задоволення потреб споживачів та найкраще використання ресурсів у масштабі всього суспільства в цілому.

Подальший розвиток теорії абсолютної переваги здійснював Д. Рікардо, який розробив теорію відносної переваги. На прикладах він довів, що країна може імпортувати будь-який товар, навіть якщо вона виготовляє його самостійно з низькими витратами, а інші товари вона виготовляє з більшою ефективністю. Спеціалізація в торгівлі здійснюється в такому випадку не в результаті порівняння виробничої ефективності учасників обміну в одній галузі, а в результаті порівняння відносних переваг за кількома галузями [5]. Рікардо Д. побудував модель досконалої конкуренції та описав як функціонує така система в довго-

строковій перспективі. Для умов, які розглядав учений, принциповим є те, що ціни складаються лише під дією попиту та пропозиції в результаті конкурентної боротьби. Фірми приймають рішення на підставі якісно-цінових матриць, що мінімізують витрати виробництва та реалізації продукції. Теоретичне абстрагування дозволило Д. Рікардо обґрунтувати довгострокові варіанти вирішення проблеми росту в умовах досконалої конкуренції, теорії цінностей і розподілу на основі продуктивності. Узагальнюючим елементом його досліджень став «закон ринків», в якому розкриті тенденції рівноважного стану при повній зайнятості.

Ідея досконалої конкуренції допомогла зрозуміти, яким чином ціни в довгостроковій рівновазі поєднуються з принципами децентралізованого управління і як останні сприяють розвиткові капіталістичної економіки. З цього приводу Дж. С. Мілль зазначав, що оскільки конкуренція є основним регулятором цін, заробітної платні, ренти, вона сама по собі є законом, що встановлює правила цього регулювання [5]. Він зробив суттєвий внесок у теорію конкуренції: розробив рівняння міжнародного попиту, виділив не конкуруючі групи на ринку, дав класифікацію цінової еластичності попиту, розробив поняття економії на масштабах і альтернативних витрат.

Пізніше, представники неокласичної політекономії, намагаючись повніше розкрити економічні механізми функціонування ринку, створили більш адекватні реальній дійсності моделі монополістичної, олігополістичної конкуренції та чистої монополії [4].

Зауважимо при цьому, що ще А. Курно у «Математичних принципах теорії багатства» (1838 р.), встановлюючи рівність між маржинальним річним доходом та рівноважною монополією ціною, запропонував на їх основі теорію чистої монополії та дуополії (пізніше – олігополії). Він довів, що дуополісти врешті-решт встановлять спільну ціну на певний товар, нижчу від монополісної, але вищу за ціну, зумовлену вільною конкуренцією багатьох продавців, тобто показав, що випадок дуополії знаходиться між межами монополії та вільної конкуренції. Курно А. також висловив ідею про те, що досконала конкуренція – це граничний випадок із ціною спектра ринкових структур, визначених кількістю продавців.

Неокласична школа політекономії, розквіт якої припав на XIX ст., точніше розкрила вплив досконалої конкуренції на цінову систему. Особливо значним є внесок у неокласичну концепцію А. Маршалла, який, розвиваючи основні положення класиків, обґрунтував методи автоматичного встановлення рівноваги на ринку за допомогою

досконалої (чистої) конкуренції. Ним уперше були сформульовані умовності моделі чистої конкуренції [4].

У цілому дослідження кінця XIX та початку XX ст. суттєво змінили погляди на конкуренцію та її роль у розвитку економіки. Дедалі абсолютно очевидним ставало те, що економічна концепція досконалої конкуренції знехтувала динамікою конкурентної діяльності, ігнорувала важливість часового чинника та обходила поверховою мотивацією активності конкурентів [6].

Критики моделі досконалої конкуренції (Й. Шумпетер, Ф.А. фон Хайск) вказували на елементи монополії, які полонили економіку, але не знайшли відображення в існуючій концепції [8].

Основою протиборства неокласичної школи і нового напрямку стали дискусії навколо питань ціноутворення, що базувалися на праці П. Сраффі «Закони отримання доходів в умовах конкуренції». У праці на конкретних прикладах було доведено, що, розширюючи масштаби виробництва, великі підприємства отримують додаткові переваги, які вони можуть реалізувати лише порушуючи дію механізму чистої конкуренції та безпосередньо впливаючи на ціноутворення.

Праці Дж. Робінсон і Є. Чемберлена узагальнили дискусію про характер ціноутворення в умовах монополії та про виникнення нецінових форм конкуренції [2]. Основний недолік в описанні монополії класичною і неокласичною школою полягав у тому, що в дослідженнях приділялася велика увага координуючій ролі ціни в довгостроковій рівновазі. У зв'язку з цим монополія, що має всі ознаки короткострокового періоду, не представляла особливого інтересу.

Підсумовуючи ретроспективний аналіз поглядів на конкуренцію, починаючи з XVIII до середини XX ст. доходимо висновку, що у цей період еволюція поняття «конкуренція» зумовила послідовний розвиток двох концепцій, перша з яких представляла конкуренцію як кінцевий стан суперництва між покупцями та продавцями, а друга – ототожнювала її з процесом суперництва, що може або не може перетворюватися у кінцевий стан. При цьому, якщо у конкуренції як кінцевого стану на передній план виступає існування рівноваги, то у конкуренції як процесу – стійкість цієї рівноваги. Таким чином конкуренція поступово набула рис активного процесу, що спричинив творче руйнування та формування нових знань як наслідок цього Й. Шумпетер [8] дав визначення конкуренції як суперництву старого з новим, тобто з інноваціями. Ф.А. фон Хайск зазначав, що конкуренція – це процес, за допомогою якого люди задовольняють та передають знання, а також процес доведення правоти меншості, якими зазвичай є новатори. Кон-

куренція, на його думку, змінює звички, закликає до більшої уваги, що є зовсім безкорисним у безконкурентних умовах.

У цілому, до середини ХХ ст. сформувалися загальні уявлення про суть конкуренції та її основних рушійних силах, що знайшли своє відображення в чотирьох класичних моделях: досконалій (чистій) конкуренції, монополістичній, олігополістичній конкуренції та чистій монополії. Дані моделі й сьогодні є основою для дослідження конкуренції та конкурентних переваг.

Різні напрямки дослідження конкуренції зумовили те, що у науковій літературі виділяють три основні трактування поняття «конкуренція» описані нижче.

1. *Поведінкове.* Поведінковий підхід активно розвивався в межах класичної та неокласичної політичної економії. Науковці, які дотримуються цього підходу, пов'язують конкуренцію з суперництвом виробників за певні економічні блага в цілому та за гроші споживачів – зокрема. Так, наприклад, М. Портер зауважує, що конкуренцію у «...широкому значенні можна визначити як розширене суперництво» [9]. Подібно до нього П. Самюельсон і В. Нордгауз зазначають, що конкуренція – це «суперництво між виробниками (фірмами) за покупців чи ринки». У свою чергу, П. Хейне наголошує на тому, що конкуренція є прагненням якомога краще відповідати критеріям доступу до різних благ.

На думку класиків політичної економії, змагання суб'єктів господарювання є благом, оскільки приводить до збільшення як власного так і національного багатства, а монополія – абсолютним злом. Проте, як справедливо зазначає Б.Є. Кваснюк, для сучасного періоду характерний незвичний синтез конкуренції та монополії: «...У поведінковій концепції конкуренції фактично було проігноровано той факт, що конкурентна боротьба ведеться й за монополізацію ринків збуту, джерел сировини, результатів науково-технічного прогресу, вигідних умов отримання кредиту, за монополізацію кваліфікованої робочої сили тощо» [2].

Основні постулати поведінкового підходу, з урахуванням останніх напрацювань науковців, служать основою до розуміння сутності конкурентоспроможності та формування системи управління нею, маючи на увазі, що зусилля фірм будуть спрямовані на оволодіння коштами і часом споживачів через максимальне задоволення їхніх потреб.

2. *Структурне.* Трактування конкуренції передбачає наявність аналізу структури ринку для визначення ступеня свободи продавця та покупця на ринку та способи виходу з нього. Приблизники цього підхо-

ду К. Макконнелл та С. Брю у своїй праці «Економікс» зазначають, що конкуренція – це наявність на ринку великої кількості незалежних покупців та продавців і можливість для перших та других вільно входити на ринок і залишати його.

Розвиток структурного підходу пов'язаний із дослідженнями Ф. Еджурта, А. Курно, Дж. Робінсон, Е. Чемберлена, які акцентують увагу не на зіткненні суб'єктів господарювання у боротьбі за обмежені ресурси, а на дослідженні структури ринку і умов, які він створює. У цьому контексті А.Ю. Юданов стверджує: «...у центрі уваги опиняється не суперництво фірм у встановленні ціни, не виявлення того, хто і чому переміг, а установлення факту принципової можливості (чи неможливості) впливу фірми на загальний рівень цін на ринку. Якщо такий вплив неможливий, то йдеться про ринок досконалої конкуренції, у протилежному випадку – про один із різновиду недосконалої» [9].

Отже, структурна концепція як пріоритет у разі вивчення сутності конкуренції обирає середовище функціонування підприємства. Такий підхід важливий із позиції сучасного динамізму конкурентного середовища і перспективних досліджень у напрямі поєднання теорії концепції з інституціональною теорією.

3. *Функціональне.* Головними прибічниками функціонального підходу є Й. Шумпетер і Ф. А. фон Хайєк, які вбачають в конкуренції суперництво старого з новим, з інноваціями, тому що саме завдяки механізму конкуренції з ринку витісняються підприємства, які використовують застарілі технології.

Шумпетер Й. стверджував, що з точки зору економічного зростання, конкуренція являє собою суперництво старого з новим: нові технології, товари, джерела забезпечення потреб [8]. За думкою Ф. А. фон Хайєка, конкуренція – спосіб відкриття нових продуктів і технологій, які без звернення до конкуренції залишилися б невідомими. Він вважає, що на ринку, лише завдяки конкуренції, приховане стає явним [6].

Квасюк Б.Є. зазначає, що функціональна концепція конкуренції є прямим продовженням поведінкової концепції, оскільки її наріжним каменем є поведінка підприємця-новатора, який руйнує стару організацію бізнесу [2]. Нині загальновизнаною є думка про переважну значущість функціонального підходу до розуміння сутності конкуренції.

В Україні до 90-х років минулого століття елементи конкуренції й конкурентної боротьби були знайомі тільки керівникам підприємств, чия продукція йшла на зовнішній ринок. Подальший розвиток конкуренції обумовив створення відповідної нормативної підтримки. Так,

згідно із Законом України «Про захист економічної конкуренції», «економічна конкуренція – це змагання між суб'єктами господарювання з метою здобуття завдяки власним досягненням переваг над іншими суб'єктами господарювання, внаслідок чого споживачі, суб'єкти господарювання мають можливість обирати між кількома продавцями, покупцями, а окремий суб'єкт господарювання не може визначати умови обороту товарів на ринку» [1].

Сучасні економісти Г. Азоєв та А. Челенков під конкуренцією розуміють суперництво на будь-якому поприщі між окремими юридичними особами (конкурентами), зацікавленими в досягненні однієї ж мети.

Спірідонов І.А. вважає, що конкуренція – це економічний процес взаємодії, взаємозв'язку й боротьби між виступаючими на ринку підприємствами з метою забезпечення кращих можливостей збуту своєї продукції, задоволення різних потреб покупців й одержання найбільшого прибутку. Більш вузьке поняття ринкової конкуренції дає А.Ю. Юданов: «Ринковою конкуренцією називається боротьба за обмежений обсяг платоспроможного попиту споживачів, яка ведеться фірмами на доступних їм сегментах ринку» [9].

Зарубіжні дослідники трактують конкуренцію значно ширше. Так, Г. Армстронг і Ф. Котлер із цього приводу пишуть: «компанія досягає конкурентної переваги в тому випадку, коли вона може зайняти таку позицію, щоб забезпечувати споживачам цільового ринку найвищу цінність за рахунок пропозиції товарів та послуг за нижчими цінами, ніж у конкурентів, або за рахунок надання споживачам більших вигод, які достатньо компенсують вищі ціни на товари та послуги. Міцну позицію не можна завоювати порожніми обіцянками. Якщо компанія позиціонує свій товар за допомогою пропозиції вищої якості або більшого обсягу послуг, то вона повинна надати обіцяні якість та послуги. Таким чином, позиціонування починається з диференціації маркетингової пропозиції конкурентів. І справа не в тому, щоб просто відрізнятись від конкурентів; успішною може бути позиція, що акцентує увагу саме на тих відмінних ознаках, які бажає бачити споживач. Не всі компанії можуть віднайти кращі можливості для диференціації своєї пропозиції і отримати тим самим додаткову конкурентну перевагу».

Таке розширене трактування конкуренції відображає її стан на сучасному етапі розвитку світового ринкового середовища. Разом із тим, на нашу думку, ця позиція містить у собі елементи економічного ідеалізму, оскільки автор стверджує, що суб'єкти ринкового господарювання прагнуть «забезпечувати споживачам цільового ринку най-



вищу цінність». У даному випадку ми маємо справу з підміною понять «мета» і «засоби». Метою функціонування організацій у ринковому середовищі є максимізація прибутку [6]. Для цього можуть застосовуватися різноманітні засоби, одним із яких і є пропозиція таких товарів чи послуг, які являють собою найвищу цінність для споживачів. У цьому ракурсі нам імпонує позиція М. Туленкова, який стверджує, що «конкуренція – змагання осіб, груп, організацій або економічних утворень (фірм, підприємств та ін.) у прагненні досягти поставлених цілей».

В економічній науці конкуренцію традиційно розглядають як об'єктивний економічний закон, що конкретизується для кожної форми у специфічних законах конкурентної боротьби. Проте загально-визнаної теорії конкуренції нині не існує, а відомі наукові дослідження з проблематики розвитку відносин конкуренції відрізняються за рівнями узагальнень, радикальності поглядів щодо природи конкуренції, форм її прояву і тенденції розвитку.

Найчастіше конкуренцію розглядають як:

- ефективний засіб цінового регулювання;
- засіб встановлення ринкової рівноваги;
- суперницькі відносини між економічними суб'єктами;
- боротьба між товаровиробниками за частку ринку;
- змагання за кращі умови виробництва.

**Висновки.** Узагальнений аналіз змісту визначень конкуренції дозволяє зробити наступні висновки:

1. Більшості трактувань поняття «конкуренція» не вистачає системності та комплексності, тобто, як правило, вони характеризують лише деякі аспекти конкуренції.

2. Немає остаточної визначеності стосовно того, що саме являє собою конкуренція: ситуація або процес, чи умови тощо.

Стосовно останнього, зауважимо, що на нашу думку, конкуренція все ж таки за своєю суттю ближча до процесу, оскільки фактично може бути ототожненою із розвитком суперництва на ринку.

На сучасному етапі розвитку економіки повинна сформуватися теорія довгострокового зростання, яка дозволить вітчизняним підприємствам вийти на зовнішні ринки та адаптуватися до умов глобалізації. На наш погляд, досягти цього можна завдяки накопиченому досвіду теорії конкуренції та активного її використання.

#### *Список літератури*

1. Про захист економічної конкуренції [Текст] // Відомості Верховної Ради України. – 2001. – № 12. – С. 64.

2. Конкуренстоспроможність національної економіки [Текст] / за ред. д-ра екон. наук Б. Є. Квасюка. – К. : Фенікс, 2005.
3. Чорна, М. В. Управління конкурентоспроможністю підприємств роздрібної торгівлі: теоретико-методологічні засади та практичний інструментарій [Текст] : монографія / М. В. Чорна. – Х. : ХДУХТ, 2010 – 426 с.
4. Маршалл, А. Принципы политической экономии [Текст] / А. Маршалл. – М. : Погресс, 1983 – 415 с.
5. П'ятницька, Г. Т. Управління підприємством в епоху глобалізму [Текст] : монографія / Г. Т. П'ятницька. – К. : Логос, 2006. – 568 с.
6. Тарнавська, Н. П. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теорія, методологія, практика [Текст] : монографія / Н. П. Тарнавська. – Тернопіль : Економічна думка, 2008. – 506 с.
7. Шнипко, О. С. Конкуренція як специфічна форма конфлікту і співіснування суб'єктів ринку [Текст] / О. С. Шнипко // Економіка і прогнозування. – 2005. – № 1. – С. 35.
8. Шумпетер, Й. А. Теория экономического развития [Текст] : Й. А. Шумпетер; науч. ред. рус. пер. А. Г. Милейковский. – М. : Прогресс, 1982. – 321 с.
9. Юданов, А. Ю. Конкуренция: теория и практика [Текст] : учеб.-практ. пособие / А. Ю. Юданов. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Тандем : ГНОМ-ПРЕСС, 1998. – 405 с.

Отримано 30.03.2011. ХДУХТ, Харків.

© Т.В. Андросова, О.Ю. Ляшенко, 2011.

УДК 658.787

**Л.О. Кирильєва**, канд. екон. наук, доц.

**І.Б. Чернікова**, канд. екон. наук, проф.

**Д.Д. Кирильєва**, студ.

### **ОРГАНІЗАЦІЯ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ ВИТРАТ У ЛОГІСТИЧНІЙ СИСТЕМІ ТОВАРОРУХУ**

*Розглянуто організацію управлінського обліку логістичних витрат на підприємствах торгівлі. Визначено методичні аспекти обліку витрат з логістичних операцій в системі рахунків та відображення в управлінській звітності.*

*Рассмотрена организация управленческого учета логистических расходов на предприятиях торговли. Определены методические аспекты учета расходов логистических операций в системе счетов и отображения в управленческой отчетности.*

*Organization of administrative account of logistic charges is considered in the enterprises of trade. The methodical aspects of account of charges of logistic*