УДК 330.34

Великий Юрій Володимирович, 1954 р.н. Закінчив історичний факультет Одеського державного університету та економічний факультет Одеського сільськогосподарського інституту. Викладач кафедри політології та економічної теорії МДПУ. Працює над кандидатською дисертацією "Розвиток конкурентних відносин у перехідний до ринку період".

Економічна сутність конкурентних відносин у перехідний до ринку період

У статті дано аналіз конкуренції в умовах переходу до ринкової економіки. Показано рушійну силу конкуренції, її вплив на споживачів усіх рівнів.

Реформування адміністративно-командної системи і перехід до ринкової системи є однією з важливих проблем нашої країни. Науковий аналіз конкуренції закономірно виникає у зв'язку зі здійсненням економічної реформи і переходом до конкурентних відносин.

У сучасній економічній літературі конкуренція визначається як економічне змагання, основу якого складає свобода вибору, що реалізується у формі намагання кожного учасника отримати для себе грошовий доход [1].

Свобода вибору або економічна свобода охоплює дії всіх учасників ринкових відносин: виробників, як споживачів економічних ресурсів і продавців товарів і послуг, з одного боку, і споживачів товарів і послуг, які в умовах ринку одночасно є власниками економічних ресурсів і їх продавцями, з другого. Вона реалізується через взаємодію ринкових агентів шляхом розміщення матеріальних і людських ресурсів за власним вибором.

Як споживачі, всі учасники ринкової взаємодії вільні або незалежні у виборі будь-якої комбінації товарів і послуг, яка в межах їх грошових доходів найкращим чином задовольняє потреби. Споживач у конкурентному середовищі займає особливе положення або в певному значенні володіє ринковим суверенітетом. Він (при свободі вибору всіх без виключення конкурентів) вирішує, що повинна виробляти економіка, а вже в рамках споживчих потреб постачальники і споживачі ресурсів можуть робити свій вибір. Таким чином, виробники в дійсності зовсім не "вільні" виробляти ті товари і послуги, які вони бажають.

Споживчі рішення про попит, зумовлюючи прибутковість чи збитковість, полегшують вільний вибір виробників при вирішенні питання "що виробляти". Він повинен узгоджуватися з вибором споживачів, з їх бажанням і перевагами для запобігання збитків або банкрутства. Це стосується і постачальників ресурсів, попит на які є похідним від споживчого. Наприклад, попит на бухгалтерів підвищився тому, що в Україні в останні роки почали діяльність багато нових комерційних структур. Отже, споживачі демонструють свої переваги у формі попиту, а виробники і постачальники ресурів відповідно реагують на нього, щоб забезпечити власні інтереси. Таким чином, свобода вибору в умовах конкуренції реалізується суб'єктами господарської діяльності лише при єдиному обмеженні – пріоритеті споживчого попиту.

Рушійною силою, яка складає основу і визначає свободу вибору, є стимулювання особистого інтересу. Кожна економічна одиниця намагається робити те, що найбільше вігідно їй самій. Тому виробники товарів і послуг та їх споживачі намагаються максимілізувати доходи або як варіант – мінімізувати збитки. Конкурентні відносини передбачають, що власний інтерес формує фундаментальний спосіб дій або поведінки різних економічних одиниць, коли вони реалізують свій вибір. Його мотив, як фундамент економічної свободи виробників і споживачів, що переслідують протилежні інтереси (дорожче продати, дешевше купити), спрямовує й упорядковує функціонування економіки. Це відбувається завдяки тому, що крім системи ринків і цін діє такий потужний фактор, як конкуренція, яка координує й організовує ринки, виключаючи потенційний, породжений свободою вибору хаос.

Отже, основу конкуренції складає свобода вибору, а основу останньої – намагання учасників економічного змагання задовольнити свій власний інтерес, спрямований на максимілізацію прибутків і споживчих потреб. Свобода вибору максимально реалізується за умов практичної конкуренції. Але в

сучасній економіці практично не існує чисто конкурентних ринків, конкуренція існує поруч з монополією, перебуваючи, на думку А. Чухно [2], в "діалектичній єдності", зумовленій внутрішніми процесами розвитку суспільного виробництва. Свобода вибору повною мірою забезпечується тоді, коли конкуренції не загрожує монополія. На ранньому етапі розвитку економічної науки поняття "свобода" і "конкуренція" ототожнювалися. Але практика довела, що це ототожнення помилкове. Ми згодні з думкою, що "свобода" потрібна для здійснення конкуренції, але однієї свободи недостатньо" [3].

Конкуренція вимагає захисту з боку держави [4]. Оцінюючи конкуренцію за результатами конкурентної боротьби, деякі економісти [5] бачать і виділяють лише її позитивні наслідки. Вони вважають, що конкурентна економіка здатна до стихійного саморегулювання, тому негативно відносяться до втручання держави в економічне життя, вважаючи це основною причиною монополізації економіки.

Частина економістів [6] акцентують увагу тільки на недоліках, характерних для "недосконалої конкуренції". Вони вказують на високі витрати реалізації продукції, тиск великих фірм на споживача і деформацію споживчого попиту посередництвом реклами тощо. Вони закликають до втручання держави в економічний процес.

Окремі економісти зазначають, що сучасні форми конкуренції поряд з негативними сторонами мають позитивні якості, зв'язані переважно з великомасштабним виробництвом. Мету державного втручання в економіку бачать у регулюванні надмірної монополізації. Дана позиція об'єднує прихильників теорії "розумної конкуренції" [7]. Вони вважають, що конкуренція – не самоціль. Вона один із засобів, хоч і головних, досягнення поставлених економічних цілей. На їх погляд, мета державного втручання полягає у створенні такої конкурентної ситуації, яка б найбільшою мірою відповідала досягенню суспільних цілей. Головним і найбільш важливим вважається визначення розумної межі ринкової влади, тобто визначення такого рівня концентрації виробництва, який сприяв би технічному прогресу, не переростаючи при цьому в монополістичне панування.

Крім того, з їхнього погляду, мета втручання держави полягає в прийнятті на себе тих функцій, з якими конкурентний механізм справляється погано або взагалі не справляється.

На їхню думку, основна мета державного втручання в економіку направлена на створення найкращих умов для функціонування підприємств [8].

К. Маркс, Ф. Енгельс широко трактували поняття "конкуренція": конкуренція і суперництво були характеристиками капіталістичних соціально-економічних відносин, а змагання – соціалістичних. В буржуазному суспільстві, з їхнього погляду, змагання перетворюється в суперництво, яке проявляється у формі конкуренції [9]. В країнах колишнього СРСР виявилось немало прибічників даного тлумачення конкуренції. Це прихильники соціалістичної конкуренції [10]. Зокрема, О. Степанова вказує, що "конкуренція за часів соціалізму – боротьба протилежностей, а за часів капіталізму – антагоністів, всіх проти всіх".

З нашого погляду, слід погодитися з економістами Ю. Рубініним, А. Чухно, О. Шмельовим та іншими, які вважають, що відокремлювати поняття "змагання" і "конкуренція" не зовсім вірно, бо змагання притаманне людській природі і завжди проявлялося в умовах праці. А. Чухно стверджує, що "конкуренція і змагання – не антиподи, змагання завжди існувало там, де складалася колективна праця" [11]. Змагання було внутрішньо притаманне уже простій кооперації, яка існувала задовго до капіталізму. Але економічне змагання не завжди виступає у формі конкуренції. Змагання за часів соціалізму передбачало виробничі відносини щодо успіхів у праці, готовність до співробітництва і т.ін. Та "спільність інтересів" зводила нанівець суть змагання, воно найчастіше було формальним. На нашу думку, конкуренція не може бути товариським співробітництвом, бо в її процесі зіштовхуються протилежні інтереси, одночасно вона не є війною усіх проти усіх. О. Шмельов, наприклад, вважає, що "конкуренція" – це якщо не співробітництво, то і не антагоністичний конфлікт на знищення". Він порівнює конкуренцію зі спортом, де переможених не знищують, і за умов її чесності всі учасники біжать, просуваються вперед [12].

Узагальнюючи вищесказане, зазначимо, що економічне змагання як конкуренція існує тоді, "коли саме є протистояння, зіштовхнення інтересів" [13], "успіхи в конкурентній боротьбі на ринку, які б мізерні вони не були, завжди є результатом ущемлення інтересів інших конкурентів" [14]. Отже, дане розуміння не розходиться з тлумаченням зарубіжних авторів.

Вірною, з нашого погляду, є думка, що конкуренція властива різним способам виробництва як загальноекономічна категорія, що набуває

специфічних рис в умовах панівних виробничих відносин, історично визначеного способу виробництва [15]. Ю. Рубін, наприклад, вважає, що "конкуренція не може бути ні соціалістичною, ні феодальною, ні рабовласницькою, ні первіснообщинною. Інша справа, що в різних суспільствах вона відбиває їх специфічні риси" [16].

Отже, конкуренція – це загальноекономічна категорія, елемент ринкового механізму, форма взаємодії ринкових суб'єктів, що ототожнює індивідуальні, спрямовані на отримання максимального прибутку, і суспільні інтереси та сприяє ефективному використанню рідкісних економічних ресурсів, максимілізуючи задоволення суспільних потреб.

Конкуренція як економічне змагання реалізується лише за умови певної кількості його учасників і відсутності певних обмежень. За визначенням західних вчених, конкуренція вимагає "наявності на ринку великої кількості незалежних покупців і продавців і можливість для покупців і продавців вільно виходити на ринок і залишати його" [17].

Економіка будь-якої країни вирішує однакові фундаментальні проблеми, які включають визначення обсягу використання матеріальних і людських ресурсів; конкретизацію асортименту товарів і послуг для найбільш повного задоволення матеріальних потреб; організацію виробництва і застосування передових технологій; розподіл і споживання результатів виробництва й адаптацію до змін споживчого попиту і кон'юнктури ринку.

Їх вирішення за умов ринку регулюється конкуренцією (або адміністративно-командними органами за відсутності останньої). Регулююча роль конкуренції здійснюється через зіштовхнення протилежних інтересів учасників економічного змагання за максимілізацію прибутків і потреб. Цей мотив визначає поведінку учасників ринкової взаємодії.

Виробники, керуючись мотивом отримання прибутку і недопущення збитків, беруться за виробництво таких товарів і послуг, які гарантують їм задоволення вищевказаних мотивів. Даний процес стимулюється отриманням економічного прибутку, що складає різницю між загальним доходом і витратами виробництва. Економічний прибуток виникає за умов ненасиченого ринку і є стимулом до розширення виробництва. Насичення ринку певним різновидом продукції є бажаним і можливим за відсутності бар'єрів для входження в нього. Сигналом для входження в ринок потенційних виробників слугує незадовільний попит споживачів на даний різновид товарної продукції чи послуги і наявність простору для підняття цін. Відбувається поступовий процес розширення ринку і зменшення дефіциту аж до моменту появи ринкової рівноваги і зникнення економічного прибутку. Нульове значенння економічного прибутку сигналізує про необхідність пошуку резервів для скорочення виробничих витрат, покращення якості даної продукції або переорієнтація на випуск іншого різновиду. Отже, обсяг і профіль виробництва регулюється взаємодією виробників і споживачів в залежності від переваг останніх.

Якщо ринок монополізований, то ринкова поведінка буде відмінною від конкурентної. Фірма-монополіст штучно підтримує ситуацію деякої ненасиченості ринку, що дає можливість утримувати такий рівень цін, який забезпечує стійкий економічний прибуток.

Конкурентний ринок орієнтує виробника на створення високоякісної продукції за найнижчих витрат виробництва на базі використання найновіших технологій та передової організації праці. В конкурентній економіці виробництво здійснюють саме ті фірми, які бажають і здатні застосовувати найбільш ефективну комбінацію наявних на даний період економічних ресурсів, які забезпечують адаптацію до зміни споживчого попиту і кон'юнктури ринку.

Отже, обсяг виробництва, його профіль та технологічний рівень, з одного боку, і розподіл, з іншого, певною мірою визначаються "голосуванням доларом" або потребами і можливостями споживача. Одночасно дані показники визначаються виробничими можливостями економіки і фірми зокрема.

Таким чином, конкурентні відносини, будучи зовнішньою формою прояву економічних законів ринку, охоплюють виробництво, обмін, розподіл і споживання. Основним завданням конкуренції, її центральною функцією є завоювання ринку і забезпечення отримання сталого прибутку, яка реалізується у процесі суперництва за переваги споживача. Позитивна економічна роль конкуренції полягає у контролі спрямування мотивів особистої вигоди так, що автоматично слугує найкращому забезпеченню інтересів суспільства.

Література

1. Макконнелл К., Брю С. Экономикс: Принципы, проблемы и политика. – Т.1. – М.: Республика, 1992. – С. 52.
2. Чухно А.А. Перехід до ринкової економіки. – К.: Наукова думка, 1993. – С. 162.
3. Жамс Э. История экономической мысли XX века. – М.: Издательство иностранной литературы, 1959. – С. 137.
4. Макконнелл К., Брю С. Экономикс: Принципы, проблемы и политика. – Т. 1. – С. 95.
5. Долан Э.Дж., Линдей Д. Рынок: макроэкономическая модель. – СПб., 1992. – С. 311.
6. Бойко М.В. Теория несовершенной конкуренции и рыночный механизм // Соревнование двух систем. – М.: Наука, 1990. – С. 159-170.
7. Брачинский С.В., Певзнер Я.А. Политическая экономия: дискусионные проблемы, пути обновления. – М.: Мысль, 1991. – С. 229.
8. Корнаї Янош. Шлях до вільної економіки. – К.: Наукова думка, 1991. – С. 139; Лившиц А.Я. Введение в рыночную экономику. – Ч. 1. – М.: Станкин, 1992. – С. 152.
9. Самуэльсон П. Экономика. – М.: Прогресс, 1994. – С. 380.
10. Маркс К., Энгельс Ф. Сочинения. – М., 1962. – Т. 25. – С. 45.
11. Степанова Э. Соревнование или конкуренция? // Экономические науки. – 1991. – № 9. – С. 140-142.
12. Холодков В. Развернуть социалистическую конкуренцию // Экономические науки. – 1993. – № 11. – С. 11.
13. Чухно А.А. Перехід до ринкової економіки. – К.: Наукова думка, 1993. – С. 30.
14. Шмелев А. Открытое общество и конкуренция // Новый мир. – 1991. – № 2. – С. 206.
15. Рубин Ю.Б., Шустов В.В. Конкуренция: реалии и перспективы. – М.: Знание, 1990. – С. 64.
16. Там само. – С. 4.
17. Абалкин Л. Рынок в экономической системе социализма // Вопросы экономики. – 1989. – № 7. – С. 5.
18. Рубин Ю. Так ли надо трактовать социалистическую конкуренцию? // Экономические науки. – 1990. – № 6. – С. 78.
19. Макконел Р., Брю Л. Экономикс: Принципы, проблемы и политика. – Т. 2. – М.: Республика, 1992. – С. 389.

Стаття надійшла до редакції 01.06.2001 р.