

УДК 339.137.2

ЕВОЛЮЦІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ ЩОДО ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПРОДУКЦІЇ

*О.М. Николук,
Житомирський національний агроекологічний університет*

Дослідження будь-якого об'єкта, в т.ч. процесу управління конкурентоспроможністю сільськогосподарської продукції, неможливе без аналізу історичної трансформації наукових уявлень про нього. Зазначене пояснюється тим, що врахування думок дослідників кожного окремого періоду дасть змогу виявити всю сукупність характерних для досліджуваного об'єкту рис і, в результаті критичного аналізу, виявити та систематизувати ті з них, що мають цінність у сучасних умовах. Це означає, що теоретична модель управління конкурентоспроможністю, яка б могла виступати базою для подальших емпіричних досліджень, має спиратись на результати аналізу еволюційного розвитку розуміння сутності цього поняття.

Оскільки позиції підприємства відносно конкурентів визначаються вмінням ефективно управляти конкурентоспроможністю, генезис економічної думки стосовно останньої доцільно розглядати у контексті ретроспективного аналізу методів конкурентної боротьби. Початок XVII ст. характеризується зародженням ринкових відносин та виникненням суперництва між економічно розвинутими країнами. Наведене відбилось на положеннях економічної думки того часу та зумовило формування теорії меркантилізму. Характерним для меркантилістів було усвідомлення та відстоювання принципів цінової конкуренції на основі впровадження демпінгової політики держави. При цьому, спосіб зміцнення конкурентоспроможності держави вбачався у здешевленні вітчизняної продукції та збільшення цін на ввезені товари.

Стрімке зростання кількості учасників ринку, які пропону-

вали однорідну продукцію зумовило трансформацію ринків на такі, що характеризувалися практично вільною конкуренцією. Аналізуючи висновки економістів періоду становлення і розвитку підприємництва, увагу, насамперед, слід звернути на вчення класика англійської політекономії А. Сміта, який підвищення конкурентоспроможності розглядає з точки зору збільшення обсягів реалізації продукції [6]. До засобів формування конкурентних переваг науковець відносить зниження ціни шляхом збільшення продуктивності праці, яке досягається, передусім, за рахунок поглиблення розподілу праці, а також завдяки використанню прогресивних технологій. Однак, слід зазначити, що економіст підкреслював короткостроковий характер віддачі від підвищення конкурентоспроможності.

Виникнення монополій у другій половині XVIII ст. та їх подальший розвиток заперечили висновки класичної школи про природне врівноваження позицій всіх учасників ринку. Наведене, в свою чергу, змусило економістів продовжувати дослідження конкурентоспроможності підприємств із врахуванням причин ефективності функціонування монополій. Так, Дж. Мілль наголошував на існуванні взаємозв'язку між конкурентними перевагами суб'єкта господарювання та масштабом виробництва: чим крупнішим є підприємство, тим більше у нього можливостей встановлювати нижчі, ніж у конкурентів ціни та, відповідно, збільшувати рівень конкурентоспроможності. Причинами ж укрупнення підприємницьких структур економіст вважав, по-перше, поглиблення поділу праці, яке зумовлює зростання продуктивності та, по-друге, економію витрат на придбання сировини та матеріалів [5]. Продовжуючи дослідження процесу формування ціни, як фактору цінової конкуренції, Н. Сеніор встановив, що існування монополії на ринку зумовлює виникнення надприбутку, спричиненого відносно невисоким, через володіння передовими технологіями, рівнем витрат виробництва, а також можливістю нарощувати обсяги виробництва [7].

Доповнив теорію цінової конкуренції і К. Маркс, який до такого традиційного способу зниження витрат виробництва як збільшення продуктивності праці, додав економію на використанні

постійного капіталу. Остання досягається шляхом заміни морально застарілої техніки, уповільнення зносу, концентрації та кооперації робітників на базі основних виробничих фондів. При цьому економіст зазначав, що експлуатація основного капіталу є значно дешевшою при великомасштабному виробництві [2, с 88-93].

У другій половині XIX ст. стало зрозумілим, що основною проблемою підприємництва є прийняття адекватного рішення серед ряду альтернатив, яке б враховувало обмеженість ресурсів. Вирішення цієї проблеми призвело до формування нового напрямку економічної думки - маржиналізму. При цьому, проблемі максимізації рівня конкурентоспроможності шляхом охоплення максимальної частки ринку, досліджували К. Менгер, Ф. Візер, А. Курно, А. Маршалл та ін. К. Менгер виділяв чотири напрями обмеження обсягу збуту товару: 1) обмеження щодо кількості носіїв попиту на товар; 2) обмеження щодо області, в якій товар можна реалізувати (перепони перевезенню та збуту, високі витрати на збут); 3) обмеження стосовно обсягу попиту; 4) обмеження у часі, протягом якого можливий збут [4]. Саме таке узагальнення стало підґрунтям для подальшої ідентифікації цінкових та нецінових методів збільшення конкурентоспроможності продукції.

Математична інтерпретація такої функціональної оберненої залежності між ціною та попитом знайшла відображення у роботах А. Курно. Продовжуючи дослідження методів цінової конкуренції, французький представник маржиналізму Л. Вальрас, встановив, що найдешевшою є продукція тих підприємців, які досягають оптимального співвідношення засобів виробництва за рахунок використання дешевших ресурсів [1, с. 320-321]. Пізніше представник англійського маржиналізму А. Маршалл додав, що досягнення зазначеного оптимуму передбачає ефективне заміщення ресурсів, яке полягає у більш ефективному, порівняно із конкурентами, використанні засобів виробництва та дає можливість забезпечити мінімальні граничні витрати та максимальну віддачу від них [3]. Вчений-економіст зазначав, що зазвичай конкурентними перевагами, які полягають в економії кваліфікованої

праці, машин, сировини тощо, володіють великомасштабні підприємства.

Однак, відкритим все ще залишалось питання щодо практичної реалізації теоретичних положень у сфері управління конкурентоспроможністю за допомогою методів цінової конкуренції та визначення оптимальних розмірів зменшення ціни. Зазначене викликало необхідність у виявленні глибинних причин зв'язку між рівнем ціни та попитом в умовах нестабільності економічних систем. Саме за таких умов лауреат Нобелівської премії Дж. Хікс обґрунтував, що зростання попиту є наслідком, з одного боку, заміщення інших товарів товаром, ціну на який скорочено (ефект заміщення), з іншого - збільшення доходу споживача (ефект доходу). При цьому різниця між ефектами пов'язана із ймовірністю їх виникнення [8].

З часом стає зрозумілим, що раніше сформульовані закони стосовно функціонування та розвитку економіки неможливо застосувати до моделювання реальних ситуацій на ринку. Вирішити цю проблему вдалося вченим-економістам Дж. Робінсон та Е. Чемберліну, які обґрунтували, що зазвичай ринкове середовище характеризується взаємодією сил одночасно і конкуренції, і монополії. Причиною ж цієї взаємодії є диференціація продуктів, тобто їх відмінність від продуктів конкурентів. Значний же прорив у теорії управління конкурентоспроможністю продукції зробив американський економіст Е. Чемберлін. Показавши, що обсяг реалізації визначають форма відмінності продукту (а не тільки його ціни) від продуктів конкурентів, а також витрати на просування продукту, він вперше висвітлив роль нецінової конкуренції у формуванні конкурентних переваг підприємства [9]. Крім того, розподіл факторів попиту на ціну, особливості продукту та затрати на рекламу із подальшою деталізацією кожного із цих чинників дав змогу економісту систематизувати методи впливу на рівень конкурентоспроможності учасників ринкових відносин та, тим самим узагальнити надбання всіх його попередників саме у сфері управління конкурентоспроможністю.

Підсумовуючи сказане зазначимо, що первинними є реальні проблеми економічного життя суспільства, існування яких зумо-

влює необхідність розробки теоретичних основ, що не тільки пояснювали б причини та природу цих проблем, але й створювали базу для прийняття адекватних рішень стосовно їх розв'язання. Очевидно, що тотальне усвідомлення наукової істини практиками в решті решт викликатиме трансформацію економічних систем та, відповідно, створюватиме попит на нові наукові знання. Зазначене свідчить про те, що взаємозв'язок економічної науки та практики є запорукою неперервності економічного розвитку. Тому виявлення шляхів підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарських виробників має, передусім, спиратись на результати ідентифікації та систематизації причин їх нездатності конкурувати.

Список використаних джерел

1. Вальрас Н. Элементы чистой политической экономии или теории общественного богатства // Леон Вальрас. — М. : Изограф, 2000. — 448 с.
2. Маркс К. Капитал. Критика политической экономии // К. Маркс. - Под ред. Ф. Энгельса. - Т. III. - Ч. I. - М. : Политиздат, - 1975. - 508 с.
3. Маршалл А. Основы экономической науки / Альфред Маршалл. - М.: Эксмо, 2007. - 832 с.
4. Менгер К. Основания политической экономии // Карл Менгер. — Режим доступа: http://polbu.ru/menger_politeconomy.
5. Милль Дж. С. Основы политической экономии и некоторые аспекты приложения их к социальной философии / Дж. С. Милль. — Т. I. — М.: Прогресс, 1980.-495 с.
6. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов / Адам Смит // Антология экономической классики. — М. : Ключ, 1993. - 475 с.
7. Senior N. W. Political Economy // Nassau William Senior. - Third edition. - London and Glasgow: Bell and Bain, 1854. - 232 p.
8. Хикс Р. Дж. Стоимость и капитал // Джон Р. Хикс. — Режим доступа : <http://books.efaculty.kiev.Ua/isekvc/6/>.
9. Чемберлин Э. Теория монополистической конкуренции: (Реориентация теории стоимости)/ Э. Чемберлин. - Пер. с англ. Э.Г. Лейкина и Л.Я.Розовского. - Под ред. Ю.Ольсевича. М. : Экономика, 1996. - 351 с.