

О. А. Стретович,  
к. е. н., доцент, Національний університет харчових технологій

## ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ КОНКУРЕНЦІЇ

*Проведено аналіз основних факторів, що впливають на прибутковність роботи компанії. Проаналізовано ступінь впливу менеджменту на основні фактори прибутковності компанії в умовах досконалої конкуренції. Розкрито економічна сутність конкуренції. Основа вільної конкуренції — перманентне вдосконалення технологій виробництва та управління компанією.*

*An analysis of key factors influencing the profitability of the company. Analyzed the impact of management on the main factors the company's profitability in conditions of perfect competition. Clarifying economic essence of competition. The basis of free competition — a permanent improvement of production technologies and management company.*

*Ключові слова: конкуренція, економічна сутність конкуренції.  
Key words: competition, economic essence of competition.*

### ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

В останні десятиліття світова економіка отримала дуже сильний розвиток. Промислові та обслуговуючі підприємства пропонують безліч товарів і послуг, що доповнюють і замінюють один одного. Особливо це спостерігається в сфері агропромислового комплексу та переробної промисловості.

Часто в наукових колах, на виробництві та в побуті ми вживаємо терміни "конкуренція", "конкурентне середовище", "конкурентна боротьба" й інші аналогічні висловлювання. Оскільки основними виробниками товарів та постачальниками послуг є промислові і обслуговуючі компанії, є сенс розглянути економічну сутність конкуренції з позиції їх власників і топ-менеджменту.

### НЕВИРІШЕНІ ПИТАННЯ

Абсолютна більшість людей дуже ясно розуміють сутність конкуренції і чітко виділяють основні фактори, що впливають на прибутковність, а отже, і на конкурентоспроможність підприємства. Це:

- кількість товарів (послуг), що продаються;
- якість товарів (послуг);
- ціна реалізації товарів (послуг);
- собівартість одиниці товару (послуг).

Виділивши головні чинники, спробуємо розібратися в мірі їх впливу на прибутковність підприємства в ринкових умовах.

### ОСНОВНИЙ МАТЕРІАЛ

Цілком логічним буде проводити дослідження пріоритетності чинників в умовах досконалої конкуренції. Розглядати дії конкуруючих підприємств в умовах неринкової економіки не має ніякого сенсу, тому що в цьому випадку не відбувається оптимальне використання ресурсів (факторів виробництва).

Основу вільної економіки становить елементарна модель — модель досконалої конкуренції, яка дає обґрунтування саморегулюючого капіталізму. Відповідно до цієї моделі, соціальна значимість і добробут визначаються за допомогою ринку, в рамках якого домашні господарства і підприємства взаємодіють один з одним як незалежні елементи [1].

Модель досконалої конкуренції являє собою ідеальний, нормативний тип ринкової структури і поведінки ринкових агентів. На практиці чиста конкуренція зустрічається рідко. Проте виявлення та вивчення притаманних їй закономірностей, а також розробка уніфікованих алгоритмів поведінки топ-менеджменту підприємств у близьких до "ідеальним" ринкових умовах — вдячна і результа-

тивна наукова праця.

Чиста конкуренція це найпростіша ситуація, до якої застосовуються поняття "дохід" і "витрати". Домінуюча концепція поведінки фірми виходить з посилки, що основною метою її роботи є прибуток. Прагнення максимізувати прибуток пронизує всі помисли і дії власника та керівника.

Модель досконалої конкуренції припускає наявність на ринку великої кількості фірм, що виробляють однорідну продукцію і споживають однакові фактори виробництва. Передбачається, що ні один з учасників ринку не може за рахунок обраної ним стратегії поведінки істотно і кардинально вплинути ні на кількість реалізованих їм товарів, ні на ціни реалізації товарів, ні на ціни факторів виробництва. Всі учасники ринку є ціноотримувачами.

Запишемо формулу прибутку в наступному вигляді:

$$\Pi = D - B \Rightarrow \max (1),$$

де  $\Pi$  — прибуток;

$D$  — дохід;

$B$  — витрати компанії.

Дохід являє собою добуток кількості реалізованих товарів (послуг) на ціну реалізації:

$$D = \sum_{i=1}^n (Q_i \cdot x P_i),$$

де  $Q_i$  — кількість одиниць реалізованого  $i$ -товару (послуг);

$P_i$  — ціна реалізації одиниці  $i$ -товару (послуг);

$n$  — кількість видів вироблених товарів (послуг).

Витрати виробництва являють собою суму змінних та постійних витрат:

$$B = \sum_{i=1}^n (Q_i \cdot x C v_i^*) + C f,$$

де  $C v_i^*$  — питомі змінні витрати на одиницю  $i$ -товару (послуг);

$C f$  — сума постійних витрат фірми.

Тоді формула (1) прийме наступний вигляд:

$$\Pi = \sum_{i=1}^n (Q_i \cdot x P_i) - \sum_{i=1}^n (Q_i \cdot x C v_i^*) - C f \Rightarrow \max (2)$$

Прибуток компанії максимальний, коли дохід максимальний, а витрати мінімальні.

Далі наша мета — з'ясувати і визначити, через які фактори і наскільки топ-менеджмент може впливати на рівень прибутковності компанії в ринкових умовах близьких до досконалої конкуренції. У формулі (2) розглянемо кожний з доданків окремо.

Дохід компанії залежить від кількості проданого  $i$ -товару та цін його реалізації, але в умовах, близьких до досконалої конкуренції, жодна з компаній не може істотно вплинути ні на кількість реалізованого нею товару (послуг), ні на ціну про-

**Таблиця 1. Види, кількість та ціни змінних витрат на виробництво одиниці і-товару**

Види змінних витрат (ресурсів)	Кількість ресурсів у одиниці і-товару	Ціна одиниці ресурсів
Сировина	$K_{i1}$	$\Pi_1$
Основні матеріали	$K_{i2}$	$\Pi_2$
Допоміжні матеріали	$K_{i3}$	$\Pi_3$
Напівфабрикати	$K_{i4}$	$\Pi_4$
Комплектуючі вироби	$K_{i5}$	$\Pi_5$
Паливо	$K_{i6}$	$\Pi_6$
Енергія	$K_{i7}$	$\Pi_7$
Оплата праці	$K_{i8}$	$\Pi_8$
Інші змінні витрати	$K_{i9}$	$\Pi_9$

**Таблиця 2. Види, кількість та ціни постійних витрат компанії**

Види постійних витрат (ресурсів)	Кількість ресурсів	Ціна одиниці ресурсів
Витрати на персонал	$K_{p1}$	$\Pi_{p1}$
Утримання офісу та інвентарю	$K_{p2}$	$\Pi_{p2}$
Витрати на збут и маркетинг	$K_{p3}$	$\Pi_{p3}$
Послуги зв'язку	$K_{p4}$	$\Pi_{p4}$
Утримання транспорту	$K_{p5}$	$\Pi_{p5}$
Утримання оргтехніки та комп'ютерних мереж	$K_{p6}$	$\Pi_{p6}$
Аудит, консультаційні послуги	$K_{p7}$	$\Pi_{p7}$
Охорона	$K_{p8}$	$\Pi_{p8}$
Банківські послуги	$K_{p9}$	$\Pi_{p9}$
Інші постійні витрати	$K_{p10}$	$\Pi_{p10}$

дажу даного товару (послуги). Таким чином, для подальших міркувань приймаємо, що обсяг продаж і ціна реалізації — чинники умовно-постійні для компанії на ринку:

$$Q_i = const, P_i = const.$$

Природно, будь-яке діюче підприємство при кожній добрій нагоді прагне збільшити обсяги реалізації товарів і наданих послуг, як і прагне підвищити ціни реалізації. І це зрозуміло, оскільки дані фактори є для компанії зовнішніми, не вимагають концентрації зусиль всього колекти-

ву, а тільки його частини (керівник, комерційний директор, служба маркетингу і збуту) і максимально корелюють з рівнем одержуваного прибутку. Однак з розвитком ринкових відносин вплив компанії на розглянуті фактори знижується і при досягненні досконалої конкуренції практично нівелюється.

Наступний доданок формули (2) являє собою суму змінних витрат виробництва. До них належать витрати на сировину, основні та допоміжні матеріали, купівельні напівфабрика-

ти та комплектуючі вироби, технологічне паливо і енергія, витрати на оплату праці працівників, зайнятих у виробництві продукції (робіт, послуг), а також інші аналогічні витрати.

Змінні витрати на виготовлення одиниці і-товару наведемо у табл. 1, де відображені кількість кожного виду змінних витрат (ресурсів), необхідних для виготовлення одиниці і-товару і ціни одиниці кожного ресурсу.

Питомі змінні витрати на виготовлення одиниці і-товару (послуги) являють собою суму добутків необхідної кількості кожного виду ресурсу на ціну придбання одиниці даного виду ресурсу.

$$Cv_i^* = \sum_{j=1}^9 K_{ij} x \Pi_j,$$

де  $K_{ij}$  — кількість j-ресурсу в одиниці і-товару;

$\Pi_j$  — ціна одиниці j-ресурсу.

Тоді сума змінних витрат виробництва буде мати вигляд:

$$\sum_{i=1}^n (Q_i x Cv_i^*) =$$

$$= \sum_{i=1}^n \left[ \begin{matrix} Q_i \\ \downarrow \\ const \end{matrix} x \left( \sum_{j=1}^9 K_{ij} x \begin{matrix} \Pi_j \\ \downarrow \\ const \end{matrix} \right) \right]$$

Вона залежить від двох факторів: кількості споживаних ресурсів на виготовлення одиниці товару (послуг) та вартості придбання цих ресурсів. Ціна ресурсів це зовнішній фактор, і в умовах, близьких до досконалої конкуренції, компанія не має на нього істотного впливу. Кількість споживаних ресурсів є внутрішній фактор, залежить від технології виробництва і повністю контролюється менеджментом організації.

Таким чином, розмір питомих змінних витрат, необхідних на виготовлення одиниці і-товару (послуги), є величиною змінною і залежить в основному від кількості використаних ресурсів, тобто від рівня застосовуваної технології.

Далі розглянемо постійні витрати компанії, тобто третій доданок у формулі (2). До них належать витрати, пов'язані з обслуговуванням і управлінням виробничою діяльністю цехів, а також витрати на забезпечення господарських потреб виробництва.

Представимо їх у таблиці, де відобразимо види постійних витрат компанії, кількість ресурсів, що використовуються, і ціни на ці ресурси (табл. 2).

Тоді величина постійних витрат фірми за період являє собою суму добутків необхідної кількості кожного виду ресурсу на ціну придбання одиниці даного виду ресурсу.

**Таблиця 3. Ступінь впливу компанії на фактори прибутковості**

Складові прибутку		Фактори	Ступінь впливу компанії стосовно ринку
Дохід	$\sum_{i=1}^n (Q_i x P_i)$	$Q_i$ — кількість одиниць виробленого і реалізованого і-товару (послуг)	низька
		$P_i$ — ціна реалізації одиниці і-товару (послуг)	низька
Змінні витрати	$\sum_{i=1}^n \left[ Q_i x \left( \sum_{j=1}^9 K_{ij} x \Pi_j \right) \right]$	$Q_i$ — кількість одиниць виробленого і реалізованого і-товару (послуг)	низька
		$K_{ij}$ — кількість j-ресурсу в одиниці і-товару	висока
		$\Pi_j$ — ціна одиниці j-ресурсу	низька
Постійні витрати	$\sum_{q=1}^{10} K_{pq} x \Pi_{pq}$	$K_p$ — кількість q-ресурсу, що використовується компанією за період	висока
		$\Pi_p$ — ціна одиниці q-ресурсу	низька

$$Cf = \sum_{q=1}^{10} K_{pq} \times C_{pq} \downarrow_{const}$$

де  $K_p$  — кількість  $q$ -ресурсу, що використовується компанією за період;

$C_p$  — ціна одиниці  $q$ -ресурсу.

Постійні витрати фірми залежать від двох факторів: кількості споживаних ресурсів і вартості їх придбання. Як зазначалося вище, ціна ресурсів — це зовнішній фактор по відношенню до компанії, і в умовах, близьких до досконалої конкуренції, компанія не має на нього істотного впливу. Кількість споживаних ресурсів є внутрішнім чинником, який залежить від "рівня технології управління" на підприємстві і повністю контролюється менеджментом організації.

Розглянувши складові формування прибутку компанії, з'ясуємо ступінь впливу менеджменту на кожний із факторів прибутковості підприємства (табл. 3).

Всі фактори, від яких прямо залежить рівень прибутку компанії, поділяються на дві групи. До першої групи належать: кількість одиниць реалізованого товару (послуг); ціна реалізації одиниці товару (послуг); ціна ресурсів, які використовує компанія в процесі виробництва та забезпеченні господарських потреб виробництва. Ступінь впливу компанії на фактори першої групи, в умовах розвинутих ринкових відносин, — низький.

До другої групи факторів належать: кількість спожитих ресурсів для виробництва одиниці товару (послуг); кількість ресурсів необхідних для обслуговування, управління виробничою діяльністю та забезпечення господарських потреб виробництва. На другу групу факторів компанія має безпосередній сильний вплив.

Цей вплив здійснюється через технологію виробництва та організацію управління підприємством.

З аналізу факторів, які мають вплив на прибутковість роботи підприємства, випливає, що у компанії є дуже важливий і радикальний спосіб виграти у конкурентній боротьбі. Це перманентне вдосконалення технологій виробництва та управління компанією. Технологія виробництва визначає мінімально необхідну кількість ресурсів змінного характеру, що витрачаються на виготовлення одиниці продукції (послуг), та кількість ресурсів постійного характеру, які забезпечують обслуговування процесів виробництва і реалізації даної продукції (послуг). Технологія управління компанією диктує певний рівень витрат на забезпечення оптимального управління підприємством. З розвитком науково-технічного прогресу системи управління компаніями стають все більш досконалими і високоефективними.

Дуже цікавим і повчальним прикладом конкурентної боротьби на технологічному рівні є ситуація в автомобільній промисловості. Виробничі та управлінські витрати в даній галузі максимально оптимізовані й головна конкурентна боротьба перемістилася у сферу зменшення термінів розробки і впровадження у виробництво нових моделей автомобілів, зменшення періоду підготовки і переналадження технологічного устаткування.

Компанії прагнуть забезпечити безперервний процес "проекування" — технологічної підготовки виробництва — управління верстатами з ЧПУ". Прикладом реалізації такого підходу є впровадження системи "Форд-2000". На створення системи було витрачено більше 4 млрд дол. Система підтримується супутнико-

вим зв'язком підприємств, розташованих на різних континентах. Зміни тривимірної моделі нової марки автомобіля можуть бути узгоджені між всіма учасниками процесу розробки (проектанти, дизайнери, технологи, виробничники, економісти і т.д.) протягом декількох годин. Система дозволила скоротити цикл розробки та випуску нового автомобіля типу Ford-Focus з трьох до півтора років [2].

## ВИСНОВКИ

При наближенні ринкових умов, в яких функціонує компанія, до "ідеальних" (досконала конкуренція) вплив виробника на обсяги реалізації товару, ціни на товар і придбані ресурси зменшується. Головні пріоритетами товаровиробника є пошук можливостей покращення технології проектування, впровадження і виробництва товару, оптимізація витрат на управління підприємством.

Масштаб інтенсивності конкуренції визначається тим, як швидко переваги в прибутку губляться в результаті успішного відтворення інновацій конкурентами. У першу чергу, це залежить від того, наскільки швидко конкуренти реагують на ривок вперед підприємства-піонера і наскільки динамічним є попит.

## Література:

1. Маршалл Поумер. Модель совершенной конкуренции и роль государства / Сборник "Реформы глазами российских и американских ученых" / Под редакцией акад. О.Т. Богомолова. — 1996: <http://rusref-nm.ru/pomer2.htm>

2. Управление инновационными проектами: учеб. пособие / Под ред. проф. В.Л. Попова. — М.: ИНФРА-М, 2007. — С. 104.

Стаття надійшла до редакції 11.05.2010 р.

## ПЕРЕДПЛАТА

ВИДАННЯ МОЖНА ПЕРЕДПЛАТИТИ З БУДЬ-ЯКОГО МІСЯЦЯ!

— ЧЕРЕЗ РЕДАКЦІЮ (ТЕЛ. 458-10-73);

— ЧЕРЕЗ ДП "ПРЕСА"  
(У КАТАЛОЗІ ВИДАНЬ УКРАЇНИ);

— ЧЕРЕЗ ПЕРЕДПЛАТНІ АГЕНТСТВА: "САММІТ", "ІДЕЯ", "БЛІЦ ІНФОРМ", "KSS", "МЕРКУРІЙ", "ПРЕСЦЕНТР", "ВСЕУКРАЇНСЬКА ПЕРЕДПЛАТНА АГЕНЦІЯ", "ФЛОРА", "ПЕРІОДИКА", "КОБЗАР", "ДІАДА", "ДОНБАС ДЕ-ЮРЕ", "ДІЛОВА ПРЕСА", "ФАКТОР"