

6. Плотников К. Н. Очерки истории бюджета Советского государства / К. Н. Плотников. — М. : 1954.
7. Марьяхин Г. Л. Очерки истории налогов с населения в СССР / Г. Л. Марьяхин. — М. : Финансы, 1964.
8. Сеницын. Всенародная помощь фронту / Сеницын. — М. : Воениздат, 1975.
9. Сьома сесія Верховної Ради УРСР 1-го скликання 28–30 червня 1945 р. : стеногр. звіт. — К. : Укрполітвидав, 1945.
10. Зверев А. Г. Государственные бюджеты Союза ССР (1939–1945 гг.) / А. Г. Зверев. — М. : Госфиниздат, 1957. — 46 с.
11. Пятаченко Г. О. Становлення та розвиток фінансів України (1917–2003 рр.) / Г. О. Пятаченко, Кухарцев Л. В. — К. : НДФІ, 2005.

удк 330.8

ЕВОЛЮЦІЯ ТЕОРІЇ КОНКУРЕНЦІЇ В ІСТОРІЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ XVIII–XX СТОЛІТЬ

ГЕРАСИМЕНКО А., к. е. н., ст. викладач кафедри економічної теорії та конкурентної політики КНТЕУ

Категорія "конкуренція" як і явище, що нею описується, мають дуже давню історію. Однак до кінця XVIII ст. конкуренція не являла собою предмет систематичного дослідження вчених-економістів. З одного боку, це обумовлено слабкістю позицій конкуренції в середньовіччі, за часів існування цехової системи організації виробництва, а з іншого – недостатньою спеціалізацією економічної науки того часу. Дж. Стіглер зазначає: "Конкуренція ввійшла в економічну теорію з побутової мови, і тривалий час це слово означало лише незалежне суперництво двох або більше осіб" [24]. З розвитком економічної думки внутрішній зміст та форми прояву конкуренції змінювалися, а сама категорія – наповнювалася та розросталася.

Проблемам розвитку конкуренції присвятили свої роботи корифеї економічної думки А. Сміт, Дж. Мілль, Дж. Кларк, В. Джевонс, П. Сраффа, А. Пігу, Дж. Робінсон, Е. Чемберлін, Ф. Хайек, М. Портер, а також сучасні українські економісти-дослідники В. Базилевич, Л. Дідківська, А. Ігнатюк, О. Костусева, В. Лагутін, Г. Лозова, С. Черненко та ін. Кожен із них вніс свій вклад у теорію конкуренції.

© Герасименко А., 2009

Вперше про конкуренцію як про силу, здатну встановлювати та регулювати рівновагу на ринку заговорив А. Сміт. Він зазначав, що скорочення пропозиції зумовлює конкуренцію серед покупців – гонитву за обмеженою пропозицією, що піднімає ціни; а надлишок пропозиції спричиняє суперництво між виробниками заради позбавлення від надлишку, що призводить до зниження цін. Конкуренція позбавляє учасників ринкового процесу влади над ціною [10]. Чим численнішими є економічні суперники, тим швидше між ними виникає боротьба за переваги за допомогою збивання та нарощування цін. "Якщо капітал розділено між двома торговцями бакалією, то взаємна конкуренція буде змушувати їх обох продавати свої товари дешевше, ніж якби товар знаходився в одних руках. Якщо ж весь капітал виявився б розподіленим серед двадцяти торговців, то їх конкуренція була б набагато сильнішою, а ймовірність змови між ними з метою підвищення цін – набагато меншою" [23, с. 503].

Отже можна зробити висновок про те, що однією із визначальних характеристик конкуренції є велика кількість учасників ринку. Іншими визначальними характеристиками конкуренції А. Сміт називає досконалу інформацію та досконалу мобільність ресурсів. Наприклад, він пише "коли внаслідок збільшення дійсного попиту ринкова ціна зросла значно вище від його природної ціни, особи, що витрачають свої капітали для забезпечення ринку цим товаром, зазвичай намагаються приховати таку зміну. Якби вона стала загальновідомою, їхній великий прибуток спонукав би таку значну кількість нових конкурентів вкласти в цю справу свої капітали, що дійсний попит виявився б цілком задоволеним і ринкова ціна невдовзі знизилася б до рівня природної ціни" [23].

Формування А. Смітом визначальних характеристик конкуренції суттєво наближує його вчення до трактування теорії конкуренції, властивого економічній думці середини ХХ ст., яке ще й сьогодні можна зустріти в переважній більшості підручників з мікроекономіки. Однак аналіз конкуренції А. Сміта не співпадає зі статичною концепцією досконалої конкуренції, адже він має на увазі перш за все процес суперництва, завдяки якому ринкові ціни рухаються у напрямі до природних, а не фактично задані характеристики кінцевого стану досконалої конкуренції [10, с. 39]. Тобто конкуренція у А. Сміта – це динамічний процес, механізм саморегулювання ринку, який класик називає "невидимою рукою", що спрямовує егоїстичні інтереси окремих учасників ринку на досягнення більш високих суспільних цілей [10, с. 51].

Продовжуючи дослідження Сміта, Дж. Кернс визначив вільну конкуренцію як стан, за якого товари обмінюються пропорційно витратам (праці й капіталу) на їх виробництво [24, с. 303]. Це розширює межі застосування категорії "конкуренція" із окремої галузі до економіки в цілому. Фактично мова йде про появу поняття "міжгалузева

конкуренція", яка вирівнює норми прибутку, оптимізуючи розміщення ресурсів у економіці, хоча сама категорія "міжгалузєва конкуренція" ні Смітом, ні Кернсом не вживалася.

Не менш важливе місце в економічній теорії відводить конкуренції Дж. Мілль. Він зазначає: "...лише завдяки принципу конкуренції політична економія має право претендувати на науковий характер. У тій мірі, в якій розмір ренти, прибутку, заробітної платні і цін визначається конкуренцією, для них можна встановити закони" [16, с. 394]. Водночас Дж. Мілль застерігає від надмірного захоплення рівноважною здатністю конкуренції. Він зазначає, що політична економія використовує механізм конкуренції для побудови абстрактної моделі економіки, а не для розробки безпосереднього плану дій [16, с. 394].

Говорячи про таку абстрактну модель економіки Дж. Мілль своєрідно передбачив подальший напрям розвитку економічної теорії в роботах представників математичної школи, неокласиків тощо. Наприклад А. Курно, використовуючи тезу А. Сміта про відсутність в учасників конкурентного ринку влади над цінами, у властивому йому математизованому вигляді визначає горизонтальний характер індивідуальної кривої попиту в умовах конкуренції [1, с. 90]. Цим самим він зробив перший крок до формування моделі ринку досконалої конкуренції, яка видозмінила значення категорії "конкуренція" на десятки років. Відбулася заміна динамічного підходу до розуміння конкуренції як процесу, що забезпечує розвиток економіки, рух від нерівноважного до рівноважного стану економіки, на статичний підхід, що визначає конкуренцію як певний, визначений стан ринку – "стандарт для оцінки результатів дії неконкурентних ринкових структур"[10, с. 297].

Найбільш ілюстративно зазначені зміни відображає робота В. Джевонса "Теорія політичної економії". Його концепція конкуренції складала частину концепції ринку, а досконалий ринок характеризувався двома умовами: ринок теоретично ідеальний, коли всі торговці володіють вичерпними знаннями про умови пропозиції та попиту, а також цінові пропорції, що звідси впливають; на ринку існує вільна конкуренція [4, с. 92]. В. Джевонс змішав поняття "конкуренція" та "ринок", і це було значною мірою повторено його послідовниками. Отже, наприкінці ХІХ ст. в теорії конкуренції відбулася зміна теоретичної парадигми дослідження та розуміння конкуренції, сформувався передумови для активного розвитку теорії статичної конкуренції або теорії досконалого конкурентного ринку.

Останній в неокласичній економічній теорії являє собою ринкову структуру, що характеризується:

- великою кількістю учасників ринку, жоден з яких не в змозі самостійно впливати на умови обороту товару на ринку;
- однорідністю продукції, що реалізується на ринку;

- відсутністю бар'єрів входження в ринок (виходу з ринку);
- повною поінформованістю усіх учасників ринку про умови господарювання на ринку.

Струнка модель ринку досконалої конкуренції мала не тільки прихильників, що визнавали її переваги, а й критиків як моделі в цілому, так і окремих її положень. Наприклад, Дж. Кларк, розвиваючи концепцію статичної економіки (конкуренція тут розглядається як елемент статичної економіки), приписує всі динамічні зрушення п'яти силам: приросту населення; приросту капіталу; удосконаленню технології виробництва; зміні форм організації промислових підприємств; зростанню потреб споживачів [14, с. 333–334].

При цьому статичний стан економіки Дж. Кларк вважає таким, якого суспільство постійно прагне досягти під дією конкуренції [14, с. 333–334]. Тобто спостерігається певний дуалізм підходів до розуміння конкуренції як такої: з одного боку, конкуренція – це рівноважний стан ринкової економіки, з іншого – певна динамічна сила, що спрямовує суспільство до цього рівноважного стану. Проте сам Дж. Кларк не вбачав у цьому протиріччя. Він говорить, що коли всі ці п'ять сил діють разом, то вони "значною мірою нейтралізують одна одну, оскільки мова йде про групове координування, і завдяки цьому дійсна форма суспільства є набагато ближчою до теоретичної статичної форми, ніж це було б можливо у випадку, якби ці впливи діяли окремо; цінності, зарплатня, відсоток і прибутки є набагато ближчими до тих, якими вони були б під впливом однієї конкуренції, ніж це було б можливим, якби діяла менша кількість факторів" [14, с. 333–334]. Стаціонарний стан за умов досконалої конкуренції – це параметри довгострокової рівноваги, до яких прямують фактичні показники. Таким чином, Дж. Кларк не тільки не розвінчує теорію досконалої (статичної) конкуренції, а ще й посилює позиції останньої в економічній теорії.

Більш вдалою видається критика не самої теорії досконалої конкуренції як абстрактної теоретичної конструкції, а можливостей її практичного застосування. Ще у середині XIX ст. Дж. Мілль зазначав: "Для того, щоб запобігти помилці ми повинні застосовуючи висновки політичної економії до подій реального життя, враховувати не лише те, що відбудеться за умов максимального панування конкуренції, але і те, наскільки зміниться результат, якщо панування конкуренції буде неповним" [16, с. 401]. Досконала конкуренція є нереалістичною, вона дає, за словами П. Самуельсона, "емпірично недосконалу модель реального світу" [22, с. 357]. Якщо вимоги щодо великої кількості учасників ринку або відсутності бар'єрів входження в умовах сучасної економіки є потенційно виконуваними, то, наприклад, вимога щодо інформаційної прозорості ринку на жодному із нерегульованих ринків повністю не може бути виконана.

На це ще на початку ХХ ст. звернув увагу В. Войтінський. "Повна поінформованість, якою економісти наділяють купців і покупців сучасного ринку, не лише не є їх дійсною властивістю на реальному ринку, а й навіть у вигляді тенденції не спостерігається в типовій дійсності... історично "поінформованість щодо всіх умов" виявляє швидше тенденцію до пониження, ніж до підвищення, швидше належить минулому, ніж теперішньому" [11, с. 249].

Отже, інформаційно досконалого ринку, як його визначив Дж. Стіглер, насправді не існує. Звідси випливає практична непридатність ще однієї характеристики ринку досконалої конкуренції – єдиної ринкової ціни (горизонтальної кривої попиту). В. Войтінський пише: "в дійсності ринкової ціни як особливої самостійної єдності не існує взагалі: ринкова ціна являє собою не що інше, як сумарне позначення для всіх різних цін на даний товар, встановлених у різних магазинах ринку" [11, с. 137–141]. Має місце так звана "дисперсія цін", що "розмиває" функції попиту і пропозиції. Вона дозволяє визначити не єдину ринкову ціну як спільну точку для точних функцій попиту і пропозиції, втілених у чітких кривих і точних рівняннях [12, с. 51–52], а певний набір ринкових цін, або середню ринкову ціну.

Існують й інші причини для критики положення щодо існування єдиної ринкової ціни. Зокрема Р. Тріффін критикував критерій абсолютної еластичності попиту (єдиної ринкової ціни для будь-якого обсягу випуску продукції), виходячи з того, що попит на ринку, крім іншого, є функцією фундаментальних технологічних і поведінкових факторів, напрям дії яких для кожного окремого випадку не є визначеним [8, с. 137–141]. Фактично мова йде про дію низки інституціональних факторів. Серед таких, наприклад, Дж. Мілль називає звичай. "Лише у великих ділових центрах роздрібні ціни були визначені головним чином або хоча б значною мірою конкуренцією. В інших місцях конкуренція... діє, лише викликаючи тимчасове коливання цін; звичним регулятором цін є звичай, що час від часу змінюється існуючими в умах покупців і продавців уявленнями про якусь справедливість чи відповідність цін" [16, с. 400].

На інше звертає увагу Д. Норт. "Постулат інструментальної раціональності, прийнятий неокласичною теорією, передбачає, що діючі особи мають всю необхідну інформацію для коректної оцінки альтернатив вибору та їхніх наслідків. Це дозволяє їм досягти бажаного результату" [18, с. 14]. Однак насправді учасники ринку не мають повної інформації про можливі наслідки своїх дій. Ця проблема отримала назву "феномен неповноти угод".

Засобом подолання непевності, що випливає з феномену неповноти угод, є інститути – структура, на яку люди накладають на свої взаємини, визначаючи в такий спосіб стимули, що поряд з іншими обмеженнями (бюджетними, технологічними тощо) окреслюють межі

вибору, а вони, у свою чергу, задають і межі функціонування економіки та суспільства протягом того або іншого періоду. Інститути не визначають цілковито поведінку людини, а лише обмежують набір альтернатив, з яких індивід може обирати згідно зі своєю критеріальною функцією [27, с. 23]. Інститути, як і розмиті криві попиту та пропозиції, не відкидають повністю статичну теорію конкуренції. Вони пристосовуються до вже існуючої стандартної аналітичної моделі дослідження ринків, збільшуючи невизначеність останньої, проте зберігаючи її роль як методологічної основи економічних досліджень.

Критика теорії досконалої конкуренції на цьому не припиняється. П. Сраффа у своїй статті "Закони отримання доходу в умовах конкуренції" говорить про те, що кількість накопичених критичних зауважень щодо неспроможності досконалої конкуренції як світоглядної моделі економічної дійсності вже досягла тієї межі, за якою виникає об'єктивна потреба зміни світоглядної установки. "Нас... схилили до того погляду, що коли виробництво здійснюється великою кількістю підприємств, абсолютно незалежних – в сенсі контролю – один від одного, то теоретичні висновки, цілком відповідні умовам конкуренції, можуть застосовуватись навіть до тих випадків, коли ринок, на якому здійснюється обмін товарів, не є досконалим; нас хочуть переконати, що ці висновки можуть застосовуватись тому, що недосконалості конкуренції впливають в цілому із явищ тертя (*friction*), здатних лише затримувати в часі або злегка модифікувати дію активних сил конкуренції, яким в кінцевому рахунку вдається подолати ці явища. Подібні погляди видаються неприйнятними. Багато із перешкод, які порушують єдність ринку, що є головною умовою конкуренції, за своєю природою не відносяться до явищ "тертя"; вони самі по собі є активними силами, що здійснюють перманентний і навіть кумулятивний вплив" [7, с. 542]. Сучасна йому дійсність, вважає Сраффа, все більшою мірою стає ближчою до теоретичної моделі монополії (хоча визнає і її недостатню реалістичність), ніж до моделі досконалої конкуренції, тоді як саме остання являлась основою багатьох теоретико-економічних досліджень того часу.

Продовжуючи цю думку Г. Хотеллінг піддає економічну теорію досконалої конкуренції критиці за те, що вона не враховувала, що "у кожного продавця є групи покупців, які, незважаючи на різницю в цінах, віддають перевагу купівлі саме у нього, а не в його конкурентів... Існування таких груп клієнтів перетворює кожного підприємця, в межах обмеженого класу товарів і обмеженого району, в монополіста, а монополії, дія якої не була б обмежена певним класом товарів і певним районом, не існує взагалі. Різниця між "Standard Oil Co" часів її розквіту та дрібною бакалійною лавкою є швидше

кількісною, ніж якісною. Область реальних явищ розміщена між тим, що в теорії називається досконалою конкуренцією, і тим, що називається досконалою монополією" [3, с. 44].

Джерелом монопольної влади, описаним Хотеллінгом, є диференціація продукції. Продукти загального виду є диференційованими тоді, коли існують будь-які суттєві підстави для того, щоб відрізнити товари (або послуги) одного продавця від товарів (або послуг) іншого. Такі підстави можуть бути реальними або уявними, головне – щоб вони мали якесь значення для покупців і призводили в результаті до того, що покупці віддавали б перевагу одному різновиду продуктів порівняно з іншим [26, с. 103–104]. Саме так визначає диференційований продукт Е. Чемберлін – автор теорії монополістичної конкуренції. Ця теорія, побачивши світ у 30-х роках ХХ ст., одночасно з теорією недосконалої конкуренції Дж. Робінсон, одразу ж здобула багато прихильників, як така, що здатна пояснити емпіричні відхилення від досконалої конкуренції. Сам Е. Чемберлін, оцінюючи значення цієї теорії в економічній науці, пише: "Поняття монополістичної конкуренції – це виклик традиційній точці зору економічної науки, згідно якої конкуренція і монополія – альтернативні поняття і окремі ціни слід пояснювати або в категоріях конкуренції, або в категоріях монополії. Ми, навпаки, вважаємо, що більшість економічних ситуацій являє собою складні явища, що включають і конкуренцію і монополію" [26, с. 281–282].

Для пояснення передумов і джерел такого синтезу Е. Чемберлін звертається до робіт своїх попередників. Зокрема, А. Маршал у своїх "Принципах політичної економії" зазначав: "коли ми розглядаємо індивідуального виробника, ми повинні зіставляти його криву пропозиції не з загальною кривою попиту, а з особливою кривою попиту на його власному особливому ринку" [10, с. 382]. Беручи цю тезу за основу, Чемберлін доводить існування спадної кривої попиту на диференційований товар, що, по суті, відображає існування "власного особливого ринку" А. Маршалла. Він показує наявність логічного, причинно-наслідкового зв'язку між такими поняттями як ступінь диференціації продукції, еластичність попиту та ринкова (монопольна) влада. Водночас дійсним у моделі монополістичної конкуренції залишається суперництво між безліччю ринкових гравців, наявність яких не притаманна монополії. Більше того, вперше за тривалий час панування неокласичної парадигми статичної конкуренції з-під пера Е. Чемберліна виходить теорія, що збагачує внутрішній зміст поняття "конкуренція". Починаючи з А. Сміта конкуренція як засіб встановлення ринкової рівноваги розглядалася переважно у своїй ціновій формі, а Е. Чемберлін наголошує на тому, що нецінова конкуренція, що виникає між товарами-замінниками та, відповідно, їх виробниками, є не

гіршим ринковим регулятором за її ціновий аналог. Нецінова конкуренція дозволяє охопити ті сфери в яких цінова конкуренція потерпіла поразку з огляду на товарну неоднорідність ринку.

За умови існування великої кількості заміників товару, зазначає Дж. Робінсон, монополістична конкуренція здатна перетворитися на досконалу. Вона пише, що нові фірми, так би мовити, "вклинюються між старими (або географічно, або відносно спеціальних якостей, якими їх товари різною мірою приваблюють різних покупців). Таким чином, з точки зору покупця різниця між двома суміжними підприємствами зменшується, клієнти кожного підприємства починають відноситися до нього все байдужіше й еластичність попиту зростає... Послідовне збільшення еластичності попиту, що відбувається таким чином, в кінцевому рахунку повністю усуне недосконалості ринку" [6, с. 101]. Таким чином, Дж. Робінсон несвідомо переносить акценти із дійсної конкуренції між безпосередніми учасниками ринку у сферу особливої форми потенційної конкуренції – конкуренції з боку товарів-замінників. Свобода входження в ринок у цьому сенсі носить універсальний характер, адже ступінь замінності – величина відносна.

Однак існує ціла низка обмежень, здатних запобігти реалізації перетворення монополістично конкурентного ринку в досконалий. Дія таких обмежень свого часу викликала гострі дискусії щодо спроможності монополістичної конкуренції як теоретичної моделі, здатної пояснювати реальну дійсність. Значення роботи Чемберліна, пише Блауг, було перебільшено: монополістична конкуренція може бути таким же рідкісним випадком, як і досконала конкуренція. Справа в тому, що більшість ринків і, що особливо важливо, роздрібна торгівля та ринок послуг, які, як здавалося багатьом, і являють собою ринки монополістичної конкуренції, демонструють наявність взаємозалежності припущень, характерну для олігополії. Така ситуація, вважає Д. Крепс, відрізняється від описаної в моделі монополістичної конкуренції; це модель локальної олігополії із вільним входом [10, с. 368].

Олігополія стала об'єктом дослідження вчених економістів ще в середині XIX ст. Щоправда сам термін "олігополія", будучи введеним в європейську лексику в 1516 р. Томасом Мором у його всесвітньо відомому романі "Утопія" [17, с. 59], до початку XX ст. майже не використовувався. Наприклад, А. Пігу для ідентифікації типу ринку, якому відповідає конкуренція між декількома продавцями, кожен із яких виробляє значну частку продукції, що поставляється на ринок, використовує термін "монополістична конкуренція" [20, с. 262].

Термін "олігополія" використовується економістами як такий, що означає певний тип побудови ринку, за якого сторона пропозиції представлена невеликою кількістю порівняно великих підприємств-продавців однорідної продукції або близьких субститутів [12, с. 164]. Щоправда, деякі економісти визначають олігополію не як ринок

небагатьох (як це робив Т. Мор), а як "конкуренцію небагатьох" [2, с. 309], підкреслюючи тим самим основну особливість цього типу побудови ринку. На ринках досконалої конкуренції та монополії відсутні будь-які види змагальності між продавцями. Особливість же олігополії полягає у загальній взаємозалежності поведінки підприємств-продавців. Підприємство-олігополіст не може не зважати на те, що обране ним співвідношення між рівнем ціни і кількістю продукції, яку воно зможе продати за цією ціною, залежить від поведінки його конкурентів, яка, у свою чергу, залежить від прийнятого ним рішення, тобто виникає новий тип конкурентних відносин – стратегічна конкуренція.

Стратегічною конкуренцією, спираючись на визначення стратегії в теорії ігор, можна вважати такий вид підприємницької поведінки, що враховує можливі варіанти поведінки його конкурентів і змінюється відповідно до останніх. При цьому взаємозалежними суб'єктами та, відповідно, суб'єктами стратегічної конкуренції можуть бути не тільки дійсні, а й потенційні учасники ринку. Адже при формуванні набору реакцій суб'єкти господарювання здатні враховувати можливі загрози входження нових конкурентів у ринок та запобігати їм, формуючи відповідні конкурентні стратегії. Йдеться про створення так званих "стратегічних бар'єрів входження в ринок". До числа останніх відносять надмірне розширення обсягу випуску, яке обмежує залишковий попит настільки, що входження нового учасника в ринок стає неприбутковим [9, с. 231], хижацьке ціноутворення, розмноження торговельних марок* тощо. Проблеми стратегічної протидії потенційній конкуренції досліджували такі класики теорії галузевої організації, як А. Діксіт, Дж. Бейн, Ж. Тіроль та ін. [13].

У більш абстрактній формі проблема бар'єрів та їх впливу на конкуренцію піднімалася і раніше. На межі XIX—XX ст. А. Маршалл зазначав, що конкуренція є досконалою тільки тоді, коли входження в галузь є вільним [10, с. 359]. Продовжуючи цю думку декілька десятиліть потому В. Ойкен стверджував, що в рамках окремого закритого бар'єрами ринку конкуренція все ще може залишатися ефективною, проте досягнення загальноекономічної рівноваги виключає наявність бар'єрів, які формують перешкоди для вільного переливу капіталу та інших виробничих ресурсів між галузями [19, с. 349].

Ці та подальші дослідження Дж. Бейна, Г. Демсеца, Е. Фама і А. Лаффера стали джерелом революційного відкриття В. Баумолем, Д. Панцаром і Р. Віллігом феномену змагального ринку. Його революційність на відміну від аналогічних досягнень попереднього періоду (наприклад, розробки теорії монополістичної конкуренції, олігополії

* Розмноженням торговельних марок називається стратегія дійсних учасників ринку, які пропонують усе нові й нові торговельні марки, аби заповнити всі ніші на ринку, що можуть забезпечити новим учасникам простір для прибуткового входження.

тощо) полягає не стільки у наближенні існуючої теорії конкуренції до реальної дійсності, скільки у формуванні нової теоретичної моделі конкуренції, ширшої за модель досконалої (чи навіть монополістичної) конкуренції, а отже більш прийнятної для пояснення основоположних засад поведінки реальних економічних агентів.

Замінити ідеал досконало конкурентного ринку на ідеал змагального, пропонують В. Баумоль, Д. Панцар і Р. Вілліг. При цьому змагальним ринком визнається ринок, входження на який є абсолютно вільним, а вихід – абсолютно безкоштовним [9, с. 116]. Легкий вхід на ринок і вихід з ринку забезпечують у рамках теорії змагальних ринків низькі ціни на рівні граничних витрат, вільний перелив капіталу між галузями та захист від неефективності виробництва незалежно від структури ринку. Автори теорії змагальних ринків зазначають, що ідеальна поведінка змагальних олігополій чи наявність у змагальній монополії стимулів до обмеження монополістичної діяльності не може без застережень відноситися до всіх олігополій чи нерегульованих монополій, що існують на практиці. Реальні ринки рідко бувають абсолютно змагальними, як і абсолютно конкурентними. Однак критерій змагальності формує більш широкий ідеал ринку, точку відліку для більшої спільності, ніж досконала конкуренція; він розширює область, у якій править "невидима рука" [9, с. 114].

Таким чином, статична теорія конкуренції із розвитком теорії олігополії та появою понять стратегічної та потенційної конкуренції позбувається своєї стрункості. Все частіше конкуренція проявляє свою дуалістичну природу. З одного боку, конкуренція являє собою ідеальну аналітичну модель ринку, що є методологічною основою дослідження економічної дійсності у певний визначений період часу; з іншого – це динамічна основа розвитку економіки, механізм досягнення та порушення рівноважного стану економіки, що відбувається у процесі боротьби внутріконкурентних протиріч.

Аналізуючи критичну масу наведених вище суперечностей між статичним та динамічним підходом до конкуренції, накопичену протягом тривалого періоду панування неокласичної парадигми в економічній теорії загалом та у теорії конкуренції зокрема, Ф. Хайек розводить поняття конкуренція та конкурентний ринок, що були недбало поєднані В. Джевонсом понад сто років тому і визначили характер і напрям розвитку економічної науки упродовж відповідного періоду. Він пише, що конкуренція є динамічним за своєю природою процесом, загальним принципом відбору ефективних форм економічного життя, тоді як конкурентна рівновага (досконала конкуренція) – являє собою статичну модель ринку, лише одну із можливих точок реального конкурентного процесу, що не є єдиною можливою і детермінованою [27, с. 38].

Конкуренція у Ф. Хайека – це процедура відкриття, цінність якої полягає в тому, що вона є непередбачуваною. Він називає її "методом виховання людського розуму" [25, с. 51]. Конкуренція з необхідністю, потребує раціональної поведінки як умови перебування на ринку. Шляхом конкуренції одні учасники як більш розумні примушують інших до змагання, до оспорювання результатів. У суспільстві, де раціональна поведінка приносить свої плоди, такі методи інші намагаються наслідувати. На думку Хайека, загальним правилом інтелектуального зростання суспільства є поразка консерваторів, що здійснюють опір новому. Конкуренція для нього – це процес доказу правоти меншості, коли більшість схиляється до дій, яких раніше не бажала. Вона посилює ефективність, змінює звички, закликає до більшої уважності, що є марним в безконкурентних умовах. "Конкурентів, – пише Хайек, – ми сприймаємо з роздратуванням, оскільки вони заважають нам спокійно жити. Однак за цими зовнішніми ефектами приховується непряма вигода решти" [25, с. 52].

Продовжуючи цю думку, представники теорії конкурентної еволюції, зокрема С. Уінтер і Р. Нельсон, зазначають, що наявність конкурентних відмінностей між фірмами у процесі суперництва обумовлює економічний розвиток системи в цілому, в якій фірма, з одного боку, є членом ділової популяції, тому неминуче відчуває на собі всі наслідки еволюції даного співтовариства, а з іншого боку – володіє власними традиціями у визначенні напрямку діяльності, обсягів потрібних ресурсів і технологій, тобто так званими "ключовими можливостями", що визначають характер її конкурентної стратегії [15, с. 23].

Отже, головна проблема економічного розвитку сьогодні полягає не в пошуку ефективного розподілу ресурсів із врахуванням технологій, як вважали представники теорії загальної рівноваги. У центрі уваги повинно опинитися питання специфіки динамічного розвитку фірм, виявлення сил, які потенційно можуть викликати позитивні зміни самої фірми, чи її оточення. Особливе місце серед таких сил, на думку автора статті, належить конкуренції в інтегрованому значенні цього терміна, запропонованому М. Портером. Він визначає конкуренцію на ринку як результат дії п'яти сил: суперництва між продавцями-конкурентами (горизонтальної конкуренції), загрозою появи нових конкурентів та загрозою появи товарів-замінників (потенційної конкуренції), контролю з боку постачальників та контролю з боку покупців (вертикальної конкуренції) [21, с. 32–33].

Саме таким стратегічним і динамічним є сучасне бачення конкуренції та її ролі в економічній теорії і практиці господарської діяльності. Пройшовши довгий шлях еволюції, категорія "конкуренція" збагатилася внутрішньо і проявилася у великій кількості різноманітних форм, про які йшлося вище. Вона стала більш об'ємним, універсальним індикатором економічного розвитку країни, регіону, світу як на сучасному етапі, так і в перспективі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Cournot A.* Mathematical Principles of the Theory of Wealth / A. Cournot. — New York, 1929.
2. *Gravelle H.* Microeconomics London / H. Gravelle, R. Rees. — New York, 1990.
3. *Hotelling H.* Stability in Competition / H. Hotelling // Economic Journal. — 1929. — Vol. 39.
4. *Jevons W. S.* Theory of Political Economy / W. S. Jevons. — 1st ed. — London, 1871.
5. *Kreps D. A.* Course in Microeconomic Theory / D. A. Kreps. — New York, 1990.
6. *Robinson J.* The Economics of Imperfect Competition / Robinson J. — London : Macmillan, 1933.
7. *Sraffa P.* The Lows of Returns under Competitive Conditions / P. Sraffa // Economic Journal. — 1926. — Vol. 36. — No 144. — Dec.
8. *Triffin R. M.* Monopolistic Competition and General Equilibrium Theory / R. M. Triffin. — Cambridge, 1940. — P. 137–141.
9. *Баумоль В. Дж.* Состязательные рынки: мятеж в теории структуры отрасли / В. Дж. Баумоль // Вехи экономической мысли. Теория отраслевых рынков. Т. 5 : под общ. ред. А. Г. Слуцкого. — СПб. : Эконом. шк., 2003.
10. *Блауг М.* Экономическая мысль в ретроспективе / М. Блауг : пер. с англ., 4-е из. — М. : Дело Лтд, 1994.
11. *Войтинский В.* Рынок и цены: теория потребления, рынка и рыночных цен / В. Войтинский. — СПб., 1906.
12. *Гальперин В. М.* Микроэкономика : в 2 т. / В. М. Гальперин, С. М. Игнатъев, В. И. Моргунов ; общ. ред. В. М. Гальперина. — СПб. : Эконом. шк., 1998. — Т. 2.
13. *Диксит А.* Роль инвестиций в предотвращении входа / А. Диксит // Вехи экономической мысли. Теория отраслевых рынков. Т. 5 : под общ. ред. А. Г. Слуцкого. — СПб. : Эконом. шк., 2003 ; *Bain J. S.* Barriers to New Competition / Joe S. Bain. — Cambridge : Harvard University Press, 1956 ; *Tirole J.* Dynamic Models of Oligopoly / Jean Tirole. — London : Harwood, 1986.
14. *Кларк Дж. Б.* Распределение богатства / Дж. Б. Кларк. — М. : Гелиос АРВ, 2000.
15. *Лозова Г.М.* Формування конкурентного середовища в транзитивній економіці : дисертація на здобуття наук. ступ. канд. екон. наук. [рукопис] / Г. М. Лозова. — К., 2002.
16. *Милль Дж. С.* Основы политической экономии / Дж. С. Милль : пер. с англ. ; общ. ред. А. Г. Милейковсуккого. — М. : Прогресс, 1980. — В 2 т. — Т. 1.
17. *Мор Т.* Утопия / Томас Мор : пер. с англ. А. И. Малеина. — М. ; Л., 1947.
18. *Норт Д.* Институциональные изменения: рамки анализа / Д. Норт // Вопросы экономики. — 1997. — № 3.
19. *Ойкен В.* Основные принципы экономической политики / В. Ойкен : пер. с нем. ; общ. ред. Л. И. Цедилина, К. Херрмани-Пиллата ; вступ. сл. О. Р. Лациса. — М. : Прогресс, 1995.

20. *Пигу А.* Экономическая теория благосостояния / А. Пигу. — М. : Прогресс, 1985. — В 2 т. — Т. 1.
21. *Портер М. Э.* Конкуренция / М. Э. Портер : пер. с англ. — М. : Вильямс, 2002.
22. *Самуэльсон П. Э.* Монополистическая конкуренция – революция в теории / П. Э. Самуэльсон // Вехи экономической мысли. Т. 2. Теория фирмы ; под. ред. В. М. Гальперина. — СПб., 1995.
23. *Сміт А.* Добробут націй. Дослідження про природу та причини добробуту націй / А. Сміт. — К. : Port-Royal, 2001.
24. *Стиглер Дж.* Совершенная конкуренция: исторический ракурс / Дж. Стиглер // Вехи экономической мысли. Теория фирмы. Т. 2. / под ред. В. М. Гальперина. — СПб. : Эконом. шк., 2000.
25. *Хайек Ф. А.* Познание, конкуренция и свобода / Ф. А. Хайек. — СПб. : Пневма, 1999.
26. *Чемберлин Э. Х.* Теория монополистической конкуренции. Реориентация теории стоимости / Э. Х. Чемберлин. — М. : Изд-во иностран. лит., 1959.
27. *Черненко С. О.* Конкуренція та ефективність товарних ринків в Україні : монографія / С. О. Черненко. — К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2006.

удк 168.33

ПАРАДОКСИ НЕСКІНЧЕННОГО РЕГРЕСУ ТА РОЗПОДІЛУ СИНГУЛЯРНОСТЕЙ ЯК СТРУКТУРОЛОГІЧНІ СКЛАДОВІ "ЕКЗИСТЕНЦІЙНОГО ВАКУУМУ"

НІМЧИН С., викладач Української медичної стоматологічної академії (м. Полтава)

На сучасному етапі становлення європейської філософії та культури вагому роль відведено висвітленню питань, пов'язаних із означенням явищ, що впливають на зміну суб'єкта "безособистісним та доіндивідуальним полем". Ці так звані "сингулярності" утворюють множини, які не підкоряються ієрархічним і авторитарним законам. Вони являють собою чисті відмінності, антизагальності, котрі є безособовими та доіндивідуальними, займають простір несвідомого і мають здібність до комунікації, завдяки наявності своїх відмінностей. Відношення, яке передбачало відмежованість суб'єкта від усього іншого світу, в постінформаційному суспільстві має нагоду зберегтися лише як нередукований залишок "самості" індивіда, як структуро-

© Німчин С., 2009