

<https://doi.org/10.15407/sofs2021.02.042>
УДК: 339.137.2-021.271

Н.П. ЧЕТИРБОК, кандидат економічних наук, доцент,
Брестський державний технічний університет,
вул. Держинського, 22, 224023, Брест, Білорусь,
e-mail: natabrest@hotmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-6688-000X>

КАТЕГОРІЯ «КОНКУРЕНЦІЯ» ТА КОНГРУЕНТНІСТЬ ЇЇ ПОНЯТЬ

У статті розглядаються теоретичні аспекти та еволюція ринкової категорії «конкуренція» в контексті формування похідних від неї реперних понять: «конкурентні відносини», «конкурентні переваги» і «конкурентоспроможність». Дослідженню феномена конкуренції присвятили свої роботи вчені зі світовим ім'ям, такі як А. Сміт, Дж. Мілль, Д. Ріккардо, Е. Чемберлін, Дж. Робінсон та ін. В їхніх працях її зміст зазнав трансформації від поліполії до монополії, від концепції вільного ринку і досконалої конкуренції до монополістичної та олігополістичної моделей, а також нецінових методів конкурентної боротьби. Пізніше М. Портер, В. Ойкен, А. Стрікленд і А. Томпсон розширили її понятійні горизонти з урахуванням умов глобалізації економіки, транснаціоналізації її структури і настання нового етапу науково-технічної революції, увівши в обіг терміни «конкурентний простір», «конкурентне середовище», «конкурентні відносини», «конкурентні переваги». Обґрунтуванню механізмів формування конкурентоспроможності учасників цих систем присвячені дослідження багатьох учених пострадянського простору, зокрема білоруського вченого-економіста В.Ю. Шутіліна, який виявив каузальність понять «конкурентний потенціал», «конкурентні переваги» і «конкурентоспроможність».

На підставі проведених досліджень автором визначено структурно-функціональний взаємозв'язок між категорією «конкуренція» і виділених похідних від неї понять. В результаті розроблено алгоритм каузальної кореляції між ринковою конкуренцією (x) і конкурентоспроможністю учасників ринкової економічної системи (y), яка апроксимується за допомогою суперпозиції функцій $y = f(\mu(x))$. Її відмінною рисою є використання в якості допоміжної змінної $u = \mu(x)$ конкурентних відносин, які є, з одного боку, формою прояву конкуренції, з іншого — екзогенним чинником, що визначає розвиток ринкових суб'єктів, відповідною реакцією яких є формування конкурентних переваг, які забезпечують їм здатність до розвитку в умовах конкурентного ринку.

З теоретичної точки зору, отриманий результат розширює межі наукових уявлень про конкуренцію як базову категорію ринкової економіки. З практичної — обґрунтовує необхід-

Цитування: Четирбок Н.П. Категорія «конкуренція» та конгруентність її понять. *Наука та наукознавство*. 2021. № 2 (112). С. 42—54. <https://doi.org/10.15407/sofs2021.02.042>

ність її розмежування з поняттям «конкурентоспроможність», яке багатьма дослідниками ототожнюється із поняттям «конкуренція», що методологічно некоректно і через це може призвести до неправильних висновків. Розроблений автором алгоритм дозволяє запобігти такій інтерпретації.

Ключові слова: конкуренція, конкурентне середовище, конкурентні відносини, конкурентний потенціал, конкурентні переваги, конкурентоспроможність.

Вступ. В умовах становлення нових виробничих відносин на пострадянському економічному просторі актуальним завданням є розроблення теоретичних основ категорії «конкуренція» як максими ринкової економіки. У практичному плані не менш важливим є поняття «конкурентоспроможність» з точки зору його кореляції з базовою категорією «конкуренція». Розуміння рушійних сил і функціонального взаємозв'язку між чинниками, які визначають сутність цих двох понять, створює об'єктивні передумови для вирішення поставленого завдання, що свідчить про актуальність теоретичних досліджень еволюції ринкової категорії «конкуренція» в контексті формування похідних від неї понять.

Мета статті полягає у висвітленні теоретичних аспектів і шляхів еволюції наукових поглядів на категорію «конкуренція» у контексті формування похідних від неї понять, які забезпечують можливість її подальшого розвитку в мінливих умовах господарювання, а також у розробленні алгоритму каузальної кореляції між ринковою конкуренцією і конкурентоспроможністю учасників ринкової економічної системи.

Виклад основного матеріалу. Роль, яку відіграє конкуренція в економічному житті сучасного суспільства, важко переоцінити. Як показав увесь хід еволюції, до найбільш ефективних сьогодні належать ті економічні системи, які ґрунтуються на конкурентних відносинах. Конкуренція є спонукальним мотивом розвитку економіки, її руху шляхом науково-технічного прогресу. Тут також буде доречно послатися на вислів відомого англійського філософа і економіста XIX століття Дж. Мілля, який вельми пафосно порівнював конкуренцію в промисловому світі із сонцем у світі фізичному, вважаючи злом все, що її обмежує, і благом — все те, що здатне її забезпечити [1, 2].

Етимологічно поняття «конкуренція» походить від латинського терміна «*concurrentia*», який можна перекласти як «зіткнення», що якнайкраще відображає сутність економічних відносин, які складаються в процесі боротьби за лідерство між суб'єктами господарювання на глобальних і локальних ринках. Фактично це особливий вид суперництва між країнами за ресурси та інвестиції, а між підприємствами — за вигідні умови господарювання і максимізацію прибутку. Водночас існують й інші погляди на конкуренцію. Так, у класичній економічній теорії вона трактується як механізм саморегулювання комерційної діяльності, який врівноважує попит і пропозицію на товарному ринку. А в сучасній макроекономічній теорії конкуренція роз-

глядається як одна із властивостей ринку, тобто не як суперництво між його учасниками, а як ступінь залежності загальних ринкових умов від їх поведінки. Цим обумовлюється різноманітність уявлень про зміст конкуренції та її роль у формуванні й розвитку економічних відносин, що не дозволяє однозначно сформулювати її дефініцію. Проаналізуємо в цьому контексті основні підходи до визначення конкуренції як економічної категорії, взявши за основу наукові підходи до тлумачення її змісту.

Основоположником теорії конкуренції по праву вважається А. Сміт, який у своїй роботі «Дослідження про природу і причини багатства народів» (1776 р.) трактував її як поведінкову категорію, що характеризує взаємодію учасників ринкової системи, які змагаються один з одним за більш вигідні умови товарно-грошового обміну, а останні, в свою чергу, спрямовуються «невидимою» і не усвідомленою ними «рукою» ринку. Пізніше (1817 р.) основні ідеї А. Сміта про цінове регулювання ринку на основі конкуренції розвинув один із найбільш яскравих представників англійської класичної політекономії Д. Ріккардо, який розглядав конкуренцію як необхідну умову ринкового ціноутворення [3, с. 423; 4].

На думку ж згаданого вище Дж. Мілля, який зробив не менш вагомий внесок у розвиток класичної економічної теорії, конкуренція не тільки формує умови для вільного ціноутворення, а й сама по собі є економічним законом, що встановлює правила ринкової рівноваги [1, с. 394].

Отже, можна констатувати, що в рамках класичної економічної теорії конкуренція розглядається не тільки як іманентна ринку властивість, а й як об'єктивний закон розвитку ринкової економічної системи, який виступає найважливішим механізмом забезпечення її ефективності, пропорційності та динамічності. Згідно з цим законом конкуренція трансформує комерційні інтереси виробника щодо максимізації прибутку в громадські, які відображають потреби покупців щодо забезпечення їх товарами високої якості за мінімальної ціни.

Однак цей закон ґрунтувався на концепції вільного ринку і досконалої конкуренції, характерної для середини ХІХ століття, і означав такий стан економічної системи, за якого вплив її окремих учасників на загальну ситуацію був настільки малим, що ним можна знехтувати. Тому з появою в структурі економіки на початку ХХ століття великих підприємств та їх об'єднань з'явилась потреба в його коригуванні, оскільки стало очевидним, що при розширенні масштабів виробництва великі підприємства отримують додаткові переваги, які вони не можуть реалізувати в умовах досконалої конкуренції. Конкуренція стала недосконалою, що вимагало розроблення нової, адаптованої до неї ринкової моделі.

В результаті виникла структурна концепція конкуренції, в якій акцент змістився з дослідження боротьби між конкурентами на аналіз структури ринку. Так, Е. Чемберлін розробив модель монополістичної конкуренції (1933 р.), згідно з якою на ринку функціонує велика кількість продавців

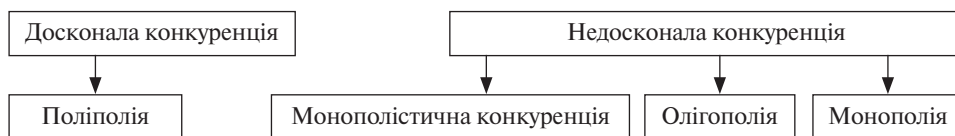


Рис. 1. Основні види конкуренції

Джерело: [7, с. 88, 89; 8, с. 172].

і діяльність одного з них не впливає на ефективність діяльності його конкурентів. Крім того, на основі аналізу феномена диференціації продукту він висунув оновлену концепцію ціноутворення з провідною роллю нецінових факторів [5].

У тому ж році вийшла відома праця Дж. Робінсон, присвячена недосконалій конкуренції, де вона поставила під сумнів адекватність основ неокласичної концепції сучасного стану ринку. Предметом її дослідження були монополії та їх вплив на ціноутворення і трансформацію конкуренції в порівнянні з неокласичною моделлю досконалої конкуренції. Безсумнівною заслугою Дж. Робінсон стало також розроблення концепції монополії як дзеркального відображення монополії з диктатом одного покупця над постачальниками продукції виробничого призначення [6].

Вищезгадані наукові розвідки вплинули на появу нового, нецінового підходу до визначення конкуренції (поліпшення якості продукції та її споживчих характеристик, розширення асортименту виробів і сфери їх обслуговування, проведення рекламної компанії та ін.), в рамках якого отримав структуризацію сам феномен конкуренції (рис. 1).

Досконала форма конкуренції, характерна для відкритих ринків, стала поєднуватися в різних комбінаціях з монополістичною і олігополістичною, відбулося зрушення в бік використання нецінових методів боротьби. На підставі проведених досліджень було досягнуто спільне розуміння того, що конкуренція є рушійною силою розвитку суспільства, головним інструментом економії ресурсів, підвищення якості товарів і рівня життя населення. Вона постає як об'єктивне економічне явище, яке реалізовується у формі суперництва між суб'єктами ринку і безпосередньо впливає на загальний рівень економічного розвитку країни. Завдяки конкурентній боротьбі підтримуються оптимальні умови виробництва і реалізації товарів і послуг. Вона виникає природним чином, але при цьому виступає обов'язковою умовою функціонування ринково орієнтованого господарського механізму [9; 10, с. 7].

Однак наприкінці ХХ століття конкуренція стала знову набувати нових рис. Центр конкурентного протистояння у сфері виробництва і обігу вийшов за національні кордони. Причиною таких змін стала глобалізація економіки, транснаціоналізація її структури, а також прискорення темпів науково-технічного прогресу, що вимагало від учених подальшого розвитку основних положень теорії конкуренції [11, с. 18; 12, с. 159].

Своє продовження теорія конкуренції отримала завдяки роботам М. Портера, А. Стріклєнд, А. Томпсона, І. Ансоффа та ін. Особливе місце серед них належить професору Гарвардської школи бізнесу Майклу Портеру. На початку 1980-х років учений представив для загального обговорення свою теорію ефективної конкуренції, згідно з якою компаніям для успішного розвитку необхідно досягти лідерства в одній з трьох сфер: продукції, ціні або вузькій ринковій ніші. В рамках цієї теорії він розробив три види конкурентних стратегій, які дозволяють підприємствам встановлювати більш високі ціни на вироблену ними продукцію: лідерство в зниженні витрат; диференціація продукції на основі її індивідуалізації; використання певних типів купівельних переваг [13].

На основі досліджень М. Портера, Дж. Стріклєнда і А. Томпсона визначено п'ять варіантів підходу до вибору конкурентної стратегії компанії [14, с. 153]:

1. Стратегія лідерства на основі низьких витрат. Прагнення стати постачальником найдешевших товарів і послуг, привабливих для широкого кола споживачів.

2. Стратегія диференціації або індивідуалізації. Прагнення індивідуалізувати свою продукцію, аби відрізнити її від продукції конкурентів і відтак зробити більш привабливою для широкого кола покупців.

3. Стратегія найкращої вартості. Пропозиція споживачам більш реальної цінності грошей через зниження витрат порівняно з конкурентами. Мета полягає в тому, щоб мати найкращі (найнижчі) витрати і ціни порівняно з конкурентами, продукція яких має аналогічні властивості та якість.

4. Стратегія концентрації на вузькому сегменті або ніші ринку на основі низьких витрат. Концентрація на вузькому споживчому сегменті та випередження конкурентів завдяки зниженню витрат.

5. Стратегія концентрації на вузькому сегменті або ніші ринку на основі індивідуалізації. Пропозиція вузькому сегменту ринку товарів і послуг, індивідуалізованих під його смаки і потреби.

В ході подальшого осмислення змін, що відбуваються в економіці, М. Портер дає нову оцінку ролі конкуренції в розвитку економіки. Згідно з його дослідженням, основною характеристикою сучасного ринку слід вважати конкурентне середовище, яке є головним чинником, що обумовлює інтенсивність конкуренції між учасниками економічної системи. Для її опису він задає конкурентний простір з п'яти вимірів, які мають досить широке тлумачення як у науковому середовищі, так і в практичному використанні. В авторській інтерпретації вони виглядають як: загроза появи товарів-замінників — загроза появи нових конкурентів — здатність постачальників торгуватися — здатність покупців торгуватися — суперництво між наявними конкурентами [15; 16, с. 52, 53].

Для узгодження логіки побудови такого простору з термінологією, яка використовується в теорії конкуренції, згадані виміри можна інтерпретувати

в такий спосіб: вплив науково-технічного ендпрогресу на кон'юнктуру ринку, рівень бар'єрів для входження на ринок, тип конкурентного ринку і, що найбільш важливо, характер конкурентних відносин між його учасниками.

З позиції нашого дослідження принципово важливим є факт появи в рамках концепції конкурентного простору двох згаданих вище понять: «конкурентне середовище» і «конкурентні відносини», які вимагають окремого розгляду.

Перше з них, «конкурентне середовище», в загальноприйнятому розумінні означає стан ринку, завдяки якому суб'єкти підприємництва можуть конкурувати один з одним за кращі умови господарювання. Однак значущим моментом тут є те, що конкурентне середовище формується не стільки самими суб'єктами ринку, взаємодія між якими виникає в результаті суперництва, а передусім визначається екзогенними чинниками.

Відомий німецький економіст Вальтер Ойкен визначив «конкурентне середовище» як конкурентний порядок, який підтримується на основі законодавчо закріплених норм і правил господарювання. Схожий погляд на конкурентне середовище має російський професор Н.І. Усик, визначаючи його як інституційні умови діяльності суб'єктів ринків, які формуються за допомогою інструментів державної конкурентної політики. На її думку, сутність конкурентного середовища полягає в забезпеченні механізму конкуренції, а зміст виражається в нормах і правилах функціонування бізнесу в регульованій урядом економічній системі [17; 18, с. 35].

Отже, можна зробити висновок, що конкурентне середовище фактично являє собою умови існування конкуренції як економічного феномена. А що стосується конкурентних відносин (друге з розглянутих нами понять), то їх ми визначаємо як форми прояву конкуренції, що вельми важливо для формування наступних висновків.

Конкурентні відносини формуються в процесі боротьби суб'єктів господарювання за економічне лідерство на конкурентних ринках. Суб'єктами конкурентних відносин є або виробники товару, або його власники. Конкуренція, що існує на ринку, підштовхує їх до отримання конкурентних переваг, які виражаються в удосконаленні існуючого товару або створенні нового, підвищенні ефективності виробничої, інноваційної, комерційної, маркетингової та інших видів діяльності. Підприємство, яке створило конкурентну перевагу, може стати монополістом, а підприємство, яке не вдосконалює свою діяльність, — перетворитися на банкрута.

Природним переможцем у конкурентних відносинах є споживач. У результаті конкурентних взаємодій виробників він отримує низькі ціни, багатство вибору і високу якість товару, що, в свою чергу, позначається на рівні його добробуту. Отже, конкурентні відносини створюють потужний стимул для підвищення ефективності виробництва [19].

Як слідує з вищесказаного, Майкл Портер послідовно вводить у термінологічний апарат економічної науки поняття «конкурентна перевага»,



Рис. 2. Каузальність понять «конкурентний потенціал», «конкурентні переваги» і «конкурентоспроможність»
Джерело: [21, с. 41; 22].

ді результату порівняльної інтегральної оцінки вигоди (цінності), що купується, стороною, яка приймає рішення про вибір. Крім того, в своїх роботах він показав, що джерелом формування конкурентних переваг суб'єкта економічної системи є його конкурентний потенціал (рис. 2).

Прийнятий автором підхід дозволяє в логічний спосіб перейти від поняття «конкурентні переваги» до латентно шуканого поняття «конкурентоспроможність», яке перебуває з ним в причинно-наслідковому зв'язку.

Конкурентоспроможність відображає наявність у компанії певних конкурентних переваг та її здатність використовувати їх у конкурентній боротьбі. Згідно з [23], конкурентоспроможність визначається як результат, що фіксує наявність конкурентних переваг за всіма показниками, до яких належать прибутковість, ефективність управління, ділова активність, ліквідність і ринкова стійкість. При цьому виробництво, реалізація конкурентоспроможних товарів і ефективне використання всіх ресурсів в умовах конкуренції залишаються основними атрибутами конкурентоспроможної організації. Тому російський дослідник В.Н. Лук'яненко визначає конкурентоспроможність як базу для формування і використання конкурентних переваг, а білоруський учений Є.Ф. Волонцевич трактує останні з точки зору виробництва на їх основі продукції з більш привабливими для споживача ціновими і неціновими характеристиками, ніж у конкурентів [24, с. 114; 25, с. 5].

На думку українських учених М.Й. Маліката та О.А. Нужної, конкурентоспроможність підприємства — це спроможність суб'єкта господарювання здійснювати прибуткову господарську діяльність в умовах конкурентного ринку, що забезпечується вмілим використанням організаційно-управлінських, науково-технічних, маркетингових та інших засобів ведення ефективної господарської діяльності. Схожу думку має О. Вашків, який вважає конкурентоспроможність підприємства відносною характеристикою, що відображає відмінності суб'єкта господарювання від конкурентів у ступені задоволення власними товарами (послугами) потреб споживачів, а також свідчить про можливість та динаміку пристосування до змінних умов ринкової конкуренції [26; 27, с. 63].

Але подібна термінологічна спільність при визначенні поняття «конкурентоспроможність» демонструється далеко не всіма авторами. Так, на

яке відображається у більш низьких витратах, ніж у конкурентів, а також у диференціації товару. Він розглядає його як здатність надавати цільовим покупцям вищу споживчу цінність, ніж конкуренти [20].

Згідно з визначенням білоруського вченого-економіста В.Ю. Шутіліна, конкурентна перевага проявляється у вигляді

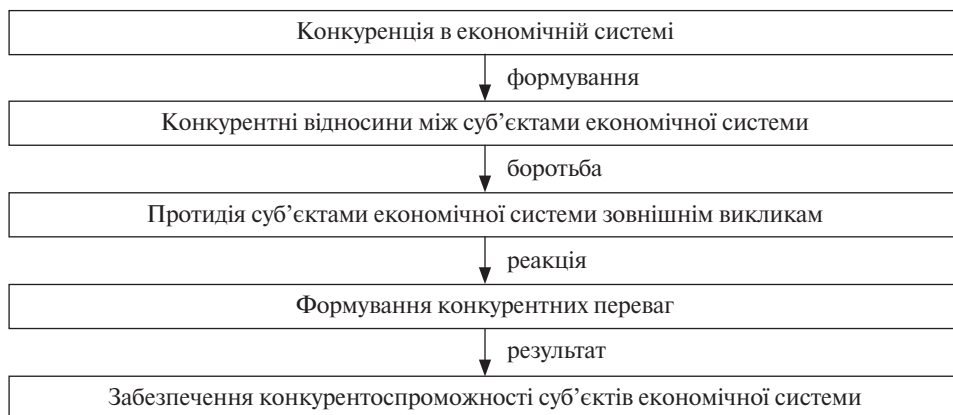


Рис. 3. Структурно-функціональний взаємозв'язок між категорією «конкуренція» і похідними від неї поняттями

Джерело: авторська розробка.

думку М. Портера, конкурентоспроможність є властивістю товару (послуги), виробленого суб'єктом ринкових відносин, що дозволяє йому конкурувати з аналогічними товарами (послугами) інших суб'єктів ринкових відносин. А такий автор, як П.С. Зав'ялов, взагалі розглядає конкурентоспроможність як можливість здійснення ефективної господарської діяльності та її практичної прибуткової реалізації в умовах конкурентного ринку, що не вписується в загальну схему каузальності розглянутих нами категоріально-понятійних зв'язків [28, с. 17; 29].

Більш глибокий аналіз поняття «конкурентоспроможність» робить білоруський професор Г.А. Яшева. Вона розглядає його як «властивість об'єкта, що має певну частку ринку, яка характеризує ступінь відповідності техніко-функціональних, економічних, організаційних та інших характеристик об'єкта вимогам споживачів, визначає частку ринку, що належить цьому об'єкту, і перешкоджає перерозподілу цього ринку на користь інших об'єктів» [30, с. 56].

Однак при такому визначенні наявні у підприємства конкурентні переваги фактично пов'язуються не з конкурентною боротьбою між учасниками економічної системи, а зі споживчими уподобаннями, що, з нашої точки зору, методологічно невірно, оскільки в такому разі каузальні зв'язки між поняттями «конкуренція» і «конкурентоспроможність» (які визначаються конкурентними відносинами) не розриваються, а підміняються дихотомією попиту і пропозиції. Як наслідок, конгруентність поступається місцем еклетиці.

Тоді доречно буде дати власне визначення цього поняття: конкурентоспроможність — це характеристика суб'єкта конкурентних відносин, яка відображає його потенційні можливості щодо протидії зовнішнім викликам шляхом використання наявних у нього конкурентних переваг.

Підводячи підсумок проведеному вище дослідженню, можна зробити висновок про наявність *структурно-функціональних зв'язків* між категорією «конкуренція», яка відображає властивість ринкової економічної системи, і похідними від неї *реперними поняттями*, до яких, на наш погляд, належать: «конкурентні відносини» — поняття, яке відображає форму прояву конкуренції; «конкурентоспроможність» — відображає властивість ринкових суб'єктів, які забезпечують реалізацію конкуренції.

Зроблена концептуальна посилка може бути інтерпретована графічно за допомогою структурно-функціональної схеми (рис. 3).

Така схема не тільки дозволяє глибше розкрити категорію «конкуренція» за допомогою методу графічного аналізу, а й утворити понятійно-категоріальну тріаду «конкуренція» — «конкурентні відносини» — «конкурентоспроможність», яка лежить в основі теоретизації процесів формування конкурентних ринків у економіці.

Ця тріада може бути виражена за допомогою математичного алгоритму, основанийого на використанні суперпозиції функцій:

$$y = f(\mu(x))$$

де:

- y — конкурентоспроможність;
- $\mu(x)$ — конкурентні відносини;
- x — конкуренція.

Звідси слідує, що поняття «конкурентоспроможність» (y) є похідним від економічної категорії «конкуренція» (x) і перебуває з нею в причинно-наслідковому зв'язку, який може бути апроксимований за допомогою суперпозиції функцій $y = f(\mu(x))$, де в якості допоміжної змінної $u = \mu(x)$ виступають конкурентні відносини. Отже, останні, будучи формою прояву конкуренції, виступають в якості екзогенного чинника відносно суб'єкта конкурентних відносин, відповідною реакцією якого на зовнішні виклики є формування конкурентних переваг, які забезпечують йому здатність до розвитку в умовах ринкової економіки.

Висновки. Проведене дослідження дозволяє зробити низку узагальнюючих висновків:

1. Категорія «конкуренція» не має загально визнаної дефініції, що об'єктивно зумовлено трансформацією наукових уявлень про її зміст унаслідок мінливих умов господарювання.

2. Кожне нове покоління дослідників розширює її понятійний апарат, відтак дозволяючи найбільш адекватно трактувати умови економічного розвитку, які визначаються законами ринку.

3. Розширення діапазону термінів, споріднених із категорією «конкуренція», вимагає їх обов'язкової систематизації, щоб уникнути перекручування цієї категорії, яка виступає максимом ринкової економіки.

4. На основі сформульованої автором конгруентності категорії «конкуренція» та її понять у першому наближенні можна виділити каузальну тріаду

«конкуренція» — «конкурентні відносини» — «конкурентоспроможність». Її використання дозволить покращити рівень обґрунтованості досліджень конкурентоспроможності суб'єктів ринкових відносин.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Милль Дж. Основы политической экономии. Т. 1. Москва: Прогресс, 1980. 457 с.
2. Галкин В.В. Конкуренция и экономическая эффективность. URL: <http://vadimgalkin.ru/politics/masgoeconomics/adam-smith/> (дата доступа: 17.10.2020).
3. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. Пер. с англ. Москва: Соцэкгиз, 1962. 686 с.
4. Рикардо Д. Начала политической экономии и налогового обложения. Пер. с англ. Москва: Эксмо, 2007. 953 с.
5. Чемберлин Э. Теория монополистической конкуренции. Москва: Экономика, 1996. 349 с.
6. Робинсон Дж. Экономическая теория несовершенной конкуренции. Москва: Прогресс, 1986. 471 с.
7. Мэнкью Н.Г. Принципы экономикс. С.-Петербург: Питер Ком, 1999. 784 с.
8. Овчинников Г.П. Микроэкономика. Макроэкономика: моногр. С.-Петербург: Изд. Михайлова В.А., 1997. Т. 1. 751 с.
9. Архипов А.М. Роль конкуренции в развитии рыночной экономики. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-konkurentsii-v-razvitii-rynочноj-ekonomiki> (дата звернення: 21.10.2020).
10. Медведев Г.А. Конкуренция: сущность, методы, стратегии. Москва: Дашков и К, 2005. 71 с.
11. Полусмакова Н.С. Развитие концепций конкуренции: эволюционный подход. *Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 3, Экономика*. 2011. № 1. С. 13—19.
12. Надеин Н.В. Теоретические исследования формирования и развития конкурентоспособности организаций. *Вестник Самарского государственного университета*. 2015. № 2. С. 157—163.
13. Портер М.Е. Конкуренция. Пер. с англ. Москва: Изд. дом «Вильямс», 2005. 608 с.
14. Томпсон-мл. А.А., Стрикленд III А.Дж. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации: учеб. для вузов. Пер. с 9-го англ. изд. Москва: ИНФРА-М, 2000. 412 с.
15. Понятие и сущность теории М. Портера о конкуренции. URL: <https://baribar.kz/student/22814/ponyatie-i-sushhnost-teorii-m-portera-o-konkurentsii/> (дата звернення: 23.10.2020).
16. Портер М. Международная конкуренция: Конкурентные преимущества стран. Пер. с англ. Москва: Международные отношения, 1993. 895 с.
17. Ойкен В. Основные принципы экономической политики. Пер. с нем. Москва: Прогресс, 1995. 426 с.
18. Усик Н.И. Формирование конкурентной среды и конкурентная политика. Теоретическая экономика. 2012. № 4. С. 33—42.
19. Гуляев Г.Ю. Сущность и закономерности конкурентных отношений. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/suschnost-i-zakonomernosti-konkurentnyh-otnosheniy> (дата звернення: 23.10.2020).
20. Porter M.E. *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. N.Y.: The Free Press, 1985. 557 p.
21. Шутилин В.Ю. Конкурентное преимущество как характеристика рыночного превосходства: содержание, проблемы измерения. *Весн. Беларус. дзярж. экан. ун-та*. 2016. № 2. С. 36—42.

22. Шутилин В.Ю. Конкурентный потенциал и конкурентные преимущества машиностроительного комплекса Республики Беларусь на современном этапе: ключевые индикаторы и тренды развития. Под науч. ред. В.Н. Шимова. Минск: БГЭУ, 2016. 223 с.
23. Веснин В.Р. Менеджмент: учеб. 3-е изд., перераб. и доп. Москва: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2006. 504 с.
24. Лукьяненко В.Н. Соотнесение понятий «конкурентоспособность» и «конкурентные преимущества». Вестник ЗабГУ. 2014. № 6. С. 114—120.
25. Волонцевич Е.Ф. Конкурентоспособность фирм: курс лекций. Минск: БГЭУ, 2003. 67 с.
26. Малік М.Й., Нужна О.А. Конкурентоспроможність аграрних підприємств: методологія і механізми. Київ: Інститут аграрної економіки, 2007. 270 с.
27. Васьків О. Конкурентоспроможність підприємства: опорні конспекти лекцій. Тернопіль: Тернопільський національний економічний університет, 2016. 148 с.
28. Портер М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов. Москва: Альпина Бизнес Букс, 2005. 454 с.
29. Завьялов П.С. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах. Москва: ИНФРА-М, 2001. 496 с.
30. Богатырева В.В. и др. Конкурентоспособность экономических систем в контексте сетезации социально-экономического пространства: теория, методология, практика. Под ред. Г.А. Яшевой. Витебск: УО «ВГТУ», 2018. 304 с.

Одержано 30.03.2021

REFERENCES

1. Mill, J. (1980). *Fundamentals of Political Economy*. Vol. 1. Moscow: Progress [in Russian].
2. Galkin, V.V. Competition and economic efficiency. Retrieved from <http://vadim-galkin.ru/politics/macroeconomics/adam-smith/> (last accessed: 17.10.2020) [in Russian].
3. Smith, A. (1962). *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*. Trans. from English. Moscow: Sotsekgiz [in Russian].
4. Ricardo, D. (2007). *On the Principles of Political Economy and Taxation*. Trans. from English. Moscow: Eksmo [in Russian].
5. Chamberlin, E. (1996). *Theory of Monopolistic Competition*. Trans. from English. Moscow: Ekonomika [in Russian].
6. Robinson, J. (1986). *The Economics of Imperfect Competition*. Moscow: Progres [in Russian].
7. Mankiw, N.G. (1999). *Principles of Economics*. Trans. from English. S.-Petersburg: Piter Kom [in Russian].
8. Ovchinnikov, G.P. (1997). *Microeconomics. Macroeconomics*. S.-Petersburg: Publishing house of Mikhailov V.A. Vol. 1 [in Russian].
9. Arkhipov, A.M. The role of competition in the development of a market economy. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-konkurentsii-v-razviti-rynochnoy-ekonomiki> (last accessed: 21.10.2020) [in Russian].
10. Medvedev, G.A. (2005). *Competition: essence, methods, strategies*. Moscow: Dashkov i K [in Russian].
11. Polusmakova, N.S. (2011). Development of competition concepts: the evolutionary approach. *Bulletin of the Volgograd State University*. Series 3, Economics, 1, 13—19 [in Russian].
12. Nadein, N.V. (2015). Theoretical studies of the formation and development of competitiveness of organizations. *Bulletin of Samara State University*, 2, 157—163 [in Russian].
13. Porter, M.E. (2005). *Competition*. Trans. from English. Moscow: Publishing house “Williams” [in Russian].

14. A.A. Thompson, Jr., A. J. Strickland III (2000). *Strategic Management: Concepts and Cases*. Trans. from the 9th English ed. Moscow: INFRA-M [in Russian].
15. The concept and essence of M. Porter's theory of competition. Retrieved from <https://baribar.kz/student/22814/ponyatie-i-sushhnost-teorii-m-portera-o-konkurentsii/> (last accessed: 23.10.2020) [in Russian].
16. Porter, M. (1993). *The Competitive Advantage of Nations*. Trans. from English. Moscow: International Relations [in Russian].
17. Eucken, W. (1995). *Grundsätze der Wirtschaftspolitik (Principles of Economic Policy)*. Trans. from German. Moscow: Progres [in Russian].
18. Usik, N.I. (2012). Formation of a competitive environment and competition policy. *Theoretical Economics*, 4, 33–42 [in Russian].
19. Gulyaev, G.Yu. The essence and patterns of competitive relations. Retrieved from <https://cyberleninka.ru/article/n/suschnost-i-zakonomernosti-konkurentnyh-otnosheniy> (last accessed: 23.10.2020) [in Russian].
20. Porter, M.E. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. N.Y.: The Free Press.
21. Shutilin, V.Yu. (2016). Competitive advantage as a characteristic of market superiority: content, measurement problems. *Bulletin of Belarussian State Economic University*, 2, 36–42 [in Russian].
22. Shutilin, V.Yu. (2016). *Competitive potential and competitive advantages of the machine-building complex of the Republic of Belarus at the present time: key indicators and development trends*. Minsk: Belarussian State Economic University [in Russian].
23. Vesnin V.R. (2006). *Management*. 3rd ed., rev. and suppl. Moscow: TK Welby, Publishing house "Prospect" [in Russian].
24. Lukyanenko, V.N. (2014). Correlating the concepts of "competitiveness" and "competitive advantages". *Bulletin of Transbaikal State University*, 6, 114–120 [in Russian].
25. Volontsevich, E.F. (2003). *Competitiveness of firms*. Minsk: Belarussian State Economic University [in Russian].
26. Malik, M.Y. Nuzhna, O.A. (2007). *Competitiveness of agricultural enterprises: methodology and mechanics*. Kyiv: Institute of Agrarian Economy [in Ukrainian].
27. Vashkiv, O. (2016). *Competitiveness of the enterprise*. Ternopil: Ternopil National Economic University [in Ukrainian].
28. Porter, M. (2005). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. Trans. from English. Moscow: Alpina Business Books [in Russian].
29. Zavyalov, P.S. (2001). *Marketing in diagrams, figures, tables*. Moscow: INFRA-M [in Russian].
30. Bogatyrev, V.V., et al. (2018). *Competitiveness of economic systems in the context of the networked socio-economic space: theory, methodology, practice*. G.A. Yasheva (Ed.). Vitebsk State Technological University [in Russian].

Received 30.03.2021

N.P. Chetyrbock, PhD (Economics), associate professor,
Brest State Technical University,
22, Dzerzhinsky str., 224023, Brest, Belarus,
e-mail: natabrest@hotmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-6688-000X>

THE CATEGORY "COMPETITION" AND THE CONGRUENCE OF ITS CONCEPTS

Theoretical aspects and evolution of the market category "competition" are discussed in the context of the formation of reference concepts derived from it: "competitive relations", "com-

petitive advantages”, and “competitiveness”. Renowned scholars like A. Smith, J. Mill, D. Ricardo, E. Chamberlin, J. Robinson and others devoted their works to the study of the phenomenon of competition. In their works, its content underwent a transformation from polypoly to monopoly, from the concept of free market and perfect competition, to monopolistic and oligopolistic models, and to non-price methods of competition.

Later, M. Porter, W. Eucken, A. Strickland and A. Thompson expanded its conceptual horizons in view of the economy globalization, transnationalization of its structure and the onset of a new phase in science & technology revolution, by introducing the terms “competitive space”, “competitive environment”, “competitive relations”, and “competitive advantages”. The effort of many researchers across the post-soviet area is focused on substantiating the competitiveness mechanisms, e. g. the works of Belarusian economic scientist V.Yu. Shutilin who revealed the causality of the concepts “competitive potential”, “competitive advantages”, and “competitiveness”.

On the basis of the author’s research, the structural and functional relationship between the category “competition” and the concepts derived from it is determined. It resulted in a constructed algorithm for the causal correlation between the market competition (x) and the competitiveness of the actors of the market economic system (y), approximated by a superposition of functions $y = f(\mu(x))$. Its distinctive feature is the introduced auxiliary variable $u = \mu(x)$ of competitive relations, which are (i) a form of competition, (ii) an exogenous factor determining the development of market actors whose response is the formation of competitive advantages enabling their ability to operate in the competitive market conditions.

From theoretical point of view, the results can broaden the perspectives for scientific understanding of competition as a basic category of a market economy. In practical point, they justify the need to distinguish it from the notion “competitiveness” equated by many researchers with the notion “competition”, which is not methodologically correct and may lead to inadequate conclusions. This algorithm developed by the author is intended to eliminate this possibility.

Keywords: *competition, competitive environment, competitive relations, competitive potential, competitive advantages, competitiveness.*