

Секція № 1. «ТЕОРІЇ ТА МОДЕЛІ ПІДПРИЄМСТВ»

УДК 658

Л.А. Азьмук, канд. екон. наук,
доц. кафедри стратегії підприємств,
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»

КОНКУРЕНЦІЯ ФІРМ ТА КОНЦЕНТРАЦІЯ РИНКУ: ЕВОЛЮЦІЯ ПОГЛЯДІВ НА ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК ПОНЬЯТЬ

Охарактеризовано еволюцію поглядів на взаємозв'язок понять конкуренція та концентрація. Висвітлено специфіку організаційної екології в дослідженні динаміки та структури ринку.

Evolution of sights at interrelation of such concepts as a competition and concentration is characterized. Specificity of organizational ecology in research of dynamics and structure of the market is clarified.

Уявлення вчених про характер взаємозв'язку між концентрацією й структурою ринку неоднозначні. Якщо представники Гарвардської школи стверджували, що чим вище ринкова концентрація, тим нижче конкуренція й вище ціни (Bain J., Mason E., Weiss L.), то подальші результати емпіричних досліджень і теоретичних розробок спростували це твердження (представники Чикагської економічної школи — Demsetz H., Stigler G.).

У цей же період виникає альтернативна теорія — теорія квазіконкурентних ринків, представниками якої є Баумоль, Панзар, Вилліг (Baumol W., Panzar J., Willig R.). Згідно їх поглядів монопольна влада може поєднуватися з достатньо низькою концентрацією продавців на ринку, в той же час високий рівень концентрації не обов'язково означає значну ступінь монопольної влади фірм.

Наприкінці ХХ ст. починає розвиватися ще один підхід до аналізу конкуренції та конкурентних взаємодій на галузевих ринках. Ця концепція отримала назву «концепція меж» (Sutton J.). Теорія Дж. Саттона показала, що саме конкуренція впливає на ринкову концентрацію, таким чином, чим вище конкуренція, тим вище концентрація ринку.

Дискусії тривають і сьогодні. Подібна неоднозначність тверджень привела до переосмислення емпіричних підходів: один напрямок емпіричних робіт як індикатор конкуренції бере

показник концентрації, інший — інтенсивність конкуренції вимірює за допомогою параметра «ринкова поведінка».

На думку Дж. Саттона, конкуренція є не ендегенною, а, навпроти, екзогенною змінною стосовно концентрації. У цьому випадку виникають складності з вибором індикатора конкуренції, що обумовлює обмежені можливості емпіричного підтвердження гіпотези.

Підтвердженням концепції ендегенного характеру ринкової структури стали дослідження російських учених. За результатами їх спостережень створення таких форм укрупнення підприємств, як холдинги, — є відповіддю на посилення конкуренції.

Цікаву позицію у вивчення взаємозв'язку між конкуренцією й концентрацією займає організаційна екологія. Критикуючи традиційний підхід до вивчення процесів концентрації (за ігнорування поведінки малих і середніх фірм галузі, за зневагу розмаїтості використовуваних ними стратегій тощо) представники напрямку «організаційна екологія» вважають, що при морфологічному описі галузі показники рівня концентрації важливі, але недостатні, тому що маскують сховану динаміку конкуренції між фірмами. Підтвердженням тому можуть слугувати дослідження Фримена Дж., Бритейна Дж (Brittain, J.W., Freeman, J.H.), згідно яким галузі з незмінними показниками концентрації, але із сукупністю домінуючих фірм, що змінюється, істотно відрізняється від галузей зі стабільним складом домінуючих фірм.

Розвиток багатьох галузей може бути інтерпретований з погляду принципу організаційної ніші. Спостережуваний рівень концентрації може зумовлюватися взаємозалежними процесами створення, росту, занепаду, злиття й банкрутства фірм. А це вимагає введення індикатора зміни поколінь у формулу розрахунку концентрації.

Література

1. Авдашева С.Б., Шастистко А.Е., Кузнецов Б.В. Конкуренция и структура рынков: что мы можем узнать из эмпирических исследований о России // Российский журнал менеджмента. — 2006. — Т. 4. — № 4. — С. 3—22.
2. Кабраль Л.М. Б. Организация отраслевых рынков: вводный курс. — Мн: Новое знание, 2003. — 356 с.
3. Кэрролл, Гленн Р. Концентрация и специализация: динамика ширины экологической ниши в популяциях организаций // Российский журнал менеджмента. — 2005. — Т. 3. — № 2. — С. 119—138.

4. Олдрич Х. Предпринимательские стратегии в новых организационных популяциях // Российский журнал менеджмента. — 2005. — Т. 3. — № 2. — С. 139—154.

5. Радаев В.В. Популяционная экология организаций: как возникает разнообразие организационных форм // Российский журнал менеджмента. — 2005. — Т. 3. — № 2. — С. 99—108.

6. Ханнан М., Фримен Дж. Популяционная экология организаций // Вестник Санкт Петербургского ун-та. Сер. «Менеджмент». — 2004. — № 3. — С. 51—83.

7. Розанова Н.М. Экономические основы конкурентной политики // Экономический вестник Ростовского государственного университета. — 2003. — Т. 1. — № 4. — С. 141—149.

УДК 658.5

О. С. Апчел, аспірантка кафедри стратегії підприємств,
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»

ВИКОРИСТАННЯ ЦІННІСНОГО ПІДХОДУ В УПРАВЛІННІ ОПЕРАЦІЙНОЮ СИСТЕМОЮ ПІДПРИЄМСТВА

Розглянуто особливості концепції управління цінністю споживача як підходу до підвищення ефективності виробництва. Визначено механізми управління операційною системою конкурентоспроможного підприємства.

The features of the concept of the customer value management as an approach to improving production efficiency are examined. The mechanisms of operations system management of competitive enterprise are determined.

В сучасній ринковій ситуації ефективним може бути лише те підприємство, що в основу своєї діяльності закладає принцип найбільш повного та якісного задоволення потреб споживачів, приймаючи при цьому до уваги постійні зміни їх запитів в умовах конкурентного ринку та обмеженості ресурсів. Саме тому шанс на існування та довготривале ефективне функціонування отримують лише ті представники бізнес-середовища, які насамперед турбуються про створення цінності для споживача.

Ми схилиємося до думки, що якраз відсутність для більшості українських підприємств глибинного усвідомлення свого призначення є головною причиною їхнього низького