

СТАСЕНКО Д. В.

аспірантка

Вінницький національний аграрний університет

**ТЕОРІЯ КОНКУРЕНЦІЇ І ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНОГО
СЕРЕДОВИЩА В УКРАЇНІ**

В статті досліджено наукове трактування конкуренції, виникнення різноманітних припущень, теорії пояснення її як феномена. Охарактеризована умова входження конкурентів на ринок, яка отримала в економічній літературі назву «вхідні бар'єри». Виділені два види конкуренції: між продавцями та покупцями товарів і послуг. Сформульовані поняття досконалої конкуренції, досконалої монополії, монополістичної конкуренції, олігополії. Визначені особливості формування конкурентного середовища в Україні та елементи державної політики в області конкуренції.

Ключові слова: досконала конкуренція, монополістична конкуренція, олігополія, «вхідні бар'єри», державна монополія.

СТАСЕНКО Д. В.

аспірантка

Вінницький національний аграрний університет

**ТЕОРИЯ КОНКУРЕНЦИИ И ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ
КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ В УКРАИНЕ**

В статье исследовано научное определение конкуренции, возникновение разнообразных гипотез, теории пояснений её как феномена. Охарактеризовано условие вхождения конкурентов на рынок, которое получило в экономической литературе название «входные барьеры». Выделены два вида конкуренции: между продавцами и покупателями товаров и услуг. Сформулированы понятия совершенной конкуренции, совершенной монополии, монополистической конкуренции, олигополии. Определены особенности формирования конкурентной среды в Украине и элементы государственной политики в области конкуренции.

Ключевые слова: совершенная конкуренция, монополистическая конкуренция, олигополия, «входные барьеры», государственная монополия.

STASENKO D. V.

postgraduate student

National Agrarian University of Vinnytsia

**THEORY OF COMPETITION AND PECULIARITIES OF COMPETITIVE
ENVIRONMENT UPBUILDING IN UKRAINE**

The article explores the academic interpretation of competition, the emergence of various assumptions and the theory of elucidation of competition as a phenomenon. The article has delineated the market entry conditions for competitors, known in the economic literature as “barriers to entry”. Two types of competition have been outlined: sellers’ competition and competition among buyers of goods and services. The article has defined the concepts of perfect competition, perfect monopoly, monopolistic competition and oligopoly. The article has specified the peculiarities of competitive environment up-building in Ukraine and the elements of the governmental policy in the field of competition.

Keywords: perfect competition, monopolistic competition, oligopoly, “barriers to entry”, state monopoly.

stasenko1@mail.ru

Аналіз останніх досліджень. У науці склалися різні підходи до аналізу конкуренції. Класики і неокласики, Брю С., Макконел К., Самуельсон П., Портер Дж. та ін., з'ясували типи конкуренції. Стіглер Дж. охарактеризував поняття досконалої конкуренції. В основу теорії недосконалої конкуренції лягли аргументи, запропоновані Робінсоном Дж. В модель монополістичної конкуренції ввійшла теорія Чемберлена Е.

Мета статті – з'ясувати загальне поняття конкуренції, передумови виникнення

конкуренції, виділити економічно орієнтовану конкуренцію, сформулювати конкурентне середовище української економіки.

Виклад основного матеріалу. Конкуренція (термін, запроваджений з латинської) означає “зіткнення інтересів в результаті будь-яких дій”. В ринковій економіці під конкуренцією розуміється процес взаємодії та боротьби власників товарів та послуг за найбільш вигідні умови виробництва та реалізації. Основою для виникнення конкуренції являється наявність на ринку певного виду товарів декількох економічно незалежних продавців. Конкуренція виступає рушійною силою товарного господарства, стимулює виробництво тих товарів та послуг, які необхідні покупцю.

Учасниками конкурентної боротьби виступають дві сторони: виробники (постачальники) товарів та послуг та покупці. Тому можна виділити два види конкуренції:

1. Конкуренція між продавцями товарів та послуг. Цей вид конкуренції являється найбільш ефективним з точки зору розвитку економіки та інтересів суспільства, так як змушує виробників постійно розширювати спектр запропонованих товарів та послуг, підвищуючи їх якість і знижуючи ціну.

2. Конкуренція між покупцями товарів та послуг. Причиною її виникнення є бажання покупця придбати менш дорогий та більш якісний товар. Умовою виникнення такого виду конкуренції являється такий стан економіки (галузі), коли попит перевищує пропозицію (наприклад, в монополістичних галузях).

Причиною виникнення конкуренції обох видів є схожість та направленість цілей учасників конкурентної боротьби. Для ринкової економіки, що нормально розвивається, властивий перший вид конкуренції.

Механізми конкуренції між виробниками товарів та послуг розрізняються в різних галузях економіки та на різних товарних ринках. Залежно від кількості продавців (виробників) економісти, Брю С., Макконел К., Самуельсон П., Портер М., Робінсон Дж. та ін., виділяють 4 класичні моделі ринкових структур або типів конкуренції [1–4, 7, 8]: досконала конкуренція, досконала монополія, монополістична конкуренція, олігополія.

Характерними рисами ринку з досконалою конкуренцією є наступні:

- велике число фірм, які продають свою продукцію на високоорганізованому ринку великому числу покупців;
- конкуруючі фірми виробляють (продають) стандартизовану продукцію і це призводить до того, що покупцю байдуже якої фірми споживати товар; в цьому випадку нецінова конкуренція практично зводиться до нуля;
- кожен конкуруючий продавець діє абсолютно незалежно і, таким чином, не може впливати на ціну продукції; окремий виробник змушений “погоджуватись з ціною”, тобто приймати ту ціну на продукцію, яка встановлюється на ринку; на ринку з чистою конкуренцією не існує значних перепон для входження нових фірм на ринок та виходу з нього.

Протидіяти входженню нових конкурентів на ринок можуть визначені фінансово-економічні, технологічні та юридичні умови, що отримали в економічній літературі назву “вхідні бар’єри” [1, 3].

Від рівня “вхідних бар’єрів” залежить рівень затрат, які несуть нові фірми, вступаючи до визначеного ринку, а також можливості на рівних конкурувати з уже існуючими виробниками (постачальниками).

Можемо виділити основні типи “вхідних бар’єрів” [1, 3]:

- Низький рівень собівартості, пов’язаний з великими масштабами виробництва. Нові фірми, які є дрібними виробниками, не зможуть отримати переваг у витратах виробництва, а значить і прибутку, необхідного для виживання та розширення виробництва. Створення в даному секторі економіки великого підприємства потребує притягнення значних фінансових вкладень, що досить важко через небажання інвесторів ризикувати своїм капіталом.

- Виробництво широкого асортименту товару певної групи пов’язано, як правило, з глибоким сегментуванням ринку, який розглядається. Пошук вільного сегменту ринку,

ринкової ніші або змін споживчих переваг потребує додаткових фінансових затрат, таких як витрати на рекламу та маркетинг.

- Необхідність організації власних каналів для збуту продукції, так як на ринку канали зайняті конкурентами і тому недоступні для нових фірм.

- Існуюча система постачань сировини або наявність жорсткої вертикальної інтеграції перешкоджає появі нових конкурентів, яким потрібно нести додаткові витрати, пов'язані з наданням постачальникам більш сприятливих умов.

- Наявність патентів, ліцензій, авторських прав, технологічних секретів надає їх власнику право контролювати продукт. Таким чином, держава захищає винахідника від незаконного загарбання сфери виробництва і реалізації цього продукту.

- Недобросовісна конкуренція спрямована на те, щоб завадити новій фірмі вступити на ринок, та виражається у вигляді агресивних дій з боку уже існуючих фірм, наприклад, шляхом тиску на постачальників сировини та банки, змови в цілях зниження цін, розповсюдження нечесної інформації про новий товар та ін.

- Інші бар'єри, наприклад, обмеженість на ввіз або вивіз товару, в тому числі бар'єри, які встановлюють на шляху міжнародної торгівлі; обмежений доступ до використаної сировини.

В умовах досконалої конкуренції досягається максимальна ефективність економіки, яка полягає в ефективності розподілу ресурсів та виробничої ефективності [3]. Ефективність розподілу ресурсів полягає в тому, що ресурси, розподілені між фірмами, та галузями, дозволяють отримати певний асортимент продуктів, які найбільш необхідні споживачу. Виробнича ефективність передбачає виробництво товару з найменшими витратами. Вивчення досконалої конкуренції дозволяє робити висновки про те, якою повинна бути ідеальна економіка і на скільки ефективна економіка сьогодні. Основи теорії досконалої конкуренції і саме поняття «досконала конкуренція» були розроблені англійським економістом А. Маршалом.

Досконала конкуренція представляє собою ідеальний образ, так як характеризує ідеальний ринок. Однак на практиці існують галузі, які найбільш близькі до даної ринкової структури, наприклад, фондова біржа, торгівля продукцією сільського господарства та ін.

Термін «недосконала конкуренція» використовують для позначення трьох інших ринкових структур, механізми функціонування яких відрізняються від чисто конкретної моделі ринку.

Протилежністю досконалої конкуренції є абсолютна монополія, тобто така ринкова структура, коли одна фірма є єдиним виробником товару, який немає більше аналогів. Якщо фірма, діючи в умовах досконалої конкуренції, не може вплинути на ціну, то фірма-монополіст диктує ціни. Існування монополії пояснюється значними економічними, технічними, юридичними та іншими перепонами для входження в галузь нових фірм. Такий тип ринкової структури є найменш ефективним як з точки зору окремого споживача, так і економіки в цілому, оскільки запобігає нормальному економічному розвитку і не має умов для раціонального та ефективного задоволення споживчого попиту. Як і досконалої конкуренції, так і досконалої монополії на практиці не існує. Близькими до досконалої монополії є місцеві комунальні служби, телефонні компанії, залізничний транспорт. В справжній економіці монополії утворення виникають в силу специфіки товарів та послуг, і, як правило, знаходяться під контролем держави. Небезпечному впливу монополій на економіку держава намагається запобігти шляхом прийняття антимонопольного законодавства.

Сполучення елементів чистої конкуренції та монополії призводить до утворення монополістичної конкуренції та олігополії.

Монополістична конкуренція володіє наступними ознаками:

- на ринку діє обмежене, але достатньо велике число виробників, які пропонують продукцію якогось одного виду;

- продукція в умовах монополістичної конкуренції диференційована, тобто виробники

та продавці намагаються зробити свою продукцію відмінною від продукції конкурентів, причому ці відмінності можуть бути як «реальними», так і «вигаданими» [1].

«Реальними» відмінностями можна називати відмінності в фізичних параметрах: якість виготовлення, особливості використовуваних матеріалів, функціональні характеристики, дизайн, довговічність і т.д. До «реальних» відмінностей також відносяться якість обслуговування після продажу продукції, умови оплати та якість обслуговування клієнтів, зручність розміщення торгових точок та близькість до споживача.

«Вигадані» відмінності при диференціації продукції створюються за допомогою реклами та стимулювання збуту, упаковки, використання товарних знаків та товарних марок.

Диференціація продукції призводить до того, що продукт кожного продавця володіє виключними характеристиками і не може бути заміником товару інших фірм. Економічне суперництво приймає форму як «цінової», так і «нецінової» конкуренції, тобто конкуренції за якістю. До числа «нецінових» методів можна віднести рекламу, гарантійне обслуговування, стимулювання збуту, використання знаків, марок та інших методів маркетингу.

Монополістична конкуренція спостерігається майже у всіх галузях, які виробляють товари широкого вжитку: в легкій, харчовій промисловості, книговидавництві, виробництві меблів та ін. Крім того, монополістичними конкурентами найчастіше є багаточисельні торгові та обслуговуючі організації (перукарні, хімчистки, ресторани і т.п.).

Олігополія (в перек. з грец. — «небагато продавців») — це вид «недосконалої» конкуренції, це середовище, де панують декілька фірм. В основі розвитку олігополії лежать галузеві особливості, які не дозволяють успішно функціонувати невеликим фірмам. Наприклад, в деяких галузях промисловості низька собівартість не може бути досягнута, якщо фірма не буде займати суттєву долю ринку збуту(наприклад, в автомобільній промисловості).

Олігополії можуть виникати шляхом різних об'єднань:

- горизонтального, тобто об'єднання фірм, які виробляють один і той же товар;
- вертикального, означає об'єднання фірм з різними стадіями виробництва одного і того ж продукту;
- конгломератного — об'єднання фірм, які виготовляють різноманітну продукцію.

На відміну від досконалої конкуренції, досконалої монополії і монополістичної конкуренції, економічна теорія не дає єдиної загальноприйнятої характеристики олігополії в зв'язку з різноманітністю ринкових ситуацій.

Найбільш загальні риси олігополії:

- фірми можуть виробляти стандартизовані або диференційні продукти;
- поява нових продавців неможлива в зв'язку з наявністю «вхідних бар'єрів»;
- концентрація виробництва в галузях, де панують олігополії, висока;
- для олігополістичних ринків характерна загальна цінова взаємозалежність і діє «нецінова» конкуренція.

У світовій економіці проблемним залишається питання ідентифікації конкурентоспроможності національної економіки, її регіонів.

Портером М. у 90-х роках ХХ ст. була розроблена парадигма регіональної конкуренції, що ґрунтувалася на глобальній стратегії конкурентних переваг [5]. Він досить чітко сформулював ідею внутрішнього добробуту регіону, який, на його думку, значною мірою залежить від продуктивності праці у галузях спеціалізації, притаманних для цього регіону.

Визначення типу конкуренції є важливим з точки зору пояснення інтенсивності, характеру і методів конкурентної боротьби на тому чи іншому товарному ринку. В той же час така класифікація типів ринкових структур є теоретичною, так як на практиці ринки є неоднорідними і нестабільними і можуть бути віднесені до того чи іншого типу конкуренції лише умовно.

Сучасний підхід до визначення типів ринкових структур відрізняється від класичного і більше відповідає реальній ринковій ситуації, яка складається в різноманітних галузях економіки.

Наявність конкурентного середовища – фактор, необхідний для розвитку цивілізованого ринку. Необхідною умовою формування конкурентного середовища в Україні є демонополізація економіки. В нашій країні за роки планового управління економікою склалась специфічна система господарювання, в основі якої був комплекс високо монополізованих виробництв. Причому український монополізм володів суттєвими відмінностями від класичного розуміння монополії. Єдиним власником на засоби виробництва та результати праці виробників в економіці була держава. Таким чином, в нашій країні сформувався абсолютний державний монополізм, який спирався на директивне централізоване управління усіма сферами народного господарства. На відміну від монополій у розвинутій ринковій економіці в нашій економіці монополія формувалася на відсталій технічній базі.

В цілому можна відзначити, що конкурентне середовище активно формується у всіх сферах і галузях української економіки, але процес розвитку конкуренції на вітчизняних товарних ринках складний і суперечний. З однієї сторони, поява підприємств різноманітних форм власності, які отримали повну господарську самостійність і зацікавлені результатом своєї праці, сприяють росту ефективності виробництва. З іншої сторони, дефіцит сировини, низький науково-технічний потенціал, відсутність інвестиційних ресурсів, досвіду управління в умовах конкурентної боротьби ведуть до спаду виробництва та банкрутства підприємства. Українські виробники не витримують конкуренції з боку західних постачальників ні за якістю, ні за ціною.

В цих умовах важливе значення має політика держави в області розвитку конкуренції, метою якої є підвищення ефективності суспільного виробництва на основі ринкового регулювання економічних процесів. Роль держави полягає в прийнятті законодавчих та адміністративних заходів, сприятливих формуванню конкурентного середовища. У 1991 р. Кабінетом Міністрів України була прийнята Постанова «Про створення Українського національного фонду підтримки підприємництва і розвитку конкуренції» зі змінами, внесеними згідно з Постановами КМ № 1485 від 30.12.97, № 610 від 11.07.2012 [6].

Головним завданням Фонду є: фінансова підтримка підприємництва і конкуренції; фінансування цільових програм та проектів, часткової сплати відсотків за видані підприємцям кредити установами банків; співробітництво з міжнародними, іноземними та українськими фінансовими організаціями у питаннях розвитку підприємництва.

У червні 2005 року створена Рада конкурентоспроможності України, яка взяла на себе роль провідника ідеї конкуренції і конкурентоспроможності України в суспільстві.

Елементи державної політики в області конкуренції:

1. Формування конкурентного підприємницького сектору економіки шляхом приватизації і акціонування державних підприємств, стимулювання розвитку малого бізнесу, формування ринкової інфраструктури, в тому числі банків, бірж, посередницьких та торговельних організацій.

2. Антимонопольна політика, яка направлена на створення нормативно-правової та організаційної бази державного контролю і регулювання діяльності суб'єктів природної та державної монополій. Захист конкурентного середовища і господарських суб'єктів від монополіста.

3. Фінансова політика стимулювання конкуренції, системи оподаткування, системи надання кредитів, депозитні ставки і норми рентабельності виробництва, антиінфляційні міри.

4. Заходи, направлені на захист вітчизняних товаровиробників, регулювання експорту та імпорту продукції на основі квотування і ліцензування, надання пільг, удосконалення митної політики.

5. Захист виробника від недобросовісної конкуренції, в т. ч. патентно-ліцензійної політики.

6. Забезпечення захисту прав споживачів шляхом стандартизації і сертифікації продукції.

7. Детінізація економіки, легалізація тіньових доходів і капіталів.

8. Забезпечення національної економіки сучасною інформаційною інфраструктурою для мінімізації витрат виробничого процесу.

Висновки. Тривала економічна криза в Україні пов'язана насамперед із не сформованістю як конкурентоспроможності підприємств, так і ефективного конкурентного середовища на базі завузького та структурно незавершеного внутрішнього ринку. Необхідно створити в Україні макроекономічне середовище, сприятливе для ефективного конкурентного змагання.

Для впровадження сучасних конкурентних заходів, орієнтованих на формування конкурентоспроможних ринкових суб'єктів, необхідно: дотримання принципів забезпечення досконалої та добросовісної конкуренції; регулювання цін та витрат монополістів і застосування форм контролю за їхньою діяльністю, з метою недопущення підвищення цін та тарифів на їхню продукцію; активізація механізмів державних закупівель для розширення ринків збуту для національних виробників.

Світовий досвід показує, що потрібно таке середовище, яке сприяє виникненню і ефективному функціонуванню конкурентних ринків із прозорою, чесною конкуренцією.

Список використаних джерел

1. Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия, практика / Г.Л. Азоев. – М. : Центр экономики и маркетинга, 1996. – 208 с.
 2. Калініченко О.В. Мікроекономіка : навчальний посібник / О.В. Калініченко, Л.М. Березіна / МОН України. – К. : ЦУЛ, Книга. 2008. – 472 с.
 3. Макконел К.Р. Экономикс : т. 2 / К.Р. Макконел, С.Л. Брю. – М. : Республика, 1992. – 400 с.
 4. Портер М. Международная конкуренция / М. Портер ; [пер. с англ.]. – М. : Международные отношения, 1995. – 896 с.
 5. Портер М. Стратегія конкуренції / М. Портер ; [пер. з англ. А. Олійник, Р. Сільський]. – К. : Основи, 1998. – 390 с.
 6. Про створення Українського національного фонду підтримки підприємництва і розвитку конкуренції : постанова Кабінету Міністрів України від 28 грудня 1991 р. № 381 ; зі змінами, внесеними згідно з Постановами КМ № 1485 від 30.12.97, № 610 від 11.07.2012.
 7. Робинсон Дж.В. Экономическая теория несовершенной конкуренции / Дж. Робинсон ; [пер. с англ.]. – М. : Прогресс, 1986. – 471 с.
 8. Самуэльсон П.А. Экономика / П.А. Самуэльсон. – М. : Альфа, 1993.
-