

18. Porter M.E. Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors / M.E. Porter. – N. Y.: The Free Press, 1980. – 347 p.
19. Prahalad C.K. The core competence of the corporation / C. K. Prahalad, G. Hamel // Harvard Business Review. – 1990. – Vol. 68, No. 3. – P. 79–91.
20. Rumelt R.P. How much does industry matter? // R.P. Rumelt // Strategic Management Journal. – 1991. – Vol. 12, No. 3. – P. 167–185.
21. Selznick P. Leadership in administration: A sociological interpretation / Selznick P. – New York: Harper & Row, 1957. – 162 p.
22. Teece D. Dynamic Capabilities and Strategic Management / D. Teece, G. Pisano, A. Shuen // Strategic Management Journal. – 1997. – Vol. 18, No. 7. – P. 509–533.
23. The Art of War, Sun Zi's Military Methods; transl. by Victor H. Meir. – N. Y.: Columbia University Press, 2007.

Стаття надійшла до редакції 23.03.2012.

УДК 658.115

Сватюк О.Р. к.е.н., доцент,
Панченко Х.Ю. спеціаліст,
Захарків Р.В. спеціаліст

Львівський державний університет внутрішніх справ

УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНЦІЄЮ ЯК СПОСІБ ІСНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ

Рассмотрены основные типы конкуренции предприятий на рынке и конкурентные преимущества экономики Украины. Проанализированы внутренние и внешние факторы, которые влияют на конкуренцию.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентные преимущества.

The basic types of competition of enterprises at the market and competitive advantages of economy of Ukraine are considered. Internal and external factors that influence on a competition are analyzed.

Key words: competition, competitive advantages.

Постановка проблеми. Функціонування ринкових відносин, в основі яких лежить багатуокладна економіка, передбачає створення рівних можливостей для суб'єктів господарської діяльності, а також їх конкуренцію. Конкуренція виступає змаганнями суб'єктів господарювання за умови, коли їхні самостійні дії обмежують можливості кожного з них впливати на загальні умови реалізації товарів або послуг на ринку, що і стимулює виробництво тих товарів, яких потребує споживач.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання конкуренції вивчали науковці: Г.Л. Азосев, В.М. Власова, А.П. Градов. Актуальність їхнього дослідження зумовлена необхідністю постійного вивчення конкуренції, адже зі збільшенням кількості підприємств виникає необхідність протистояти добросовісній та недобросовісній конкуренції.

Напрями подолання недобросовісної конкуренції відображені в законодавстві, що регулює підприємницьку діяльність [1, 2].

Метою статті є обґрунтування переваг конкуренції та їхнє відображення в підприємницькій діяльності. Діяльність підприємств різних форм власності, надання практично кожному економічному суб'єкту права виходу на ринок зумовили необхідність вивчення конкуренції для забезпечення комерційного успіху.

Виклад основного матеріалу дослідження. Термін «конкуренція» походить від латинського слова «concurrentia», що означає змагання, суперництво. Зміст конкуренції полягає в суперництві підприємств, коли їхні самостійні дії обмежують можливості кожного з них впливати на загальні умови реалізації товарів на ринку і стимулювати виробництво товарів, необхідних споживачеві. Це розкривається через функції:

- формування рушійних сил підприємства;
- удосконалення виробництва й оновлення товарів та послуг;
- саморегуляції ринкової системи;
- знаходження нових форм задоволення потреб споживачів [3].

Будь-яка організація має об'єктивне егоїстичне прагнення – перейти від досконалої конкуренції до монополії на ринку. При цьому на етапі зародження організації вона проголошує, як правило, необхідність досконалої конкуренції, а з плином часу намагається посісти олігопольне, а потім монопольне

становище. Оскільки проблема зводиться до забезпечення найвигідніших умов виробництва й збуту товарів, то метою конкурентної боротьби для кожного суб'єкта є отримання монопольного становища на ринку. Для досягнення цієї мети можуть використовуватися різноманітні засоби – як коректні, або легальні, так і некоректні, або нелегальні. Окрім визначених вище тенденцій у розвитку галузей національної економіки, на стан конкуренції в Україні впливає також специфіка суспільно-економічних відносин, які поєднують у собі елементи як ринку, так і колишньої централізованої економіки.

У підприємницькій практиці суперництво розгорається між виробниками за ринок збуту товарів, завоювання певного сегмента ринку. Ідеальне становище на ринку – це коли продавці рекламують і продають свої товари так, щоб споживач мав змогу об'єктивно їх оцінити. На жаль, це не завжди так. Іноді продавці надають споживачам необ'єктивну інформацію про свої товари або товари своїх конкурентів. Часто вони намагаються видати свої товари за ті, що виробляються іншими відомими торговими марками та мають кращу репутацію. Економічна конкуренція є одним із регуляторів пропорцій суспільного виробництва, що стимулює його ефективність, є фактором утворення середньої норми прибутку, формування ринкової вартості товару, диференціації товаровиробників за доходами, реалізації їх матеріального інтересу. Пропозиція товару чи послуги формується кожною конкретною організацією під впливом попиту споживачів і конкурентного тиску інших суб'єктів ринкового господарювання.

Економічна конкуренція є одним із регуляторів пропозицій суспільного виробництва, що стимулює його ефективність, є фактором утворення середньої норми прибутку, формування ринкової вартості товару, диференціації товару чи послуги, формується кожною конкретною організацією під впливом попиту споживачів і конкретного тиску інших суб'єктів ринкового господарювання. Перелік конкурентних переваг економіки України, на жаль, є дуже коротким та охоплює 16 позицій (табл. 1).

Таблиця 1

**Перелік конкурентних переваг економіки України
у рейтингу глобальної конкурентоспроможності 2010 – 2011 рр. [6]**

| № п/п | Показник конкурентних переваг економіки України | Місце (найвище – 1, найнижче – 139) |
|-------|--|--|
| 1. | Індекс правового забезпечення (статистичні дані) | 6 |
| 2. | Покриття вищою освітою (статистичні дані) | 8 |
| 3. | Практика найму та звільнення працівників | 18 |
| 4. | Витрати, пов'язані зі звільненням (статистичні дані) | 21 |
| 5. | Якість залізничного сполучення | 25 |
| 6. | Оплата та продуктивність | 26 |
| 7. | Зайнятість жінок у приватному секторі (статистичні дані) | 32 |
| 8. | Кількість мобільних користувачів | 34 |
| 9. | Індекс: обсяг внутрішнього ринку (статистичні дані) | 37 |
| 10. | Індекс: частка на зовнішньому ринку (статистичні дані) | 37 |
| 11. | Інноваційна спроможність | 37 |
| 12. | Тарифні бар'єри | 40 |
| 13. | Якість математичної освіти | 42 |
| 14. | Покриття середньою освітою (статистичні дані) | 44 |
| 15. | Телефонні мережі (статистичні дані) | 47 |
| 16. | Якість початкової освіти | 49 |
| | Для загальної характеристики розраховано середнє значення місця за всіма наведеними вище показниками | 31,4 |

У 2011 році Україна посіла 89-е місце серед 139 країн світу у рейтингу глобальної конкурентоспроможності за 2010 – 2011 рр.

Минулого 2010 року Україна була на 82-му місці. Такий регрес є наслідком погіршення позицій за 9 з 12 складових Індексу глобальної конкурентоспроможності. Прогноз на 2012 рік ускладнюється резолюцією Парламентської асамблеї Ради Європи, що містить критичні зауваження. Ряд проблем, вважають у ПАРЕ, є наслідком системних недоліків у правовій системі України (а це перший показник у таблиці). Проте Україні вдалося зберегти такі конкурентні переваги, як високоосвічене населення, гнучкий і ефективний ринок праці, перспективний внутрішній ринок. Залежно від стану конкурентного суперництва організації обирають два типи конкурентної поведінки. Цінова конкуренція є суперництвом підприємців за отримання додаткового обсягу прибутку за рахунок зменшення витрат виробництва й реалізації продукції, тобто зниження цін на цю продукцію без зміни асортименту і якості. В ряді випадків організації йдуть навіть на тимчасове зниження частки прибутків у ціні товару, застосовуючи демпінгові ціни для придушення конкурентів.

У нинішній час в умовах сучасної ефективної конкуренції спостерігається переважання нецінових методів. Розробляючи стратегію і тактику здійснення своєї діяльності на ринку, підприємства, перш за все, занепокоєні створенням продукції, яка за своїми якісними параметрами відповідає запитам споживачів. Підприємства, які використовують якраз цей метод, найчастіше не надають великого значення тому, що поряд із покращенням продукції й розширенням асортименту відбувається значне зростання витрат на її виготовлення і підвищення ціни товару.

Основою для побудови різноманітних концепцій і моделей поведінки підприємств на ринку є поняття конкурентоспроможності, яке розкриває внутрішній зміст і напрям дій господарюючих суб'єктів у процесі конкуренції та характеризує їх динаміку.

Конкурентоспроможність підприємства – комплексне багатофакторне поняття. Незважаючи на різні підходи до визначення суті поняття, усі дослідники відзначають такі риси цього показника, як порівняльний і часовий характер. Звідси, конкурентоспроможність підприємства на певному сегменті товарного чи регіонального ринку виступає як узагальнююча оцінка його конкурентних переваг в питаннях формування ресурсного потенціалу, якості задоволення споживчого попиту та досягнутої завдяки цьому ефективності функціонування господарчої системи, які мають місце на момент чи період оцінювання.

Сьогодні використовується також поняття конкурентостійкості, у розумінні, адекватному змісту конкурентоспроможності. Однак поняття, що розглядаються, нерівнозначні. Конкурентоспроможність відображає активний конкурентний потенціал підприємства, тобто його здатність випередити (перемогти) конкурентів як у нинішній час, так і в майбутньому, а конкурентостійкість – відносно стабільний стан підприємства на певний момент часу.

Конкурентоспроможність характеризується наявністю конкурентних переваг і певною конкурентною позицією. Конкурентні переваги є тим, на що спрямовані всі (конкурентні) стратегії у сфері бізнесу. Конкурентні переваги формуються багатьма чинниками: станом ефективності виробництва, наявністю права на володіння патентами, станом реклами, рівнем менеджменту, станом відносин із споживачами.

Конкурентна позиція є місцем, яке те чи інше підприємство займає у своїй галузі відповідно до результатів своєї діяльності і своїх недоліків та переваг порівняно з конкурентами. Конкурентні переваги підприємств із сильною конкурентною позицією, як правило, захищені високими вхідними бар'єрами. Норма прибутку у таких підприємств, як правило, перевищує середні показники галузі.

До оцінки конкурентоспроможності підприємств необхідно підходити з позицій ресурсного підходу, оскільки наявність і ефективне використання всього комплексу ресурсів є запорукою загальної конкурентоспроможності підприємства. При цьому як ресурси підприємства слід розглядати не тільки традиційні (матеріальні, фінансові, технологічні, соціальні), а й нематеріальні, пов'язані з формуванням іміджу підприємства. Конкурентоспроможність підприємства закладається на вході, тобто залежить від якості вхідних ресурсів: матеріальних, фінансових, інформативних, соціальних, інформаційних, інтелектуальних.

Крім цих ресурсів, у нинішній час вхідними ресурсами підприємства, важливість і значимість яких підвищується з кожним роком, є інформаційні та інтелектуальні. Новим, суттєво важливим у сучасних умовах є інтелектуальний вид ресурсів підприємства. До складу цих ресурсів відносяться патенти, ліцензії на виготовлення певних видів продукції, «кноу-хау» тощо. Вхідні ресурси підприємства переробляються в процесі функціонування його операційної системи. Як відомо, операційна система підприємства складається з переробної підсистеми, підсистеми забезпечення, підсистеми планування й контролю (підсистеми менеджменту). У складі цих підсистем для досягнення високої конкурентоспроможності підприємства провідну роль відіграють переробна підсистема й підсистема менеджменту.

Переробна підсистема виконує продуктивну роботу, безпосередньо пов'язану з перетворенням вхідних величин у вихідні результати. Стан технології, що застосовується конкретним підприємством, визначає якість продукції (послуг) на виході операційної системи – основну складову конкурентоспроможності. Прямий вплив на конкурентоспроможність підприємства здійснює також підсистема менеджменту.

У формуванні конкурентоспроможності дедалі більшого значення набуває науковий потенціал підприємства, сконцентрований у науково-дослідних, експериментально-проектних і конструкторських підрозділах підприємства. Персонал цих підрозділів знаходиться між переробною підсистемою й підсистемою менеджменту, впливаючи як на технологічні аспекти діяльності підприємства, так і на систему соціальних відносин у ній, і тим самим здійснюючи достатньо потужний вплив на формування загальної конкурентоспроможності підприємства.

Взаємодія розглянутих складових механізму, який потенційно визначає конкурентоспроможність підприємства, проявляється у виході підприємства на ринок як із виробленою продукцією (послугами), так і з певними фінансово-економічними показниками та іміджем, які в комплексі і є предметом ринкового оцінювання конкурентоспроможності підприємства. В економічній літературі комплекс фінансових показників діяльності підприємств не відноситься до складових конкурентоспроможності підприємств. Однак вплив ринку на ці показники безсумнівний – безпосередній на ринку цінних паперів, і опосередкований – на товарному ринку. Будь-які коливання ринкової вартості акцій

корпорації, причиною яких є погіршення фінансових показників діяльності, неодмінно відбиваються і на попиті на її продукцію і на загальній конкурентоспроможності підприємства.

Отже, все те, що спостерігається на «виході» підприємства і в комплексі визначає його конкурентоспроможність, залежить у першу чергу від самого підприємства – якості його «входів», ефективності функціонування операційної системи. Конкуренція як невід’ємний компонент товарного виробництва й ринку є найважливішим важелем дії закону вартості, закону попиту і пропозиції та інших законів товарного виробництва й формою прояву демократизму ринку. Більшість українських підприємств ще не працюють у повністю конкурентному середовищі та не готові до ведення активної конкурентної боротьби.

Висновок. Проведене дослідження дало нам змогу обґрунтувати добросовісну і недобросовісну конкуренцію та перелік конкурентних переваг, що виступає інструментом для оцінки потенціалу конкурентних переваг України. Переваги конкуренції такі:

- є основою механізму ринкової економіки;
- спонукає до орієнтації на потреби ринку, на забезпечення високої якості товарів, створення нових товарів;
- є могутньою альтернативою монополізації;
- сприяє розвитку науково-технічного прогресу;
- автоматично регулює ринкові пропорції і сприяє ефективності ринків.

Криза ринкових відносин в економіці України вимагає створення економічних, юридичних та організаційних передумов для розгортання конкуренції між господарюючими суб’єктами як основи техніко-економічного й соціального прогресу вітчизняного суспільства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Закон України «Про акціонерні товариства» від 17.09.2008 р. // ВВР України. – 2008. – № 50–51. – С. 384.
2. Закон України «Про обмеження монополізму і недопущення недобросовісної конкуренції у підприємницькій діяльності» від 18.02.1992 р. № 2132-ХІІ // ВВР України. – 1992. – № 21. – С. 296.
3. Латфуллин Г.Р. Теория организации. / Г.Р. Латфуллин, А.В. Райченко. – СПб.: Питер, 2003. – 400 с.
4. Управление организацией: энциклопедический словарь / под ред. А.Г. Поршнева, А.Я. Кибанова, В.Н. Гунина. – М.: ИНФРА-М, 2001.
5. <http://www.taxpayers.org.ua/categories/1>
6. Світовий рейтинг конкурентоспроможності [Електронний ресурс]. – Режим доступу: ukranews.com/uk/news/ukraine/2010/11/02/30421

Стаття надійшла до редакції 23.02.2012.

УДК 334.72(477)

**Орехівський Г.А., к.е.н., доцент,
Орехівський В.Г., к.е.н., доцент**

Національний університет біоресурсів і природокористування України

ВІТЧИЗНЯНІ СУПЕРЕЧНОСТІ АДАПТАЦІЇ РАЦІОНАЛЬНОГО БІЗНЕСУ

Акцентируется внимание на объективной необходимости следовать принципам цивилизованной предпринимательской деятельности, недопущения таким образом доминирования теневого бизнеса, что депрессирует системный кризис и тормозит диалектику рыночной экономики в Украине.

Ключевые слова: предпринимательство, незаконный бизнес, противоречия, принципы, государственное регулирование, народный контроль.

The attention is paid to objective necessity to follow principles of civilized entrepreneurial activity, non-admission thus of prevailing of shadow business, that causes depression in a system crisis and puts the brakes on a dialectics of market economy in Ukraine.

Key words: enterprise, illegal business, contradictions, principles, government control, popular control.

Постановка проблеми. Магістральний перехід розвинених країн на рубежі останніх століть від традиційної або класичної моделі підприємництва до сучасної інноваційної робить непрості виклики й національному бізнесу. Початок його становлення, як і дотепер, супроводжується, крім іншого, недіалектичними суперечностями. Відчувається неврахування багатьма суб’єктами господарювання світового досвіду, загальновизнаних правил ринкового життя.