

СУЧАСНІ МЕТОДИ КОНКУРЕНТНОЇ БОРОТЬБИ У СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ФІРМ

КОВАЛЕНКО Ігор Вікторович - аспірант кафедри економічної теорії Київського національного університету імені Тараса Шевченка

В статті проаналізовані методи конкурентної боротьби в сучасних умовах. Особливу увагу приділено методам недобросовісної конкуренції, які застосовуються з допомогою сучасних технологічних засобів, нечітким критеріям визначення недобросовісної практики, напрямів регулювання стратегій розвитку фірм, що становлять загрозу конкуренції на ринку.

Ключові слова: конкуренція, недобросовісна конкуренція, стратегії розвитку фірм, методи конкуренції.

Актуальність дослідження

Недостатність економічно обґрунтованих державних механізмів формування та регулювання конкурентних відносин, а також слабка і вельми суперечлива законодавчо-правова база не в змозі запровадити, а тим більше прискорити становлення і розвиток ринкових відносин, генетично-рисую яких є конкуренція. До недавнього часу питання конкурентних відносин у вітчизняній економічній науці все більше набирають переосмислення. У зарубіжній економічній літературі проблемам ринкової конкуренції та монополізму присвячено чимало робіт вчених, у яких з різних методологічних позицій аналізуються методи конкуренції.

Багато наукових робіт видатних вітчизняних вчених як: Антонюк Л.Л., Базилевича В.Д., Ігнатюк А.І., Жаліла Я.А., Костусева А.А., Піддубної Л.І., Пономаренка В.С., Реверчука С.К., Соловійова В.П., Філюк Г.М. – присвячені теоретичним і мето-

дологічним основам відносин конкуренції та форм їх прояву в господарській практиці, але мало безпосередньо методам конкурентної боротьби. У цьому зв'язку наше дослідження трансформації конкурентних відносин з огляду на сучасні методи конкуренції є своєчасним і актуальним.

Метою статті є аналіз методів конкурентної боротьби в сучасних умовах розвитку світової економіки, зокрема недобросовісної конкуренції, що застосовуються з допомогою сучасних технологічних засобів, нечітким критеріям визначення недобросовісної практики, напрямів регулювання методів конкуренції, що призводять до монополізації ринків.

Виклад основного матеріалу

Принциповою відмінністю конкуренції в останні десятиліття стає зміна її кінцевої мети. На зміну безмежного росту прибутку приходять прагнення до забезпечення стабільного функціонування національної економіки, у перспективі і світової.

Це якісно новий стан складається під впливом двох взаємопов'язаних елементів конкурентних відносин, протилежних за своєю суттю: конкуренції та монополізму. Виростаючи з конкуренції, монополізм під впливом прогресивно мінливої ринкової системи змінює свою сутність. У результаті взаємодії цих протилежних структур конкурентних відносин виникає, функціонує і розвивається якісно нова тенденція,

обумовлена прагненням суспільства обмежити вплив монополізму. Усі учасники сучасного ринку відчули, що ринок зазнає змін, окремі з яких важко пояснити економічними теоріями минулих років. У підсумку складаються специфічні форми конкурентних відносин, що тяжіють, насамперед, до співпраці, до партнерства. Сучасна економіка характеризується пануванням не монополії, а олігополії, тобто контролюючими позиціями невеликої кількості крупних фірм у кожній галузі, які, як стверджують прихильники «теорії олігополії», не можуть вважатися монополіями, тому що між ними існує конкуренція [1].

В економічній літературі прийнято розділяти конкуренцію за її методами на:

- цінову (конкуренцію на основі ціни);
- нецінову (конкуренцію на основі нецінових детермінантів)

Й.Шумпетер розглядав конкуренцію як процес формування кластерів нових виробничих комбінацій, а саме:

1) запровадження нового товару, себто досі незнайомого споживачам, чи нової якості товару;

2) запровадження нового методу виробництва, себто ще не випробовуваного на

практиці у відповідній галузі виробництва, який не конче має ґрунтуватися на науковому відкритті й може також полягати в новому способі комерційного поводження з товаром;

3) відкриття нового ринку, себто ринку, на який конкретна галузь національного виробництва ще не виходила, незалежно від того, чи існував цей ринок раніше;

4) відкриття нового джерела постачання сировини чи напівфабрикатів, знову ж таки безвідносно до того, існувало це джерело раніше чи його щойно створено;

5) реорганізація будь-якої галузі промисловості, наприклад, створення монопольного становища (скажімо, шляхом трестування) чи підрив монопольного становища [2, с. 75].

На даний час надто популярними стають різноманітні нецінові методи, що вимагають, на нашу думку, окремої, нової структурованості. Ми умовно їх пропонуємо поділити на чотири групи, котрі поміж того також пов'язані один з одним досить тісно:

1. Методи, що змінюють продукт:

1.1. Модифікація властивостей товару.

1.2. Створення товарів-замінників.

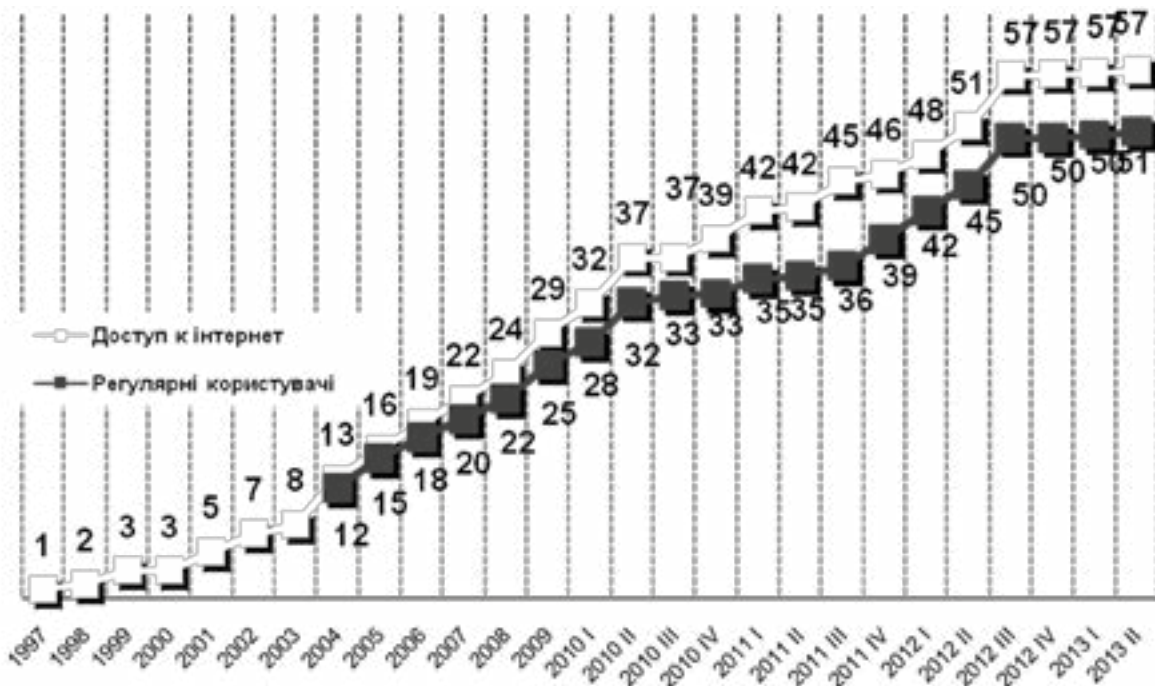


Рис. 1. Інтернет-аудиторія в Україні

Джерело: Інтернет Асоціація України

мірне збирання, розголошення та використання комерційної таємниці [6].

Недобросовісна конкуренція – будь-які спрямовані на отримання переваг у підприємницькій діяльності дії (бездіяльність) суб'єктів господарювання, які суперечать національному антимонопольному законодавству, звичаям ділового обігу та можуть заподіяти або заподіяли збитки іншим суб'єктам господарювання чи завдати шкоди їхній діловій репутації [6].

У коментарі до Типового закону з товарних знаків, фірмових найменувань та актам недобросовісної конкуренції для країн, що розвиваються, визначаються як недобросовісна конкуренція – такі види неправомірних дій:

- підкуп покупців конкурентів, спрямований на те, щоб залучити їх в якості клієнтів і зберегти на майбутнє їх вдячність;
- з'ясування виробничих або комерційних таємниць конкурента шляхом шпигунства або підкупу його службовців;
- неправомірне використання або розкриття ноу-хау конкурента;
- спонукання службовців конкурента до порушення або розриву їх контрактів з наймачем;
- загроза конкурентам позовами про порушення патентів або товарних знаків, якщо це робиться недобросовісно і з метою протидії конкуренції у сфері торгівлі;
- бойкотування торгівлі іншої фірми для протидії чи недопущення конкуренції;
- демпінг, тобто продаж своїх товарів нижче вартості з наміром протидіяти конкуренції або придушити її;
- заохочення порушень контрактів, укладених конкурентами;
- навмисне копіювання товарів, послуг, реклами або інших аспектів комерційної діяльності конкурента;
- створення враження, що споживачеві надається можливість покупки на надзвичайно вигідних умовах, коли насправді цього немає;
- випуск реклами, у якій проводиться порівняння з товарами або послугами конкурентів;
- порушення правових положень, які не мають прямого відношення до кон-

куренції, коли таке порушення дозволяє домогтися невинуватеної переваги перед конкурентами [7].

Ми виділяємо такі методи недобросовісної конкуренції:

- 1) промислове шпигунство;
- 2) промислова контррозвідка;
- 3) підробка продукції конкурентів;
- 4) незаконне використання товарного знака;
- 5) введення в оману споживачів;
- 6) заманювання фахівців фірм-конкурентів більш високою зарплатою;
- 7) підкуп посадових осіб (корупція);
- 8) махінації зі звітністю фірми з метою приховати прибуток від оподаткування (у цьому випадку можна знизити ціни і бути більш конкурентоспроможними).

У сучасних умовах переходу до глобального ринку багато фірм використовують саме ці методи. Причому сучасний світ диктує умови, коли без використання Інтернету та інших ІТ технологій просування товару стає неможливим або дуже важким. Одночасно, окремі з даних методів чудово можна використовувати в глобальній мережі. Саме тут методи так званої недобросовісної конкуренції функціонують із іншими законними методами конкурентної боротьби.

Всі недобросовісні дії, безумовно, не відбуваються випадково і носять навмисний характер. Якщо навмисні дії господарюючого суб'єкта через структуру суду буває довести дуже складно, для чого потрібно оцінювати його діяльність, виходячи з усієї сукупності ознак, складових поняття недобросовісної конкуренції, то теоретично логіка виводу такої поведінки досить проста. На нашу думку інші дії господарюючих суб'єктів можуть бути кваліфіковані як елемент недобросовісної конкуренції за умови, що вони відповідають загальному поняттю недобросовісної конкуренції.

Поширення методів недобросовісної конкуренції підриває основи економіки і сприяє впровадженню у відносини між господарюючими суб'єктами неринкових методів боротьби. Отже, ефективний захист від недобросовісної конкуренції – основа для роботи ринкової економіки.

Але крім нормативно-правових актів, що дозволяють розділити діяльність господарюючих суб'єктів на легальну і нелегальну, сумлінну й несумлінну, потрібні правила і процедури накладення санкцій за порушення законів. Чимале значення має усвідомлення цілей і завдань конкурентної політики широким колом громадян, керівниками суб'єктів ринкової діяльності та урядовими органами.

Для розуміння сутності недобросовісної конкуренції, а також її наслідків потрібні подальші теоретичні розробки юристів, економістів, психологів з проблем етики підприємництва. У зв'язку з цим включений у поняття недобросовісної конкуренції критерій протиріччя діям, її складовим, положенням чинного законодавства, очевидно, потребує подальшого вдосконалення.

Практика свідчить, що переважна частина випадків недобросовісної конкуренції розслідується органами антимонопольного комітету країн на підставі відповідних заяв суб'єктів господарювання. Основні порушення, що стосувалися незаконного (недобросовісного) використання торгових марок і упаковок, органами антимонопольного комітету зафіксовані на таких ринках, як: алкогольних напоїв, морозива, рибних консервів, пива, друкованих видань, туристичних та рекламних послуг, косметичних засобів, тютюнових виробів.

Висновки

Будь-яка діяльність фірми, спрямована на отримання прибутку, має на меті скорочення прибутку інших підприємців, так як поведінка господарюючих суб'єктів – боротьба за гроші споживача. Отже, поведінка будь-якої фірми на ринку направлена на обмеження інтересів інших фірм-конкурентів, спрямована на економічну боротьбу. Одночасно в економіці неможливо знайти рівних за силами суперників, які у своїй боротьбі між собою дотримуються законних правил ведення економічної діяльності. У результаті дослідження ми встановили неможливість встановлення економічних умов для досягнення «здорової конкуренції».

Як наслідок висловлених положень слід зробити висновок про те, що добросовісна конкуренція між фірмами за гроші споживача неможлива, навіть якщо за дотриманням умов постійно спостерігає відповідний владний орган. На практиці протиріччя між компаніями часто візьмуть гору над спільним інтересом заради посилення власних позицій на ринку.

Питання захисту конкуренції є досить актуальним на сучасному етапі розвитку економіки України. Це пояснюється тим, що в Україні швидкими темпами розвиваються різноманітні форми підприємництва, які призводять до загострення конкурентних відносин.

Досвід показав, що втручання держави в економіку у вигляді регулювання конкурентних відносин є невід'ємною і необхідною складовою сучасної ринкової економіки. Зокрема, встановлені захисні бар'єри щодо неправомірних дій на ринку такі, як Захист від недобросовісної конкуренції в Україні, здійснюється Законом України «Про захист від недобросовісної конкуренції» від 7 червня 1996 р., Закони України «Про обмеження монополізму та недопущення недобросовісної конкуренції у підприємницькій діяльності», «Про Антимонопольний комітет України», «Про зовнішньоекономічну діяльність», інші акти законодавства, виданими на підставі законів і постанов Верховної Ради України – мають сприяти недопущенню свобод економічної діяльності фірм на ринку.

Література

1. Ігнатюк А. І. Галузеві ринки: теорія, практика, напрями регулювання: Монографія. – К.: ННЦ ІАЕ, 2010. – 465 с. Мікроекономіка: Підручник / За ред. В.Д.Базилевича. – 2-ге вид., пероб. і доп. – К.: Знання, 2008. – 680 с. – (Класичний університетський підручник)
2. Гражевська Н.І. Теорія економічного розвитку Й.Шумпетера в контексті синергетичної парадигми / Н.І. Гражевська // Науковий вісник Чернівецького національного університету [зб. Наукових праць]. – Чернівці 2011 – Вип. 579-580. – С. 19-23

АНОТАЦІЯ

У статті проаналізовано методи конкурентної боротьби в сучасних умовах. Особлива увага приділена методам недобросовісної конкуренції, що застосовуються за допомогою сучасних технологічних засобів, нечітким критеріям визначення недобросовісної практики, напрямам регулювання стратегій розвитку фірм, що загрожують конкуренції на ринку.

3. Онопрієнко С. Деякі питання захисту від недобросовісної реклами / С. Онопрієнко // Юстиніан. – 2003. – № 12. – Ст. 1–12

4. Тикин В. С. Недобросовісна конкуренція как аутсорсинг фірми // Современная конкуренция. 2010.

5. Закон України Про захист від недобросовісної конкуренції (ст.1) м. Київ, 7 червня 1996 року N 236/96-ВР (Із змінами, внесеними згідно із Законом N 689-VI від 18.12.2008) – (Бібліотека офіційних видань)

SUMMARY

In the paper have been analyzed methods of competition in today's environment. Special attention is given to methods of unfair competition used by modern technological means and also used by unclear criteria for determining unfair practices which are hurting competition on a market.

6. Господарський кодекс України (ст.32) м.Київ, 16 січня 2003 року N 436-IV (Господарський кодекс України набирає чинності з 1 січня 2004 року).

7. «Типовий закон о конкуренции» [Електронний ресурс].-Режим доступу : URL: www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/pdf/law_competition.pdf – Назва з екрана

8. «Недобросовісна реклама чи особливості торгових звичаїв у конкуренції» [Електронний ресурс].-Режим доступу : URL:

<http://www.pwc.com/ua/uk/publications/publication062.jhtml> – Назва з екрана