

послідовної реалізації системи взаємопов'язаних економічних, правових, організаційних і інформаційних заходів, спрямованих на утворення привабливого інвестиційного клімату й поживлення інвестиційної активності в регіоні.

Бібліографія

1. Закон України "Про інвестиційну діяльність". - Львів: Світ, 1992. - С.24.
2. Вишлінський Г. Інтереси та потенціал прямих іноземних інвесторів в Україні. // Перспективні дослідження. -2000. -№6. - С.2-45.
3. Юрій С, Борука Т. Іноземні інвестиції - регіональний аспект залучення. // Регіональна Економіка. - 1998. - №3. - С.45 - 52.

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОГО КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА

В.І. ПАВЛОВ
І.О. КОЛІСНИЧЕНКО

У статті розглядається проблема дослідження конкуренції та формування умов для ефективного її функціонування, в першу чергу на соціально важливих ринках, яким є ринок молока та молокопродуктів. Наводяться принципи функціонування досконалої та монополістичної конкуренції та розглядається поняття ефективного конкурентного середовища.

Ключові слова: конкуренція, ефективне конкурентне середовище, принципи конкуренції.

Конкуренція є однією з рушійних сил підприємництва. Вона відіграє важливу роль у розвитку економічної системи, змушує підприємців мобілізувати всю енергію і здібності для підвищення конкурентоспроможності своїх підприємств. Тому проблема дослідження конкуренції та формування умов для ефективного її

функціонування, в першу чергу на соціально важливих ринках, яким є ринок молока та молокопродуктів, залишається досить актуальною для вітчизняної економіки на сучасному етапі переходу до ринкових відносин.

Основною метою дослідження є розробка теоретичних аспектів та практичних рекомендацій створення ефективного конкурентного середовища на ринку молока та молокопродуктів Волинської області, вдосконалення його організаційно-економічної структури в умовах розвитку ринкових відносин.

Саме поняття конкуренції має неоднозначний характер і протягом розвитку економічної теорії набувало різних відтінків і характеру. Так, основоположник теоретичних поглядів на конкуренцію А. Сміт розглядав її згідно принципу "невидимої руки" як механізм, що врівноважує особисті інтереси суб'єктів ринку та економічну ефективність. Він розглядав конкуренцію як суперництво, що підвищує чи знижує ціни відповідно до зменшення пропозиції чи при наявності надлишкового попиту. Модель досконалої конкуренції за Смітом характеризувалася великою кількістю підприємств, що реалізують стандартизовану продукцію, відсутністю контролю над цінами та бар'єрів проникнення в галузь.

Основні положення теорії монополістичної конкуренції розглядають у своїх працях "Теорія недосконалої конкуренції" (1933) Дж. Робінсон, та Е. Чемберлен який у "Теорія монополістичної конкуренції" (1933) зокрема визначив такі основні її ознаки, як "велика кількість підприємств, які реалізують диференційовану продукцію; обмежений контроль цін; нецінові методи конкуренції; незначні бар'єри входу в галузь".

Значний вклад до теоретичних моделей олігополістичної конкуренції та монополій внесли. А. О. Курно (починав з розгляду монополії, а потім переходив до дуополії), Л. Вальрас (розглядав безперешкодну конкуренцію і вважав монополію особливим випадком), Ф. І. Еджворт (здійснив математичний опис моделей олігополії та монополії) [2], А. П. Лернер (монопольна влада та її оцінка), К. Віксел (недосконала конкуренція і цінова дискримінація). Досить вагомим внеском у розвиток теоретичних поглядів на конкуренцію є визначення М. Портером п'яти конкурентних сил – факторів, що визначають стан конкуренції в галузі. Дослідженням даних питань займалися також і вітчизняні вчені. Зокрема, А. Ю. Юданов визначає ринкову конкуренцію, як боротьбу фірм за обмежений обсяг платоспроможного попиту споживачів, що ведеться на доступних їм сегментах ринку. Розвиваючи систему

поглядів на визначення конкурентного середовища підприємства Г. Л. Азоев характеризує його як сукупність суб'єктів і факторів, що впливають на відносини між виробником (продавцем) і споживачем продукції.

Як бачимо, поняття конкуренції складне та багатогранне. Так, в найпростішому вигляді його можна трактувати як змагання на ринку. Згідно визначення, що подане в Законі України "Про захист економічної конкуренції" **економічна конкуренція** – змагання між суб'єктами господарювання з метою здобуття завдяки власним досягненням переваг над іншими суб'єктами господарювання, внаслідок чого споживачі, суб'єкти господарювання мають можливість вибирати між кількома продавцями, покупцями, а окремий суб'єкт господарювання не може визначити умови обороту товарів на ринку [1].

Отже, на основі проведеного дослідження можна сформулювати інтегроване визначення: **конкуренція** – це відносини між господарюючими на ринку суб'єктами, що зацікавлені у досягненні однієї і тієї ж мети, з приводу їх боротьби за найповніше задоволення своїх потреб та інтересів – найвигідніші умови господарювання та отримання максимальної вигоди – за наявності певних обмежень.

Виходячи зі сформованих загальноприйнятих положень, у даний час виділяють, як правило, чотири основних типи конкурентних ринкових структур: досконалу конкуренцію, монополію і моносонію, монополістичну конкуренцію, олігополію і олігосонію. Дані типи підрозділяються в залежності від співвідношення між кількістю виробників і кількістю споживачів.

Щоб забезпечити формування ефективного конкурентного середовища ринкова структура повинна бути максимально наближена до умов досконалої конкуренції, створення якої базується на таких **принципах**:

- принцип наявності значної кількості продавців і покупців, жоден з яких не має суттєвого впливу на ринкову ціну і обсяг пропозиції;
- принцип виробництва однорідної продукції, що нічим не відрізняється від продукції інших продавців; принцип відсутності бар'єрів для входу на ринок у довгостроковому періоді;
- принцип відсутності штучних обмежень попиту, пропозиції чи ціни та мобільності змінних факторів виробництва; принцип наявності досконалої інформації про ціну, кількість продукту, витрати і попит на ринку. За вільної конкуренції жодна з фірм не може впливати на ринкову

ситуацію. Певною мірою таким вимогам за сучасних умов відповідають ринки **сільськогосподарської продукції, цінних паперів та послуг**. Перелічені принципи певною мірою відповідають ринку молока, де існує велика кількість виробників – селянських господарств та молочних ферм, що не мають впливу на кінцеву ринкову ціну виготовленої продукції – молока.

Загалом слід відмітити, що вільна конкуренція може набувати форми внутрігалузевої та міжгалузевої.

Внутрігалузева конкуренція, яка є характерною для ринків молока та молокопродуктів, становить боротьбу між товаровиробниками, які діють в одній галузі національного господарства і виробляють однакову або взаємозамінну продукцію. В умовах даного виду конкуренції основним методом боротьби є зниження витрат виробництва за рахунок впровадження нової техніки та вдосконалення форм організації виробництва і праці, запровадження нових форм і системи заробітної плати тощо. Зниження рівня витрат завжди доцільне. Однак, воно не повинно досягатися за рахунок зниження якості, бо це може призвести до зменшення обсягу продажу. І навпаки, підвищення якості виготовленої продукції за даних умов є досить важливим і дієвим методом суперництва який дає можливість дещо підвищити ціни порівняно з цінами конкурентів, якість продукції яких нижча [3].

Неважко побачити, що жоден реальний ринок повністю не відповідає усім переліченим принципам досконалої конкуренції. Тому, дана схема має в основному теоретичне значення, разом з тим вона є основою, що дає змогу глибше зрозуміти розуміти більш реальні ринкові структури. Саме у цьому і полягає її цінність.

З виникненням монополій вільна конкуренція перетворюється на монополістичну, або недосконалу, яка є найбільш поширеною в сучасних умовах. При даній структурі діє відносно велике число виробників, що пропонують схожу, але не ідентичну продукцію, тобто на ринку присутні гетерогенні товари. В умовах монополістичної конкуренції виробляється диференційована продукція. Диференціація торкається насамперед якості продукту чи послуг, завдяки чому в споживача складаються цінові переваги. Продукція може бути диференційована також за умовами після продажного обслуговування (для товарів тривалого використання), по близькості до покупців, по інтенсивності реклами і т.п.

Таким чином, фірми на ринку монополістичної конкуренції вступають у суперництво не тільки через ціни, але і шляхом диференціації продукції і послуг. Монопольність у такій моделі полягає у тому, що кожна фірма в умовах диференціації продукції володіє, у деякій мірі, монопольною владою над своїм товаром;

вона може підвищувати і знижувати ціну на нього поза залежністю від дій конкурентів, хоча ця влада й обмежується наявністю виробників аналогічних товарів. Крім того, на монополістичних ринках поряд із дрібними і середніми присутні і досить великі фірми.

При такій моделі ринку фірми прагнуть збільшити переваги шляхом індивідуалізації своєї продукції. Це відбувається насамперед за допомогою товарних знаків, найменувань і рекламної компанії, що однозначно виділяють розрізненість товарів.

На відміну від досконалої монополістична конкуренція базується на наступних принципах:

- на досконалому ринку продаються не гомогенні, а гетерогенні товари;
- для учасників ринку немає повної прозорості ринку, і вони діють не завжди відповідно до економічних принципів;
- підприємства прагнуть розширити область своїх переваг шляхом індивідуалізації продукції;
- доступ до ринку для нових продавців при монополістичній конкуренції утруднений у силу наявності переваг.

На основі вище наведеного можна провести паралель між принципами функціонування монополістичної (недосконалої) конкуренції та ринком молокопродуктів, де вони знаходять свій прями наступним чином:

- вхід на ринок не вимагає особливих технологій чи специфічної техніки. В свою чергу природні умови сприяють розвитку молочної галузі;
- спостерігається незначна диференціація стандартної продукції, разом з тим, виробники намагаються диференціювати окремі свою продукцію випускаючи нові її види;
- відсутній значний вплив на ринкову ситуацію. Однак, недостатньо велика кількість підприємств може зумовити виникнення цінового зговору щодо закупівельних цін на молоко;
- на ринку існує значна кількість селянських господарств та молочних ферм, що є виробниками та постачальниками молока як сировини для переробних підприємств. Відсутній вплив господарств-виробників на ринкову ситуацію;
- незначна площа товарного ринку забезпечує ситуацію, за якої виробники мають певною мірою повну і достовірну інформацію щодо цін, а споживачі (переробні підприємства) щодо попиту та пропозиції на молоко.

Різновидом недосконалої конкуренції є нечесна конкуренція, яка ведеться переважно неекономічними методами (підкуп чиновників, промисловий шпіонаж, укладення таємних угод про єдину політику цін і навіть диверсій проти конкурентів) [3].

В залежності від того, хто контролює ціни, розрізняють три види конкурентних середовищ:

- середовище, де ціни контролюються ринком;
- середовище, ціни в якому контролюються підприємством;
- середовище, де ціни контролюються урядом.

Що стосується досліджуваних нами ринків молока та молокопродуктів, то слід відмітити що у своїй характеристиці вони поєднують ознаки середовищ, де ціни контролюються ринком та частково державою. Оскільки, на даних ринках функціонує достатня кількість виробників та споживачів товару, а продукція, що виготовляється є подібною. Разом з тим, переробні підприємства скуповують молочну сировину у сільських господарств та ферм за досить низькими цінами, що може призвести до скорочення поставок молока в наслідок нерентабельного його виробництва. Виникнення даної проблеми в свою чергу потребує втручання держави в плані встановлення фіксованих мінімальних закупівельних цін.

В основному більшість сучасних ринків можна визначити як конкурентні.

Звідси випливає нагальна потреба у вивченні конкуренції, її рівня й інтенсивності, у визначенні принципів і ринкових факторів, що справляють найбільший вплив на формування ефективного конкурентного середовища та перспектив його розвитку.

Формування ефективного конкурентного середовища на соціально важливих товарних ринках вимагає регулярного дослідження стану конкуренції, визначення рівня їх монополізації, аналізу поведінки суб'єктів господарювання, що займають монополіне (домінуюче) положення на них. В той же час наведені вище заходи не можуть в повній мірі змінити загальну складну ситуацію, що склалась на соціально значимих ринках. Слід зазначити, що значною перешкодою розвитку конкуренції на сьогодні є існування адміністративних бар'єрів вступу на товарні ринки. Тому найбільш активно потрібно здійснювати заходи, спрямовані на зниження або зняття бар'єрів, що обмежують вступ суб'єктів господарювання на існуючі товарні ринки.

Вивчення теоретико-методичних засад формування ефективного конкурентного середовища дозволяє забезпечити:

- розвиток економічної теорії підприємництва;
- обґрунтування шляхів активізації необхідних ресурсів підвищення ринкових перетворень;
- проведення більш активної конкурентної політики держави.

Разом з тим, слід зауважити, що ефективність здійснення будь-яких перетворень значною мірою залежить від урядового

сприяння, пріоритетного значення набуває комплекс питань, щодо посилення державного регулювання товарних ринків.

Бібліографія

1. Про захист економічної конкуренції: Закон України від 11 січня 2001 року №2210-111. – Конкурентне законодавство України: Юридичний збірник. – К: антимонопольний комітет України, 2002. – С. 296.
2. Блауг М. Економічна теорія в ретроспективі – К: Основи, 2001. – С 670ст.
3. Мочерний С.В., Усатенко О.А., Чоботар С.І., Основи підприємницької діяльності: посібник. – Київ: Видавничий центр "Академія", 2001. – С.279.