

Економічна конкуренція в сучасних умовах

У статті розглядається поняття економічної конкуренції та її основні функції. Особливу увагу приділено вивченню методів несумлінної конкуренції в умовах ринкового господарювання.

Постановка проблеми та її актуальність. Здобувши державну незалежність, Україна розв'язує важливі завдання – формування культурного, політичного, наукового життя. Але надзвичайно важливе завдання є створення економіки, спроможної забезпечити гідне життя народів. У процесі становлення в Україні ринкової економіки відбуваються глибокі зміни в різних сферах економічного життя. Однією з найвагоміших змін є те, що конкуренцію в роки незалежності почали розглядати, як важливий інструмент мікроекономічного аналізу.

Саме тому поняттю конкуренції сьогодні привертають пильну увагу не тільки спеціалісти, економісти, політики, а і широкі прошарки населення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні та практичні аспекти конкуренції найповніше розглядаються в працях західних економістів. До найвідоміших спеціалістів з даної проблематики можна віднести: А. Сміта, П. А. Семюелсона, Є. Долана, К. Макконнелла, С Брю, Ф. Котлера, Р. Піндайка, С. Фішера, Ф. Енгельса.

Метою статті є дослідження сутності економічної конкуренції, її основних функцій та методів у трансформаційних процесах вітчизняної економіки.

Виклад основного матеріалу. Сучасна ринкова економіка являє собою складний механізм, що складається з різноманітних виробничих, комерційних, фінансових та інформаційних структур, які взаємодіють на тлі розгалуженої системи правових норм і об'єднуються єдиним поняттям – ринком.

Ринок – це організована структура, де «зустрічаються» виробники і споживачі, продавці і покупці, де в результаті взаємодії попиту споживачів і пропозиції виробників встановлюються і ціни товарів, і обсяги продаж.

Центральним поняттям, що виражає сутність ринкових відносин є поняття конкуренції. Конкуренція – це найважливіша ланка всієї системи ринкового господарства. Стимулом, що спонукає людину до конкурентної боротьби, є прагнення перевершити інших. Предметом конкурентного суперництва на ринках є частки ринку, контрольовані тими чи іншими товаровиробниками. Конкурентна боротьба – це динамічний процес. Він сприяє ліпшому забезпеченню ринку товарами.

Конкуренція між виробниками являє собою тип взаємовідносин між виробниками з приводу встановлення цін і обсягів пропозиції товарів на ринку. Конкуренцію між споживачами також визначають як їх взаємовідносини з приводу формування цін і обсягу попиту на ринку.

Слово «concurrentia» в перекладі з латинської мови означає «змагання, суперництво».

Конкуренція виконує роль регулятора темпів і обсягів виробництва, спонукаючи виробника запроваджувати науково-технічні досягнення, підвищувати продуктивність праці, вдосконалювати технологію, організацію праці тощо.

Конкуренція є визначальним фактором впорядкування цін, стимулом інноваційних процесів (запровадження в виробництво нових винаходів та технологій). Вона сприяє витісненню з виробництва неефективних підприємств, раціональному використанню ресурсів, запобігає диктату виробників-монополістів по відношенню до споживача.

У якості засобів у конкурентній боротьбі для поліпшення своїх позицій на ринку компанії використовують, зокрема, якість виробів, ціну, сервісне обслуговування, асортимент, умови поставок і платежів, рекламу тощо.

Конкуренція виконує в ринковій економіці наступні функції:

- функція регулювання;
- функція мотивації;
- функція розподілу;
- функція контролю.

Розглянемо детальніше кожну з даних функцій.

Функція регулювання. Для того, щоб утриматися в боротьбі, підприємець має пропонувати вироби, яким віддає перевагу споживач. Отже і фактори виробництва під впливом ціни спрямовуються в ті галузі, де в них відчувається найбільша потреба.

Функція мотивації. Для підприємця конкуренція означає шанс та ризик одночасно:

- підприємства, які пропонують ліпшу за якістю продукцію або виробляють її з меншими виробничими витратами, отримують винагороду у вигляді прибутку (позитивні санкції). Це стимулює технічний прогрес;

- підприємства, які не реагують на побажання клієнтів або порушення правил конкуренції своїми суперниками на ринку, отримують покарання в вигляді збитків або витісняються з ринку (негативні санкції).

Функція розподілу. Конкуренція не тільки включає стимули до вищої продуктивності, але і дозволяє розподіляти дохід серед підприємств і домашніх господарств у відповідності з їхнім ефективним внеском. Це відповідає панівному в конкурентній боротьбі принципу винагороди за результатами.

Функція контролю. Конкуренція обмежує й контролює економічну потужність кожного підприємства. Наприклад, якщо монополіст може призначати єдино можливу ціну, то конкуренція надає покупцеві можливість вибору серед декількох продавців. Чим досконаліше конкуренція, тим справедливіше ціна.

Політика держави в області конкуренції спрямована на те, щоб конкуренція могла виконувати свої функції

З огляду на засоби, які застосовують суперники в конкурентній боротьбі конкуренцію можна умовно поділити на сумлінну й несумлінну.

Основними методами сумлінної конкуренції є:

- зниження цін ("війна цін");
- підвищення якості продукції;
- розвиток до- й післяпродажного обслуговування;
- створення нових товарів і послуг з використанням досягнень науково-технічної революції (НТР) тощо.

Але поряд з методами сумлінної конкуренції існують і інші, менш законні, методи ведіння конкурентної боротьби – так звана несумлінна конкуренція.

Основними методами несумлінної конкуренції є:

- економічне (промислове) шпигунство;
- підробка продукції конкурентів;
- підкуп і шантаж;
- обдурювання споживачів;
- махінації з діловою звітністю;
- валютні махінації;
- приховування дефектів тощо.

До цього можна також додати й науково-технічне шпигунство, позаяк будь-яка науково-технічна розробка тільки тоді є джерелом прибутку, коли вона знаходить застосування в практиці, тобто коли науково-технічні ідеї втілюються на виробництві у вигляді конкретних товарів або нових технологій.

Саме промислове шпигунство, так би мовити, «створило» патент на винахід. Позаяк зберегти секрети виробництва не вдавалось, винахідник, витративши роки праці, міг і не одержати жодної винагороди за свій винахід, адже з результату винаходу часто користалися цілковито сторонні люди, що не мали жодного відношення до винаходу.

Запобігти такій несправедливості мав патент, що посвідчує винахід і закріплює за власником патенту виключне право на користування результатами свого винаходу. Якщо патент використовується без дозволу власника, власник може за допомогою суду відшкодувати збитки або припинити незаконне користування його винаходом.

З розвитком промислового шпигунства монополістичні фірми ретельно охороняють зміст патентів, результати науково-технічних досліджень, проекти й ескізи будь-якої своєї продукції. В організаційну структуру транснаціональних корпорацій (ТНК) входять технічні центри, основним завданням яких є розробка нових товарів, підвищення якості вже існуючої продукції, розробка нових технологій тощо.

Усі промислові монополії мають засекречені лабораторії, де по всіх параметрах порівнюють рівні технічних рішень, якість, продуктивність і надійність своєї продукції з аналогічною продукцією конкурентів. У цих лабораторіях розбирають кожен вузол і агрегат власних машин і аналогічної продукції конкурентів, щоби об'єктивно порівняти їх і виявити дійсну цінність тої чи іншої продукції. Враховуються всі недоліки та переваги своїх і чужих товарів. Усе ліпше в конкурентів переймають і пристосовують для своїх машин, механізмів і конструкцій, якщо при цьому можна обминути патентне законодавство або якщо це вигідно фірмі.

Недоліки своєї продукції ретельно вивчаються. Потім шукаються шляхи їх усунення, якщо це виявляється вигідно. Але ніколи інформація про слабкі сторони своєї продукції не виходить за межі таких лабораторій і, звичайно, ніколи не доходить до звичайних споживачів. Саме існування таких лабораторій також не афішується.

Існують різні способи здобуття конфіденційної інформації про діяльність конкурентів, як законних, так і незаконних. Законними засобами вважаються збирання й аналіз інформації з офіційно опублікованих джерел, доповідей, звітів, вивчення продукції конкурентів тощо.

Основними законними шляхами збирання інформації про конкурентів є: публікації конкурентів і звіти про діяльність фірм; відомості, що оприлюднили колишні службовці конкурентів; щорічні фінансові звіти; огляди ринків і доповіді інженерів-консультантів; періодичні видання конкурентів; аналіз виробів; звіти зарубіжних філій тощо.

Позаяк кожна велика компанія знає про можливі дії проти неї конкурентів, дослідження, здійснювані ними, то в офіційних публікаціях і звітах намагається дати мінімальну інформацію про свою діяльність і фінансове становище, про науково-дослідницькі роботи.

Ще одним ефективним способом економічного шпигунства є впровадження «своєї людини» в державні органи, покликані регулювати діяльність підприємств, що дозволяє одержувати необхідну інформацію про конкурентів, контролювати дії, пов'язані з антимонопольною політикою тощо.

Підсумовуючи викладене, можна зробити висновок, що основним змістом промислового шпигунства як засобу несумлінної конкуренції є збереження своїх секретів і одержання інформації про секрети конкурента.

Іншим засобом несумлінної конкуренції є фальсифікація фірмової продукції.

Ці дії також тісно пов'язані з патентуванням. З економічної точки зору патентування рівнозначно монополізації вигід, пов'язаних з використанням патенту.

Найчастіше патент надає реальні вигоди впродовж семи років, що дозволяє за цей час одержувати чималий прибуток його власникові. Але з іншого боку, поява патенту, що забороняє використовувати якийсь запатентований винахід безпосередньо конкурентами, спонукає їх до форсованої розробки якихось нових технічних прийомів, технологій.

Крім того, багато важливих винаходів часто не патентуються, щоб не привертати до них увагу конкурентів. Це здебільшого стосується технологій, технічних процесів, які важко скопіювати, на відміну від створення нових товарів. Також секрети виробництва тих чи інших товарів не патентуються для того, щоб по закінченні певного строку не обнародувати технологію їх виготовлення.

Для фірм, чия продукцію копіюють, підробки мають катастрофічні наслідки: різко звужується ринок збуту, прибуток різко знижується, уходячи до виробників підробок, підробки підривають авторитет фірми, бо вони крім своєї дешевизни мають ще й низьку якість, тому підробки швидко виходять з ладу, погіршуючи в такий спосіб довіру споживачів до фірми, чия марка була підроблена.

Такий метод несумлінної конкуренції як сучасне промислове шпигунство користується новітніми досягненнями науки й техніки. Часто стали застосовуватися різні мікроскопічні прилади на основі електронних схем.

Спеціальна технологія дозволяє перехоплювати будь-яку інформацію, котра передається усно, по телефону, телефаксу, комп'ютеру. Віконне скло може служити мікрофоном: за його коливанням спеціальні пристрої відтворюють зміст розмови. Застосування електронної техніки забезпечує спеціальним службам монополій, як і державним спецслужбам можливість одержувати необхідну інформацію про стан справ конкурентів, їхні переговори тощо.

З розвитком комп'ютерної техніки й створенням комп'ютерних мереж як глобального масштабу, так і різних локальних мереж (наприклад, банківських) постає проблема захисту джерел інформації в цих мережах, бо будь-яке несанкціоноване вторгнення, скажімо, в банківську мережу може призвести до втрати важливої інформації, її секретності та, як наслідок, використанню цієї інформації з якоюсь корисливою метою.

Розвиток комп'ютерного піратства й злочинства змусив уряди багатьох країн застосовувати різні заходи.; наприклад, в США організована спеціальна група, що відповідає за безпеку й недоторканість комп'ютерних мереж і комп'ютерних баз даних, позаяк будь-яка людина, що має комп'ютер, доступ у мережу та певні навички роботи з комп'ютером може здобути доступ у такі комп'ютерні банки даних, що містять конфіденційну й секретну інформацію, яка не призначена для рядового користувача.

Також у ринковій економіці існує небезпека того, що учасники конкурентної боротьби спробують ухилитися від обов'язкових норм і ризику, пов'язаних з вільною конкуренцією, вдаючись, наприклад, до змови про ціни чи інших махінацій. Тому держава повинна видавати нормативні документи, які регламентують правила конкурентної боротьби. Такими нормативами у вітчизняному законодавстві є Закони України «Про обмеження монополізму і недопущення недобросовісної конкуренції у підприємницькій діяльності», «Про підприємства в Україні», «Про рекламу», «Про патентування деяких видів підприємницької діяльності».

Висновки. Конкуренція є необхідною і визначальною умовою нормального функціонування ринкової економіки. Явище конкуренції має свої плюси й мінуси. До позитивних рис можна віднести: активізацію інноваційного процесу, гнучке пристосування до попиту, висока якість продукції, високу продуктивність праці, мінімізацію витрат, реалізацію принципу оплати праці за її якістю й кількістю, можливість регулювання з боку держави. До негативних наслідків – те, що перемога одних супроводжується тяжкою, а подекуди катастрофічною поразкою інших, застосування нечесних прийомів, надмірна експлуатація природних ресурсів та інші порушення.

Саме тому для забезпечення нормального функціонування економіки держава повинна здійснюватися ефективно регулювання конкурентної боротьби.

Список літератури

1. Андрошук Г. Несумлінна конкуренція: попередження і відповідальність // Українські ділові новини, 1994. – №41.
2. Гасанов Р. М. Промышленный шпионаж на службе монополий. – М.: Международные отношения, 1996.
3. Маконнелл К., Брю С. Экономикс: принципы, проблемы и политика. – М.: Республика, 1992. Т. 1.
4. Основи економічної теорії // С. В. Мочерний, С. А. Єрохін, Л. О. Каніщенко та ін. За ред. С. В. Мочерного. – К.: ВЦ «Академія», 1997.
5. ГЛ, Чарлз В. П. Міжнародний бізнес: Конкуренція на глобальному ринку // Пер. з англ. – К.: Вид-во «Основи», 2001.
6. Чернявський А. А Бізнес підприємницької діяльності. Конспект лекцій – К, МАУП, 1998.

Одержано 28.09.10