

# ТЕМА 3. КОНКУРЕНТНЕ СЕРЕДОВИЩЕ ПІДПРИЄМСТВА

Рогова Наталія Володимирівна



# ПЛАН:

---

---

1. Основні складові конкурентного середовища;
2. Державна політика в сфері регулювання конкуренції


# СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

---

---

1. Азоев Г. Л. Конкурентные преимущества фирмы / Г. Л. Азоев, А. П. Челенков. – М. : ОАО «Типография «Новости», 2000. – 348 с.

2. Кныш М. И. Конкурентные стратегии : учеб. пособие / М. И. Кныш. – С.Пб. : ИНФРА-М, 2000. – 424 с.



# 1. ОСНОВНІ СКЛАДОВІ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА

- **Конкурентне середовище** — це результат і умови взаємодії великої кількості суб'єктів ринку, що визначає відповідний рівень економічного суперництва і можливість впливу окремих економічних агентів на загально ринкову ситуацію. Важливим є те, що конкурентне середовище утворюється не лише і не стільки власне суб'єктами ринку, взаємодія яких викликає суперництво, але в першу чергу - відносинами між ними.

# Класифікація конкурентного середовища

## 1. За об'єктом купівлі:

- конкурентне середовище товарів (конкурентне середовище засобів виробництва та конкурентне середовище предметів споживання (конкурентне середовище товарів тривалого та короткочасного використання));
- конкурентне середовище послуг (конкурентне середовище громадського харчування; конкурентне середовище охорони здоров'я; конкурентне середовище освіти);
- конкурентне середовище інформації (взаємодія академічних та науково-технічних об'єднань, державних установ, учбових закладів, комерційних організацій, які займаються збором, обробкою та аналізом інформації та надають її по необхідності різним установам, підприємствам та організаціям);
- конкурентне середовище науково-технічних розробок;
- конкурентне середовище капіталів (конкурентне середовище грошей та конкурентне середовище цінних паперів);
- конкурентне середовище трудових ресурсів.

## **2. За територіальною ознакою:**

- світове конкурентне середовище (охоплює всіх виробників конкретної продукції);
- міжнародне конкурентне середовище (яке включає виробників декількох країн);
- національне конкурентне середовище (охоплює вітчизняних виробників продукції);
- міжрегіональне конкурентне середовище (формується на границі регіонів та характеризується особливостями функціонування підприємств у граничному ринковому просторі регіонів);
- регіональне конкурентне середовище;
- міжрайонне конкурентне середовище (формується на границі районів та характеризується особливостями взаємодії підприємств даних районів);
- районне конкурентне середовище;
- місцеве (локальне) конкурентне середовище (включає підприємства, які здійснюють діяльність в конкретно обумовленому місці);
- конкурентне середовище підприємства.

### **3. За моделями конкуренції на ринку:**

- конкурентне середовище досконалої конкуренції;
- конкурентне середовище чистої монополії (види: конкурентне середовище закритої монополії, конкурентне середовище природної монополії, конкурентне середовище білетареальної монополії та конкурентне середовище відкритої монополії.);
- конкурентне середовище олігополії (види: конкурентне середовище, в якому між олігополія відсутня угода; конкурентне середовище, в якому існує взаємозв'язок між олігополіями, який виражається в певній угоді між ними);
- конкурентне середовище монополістичної конкуренції.

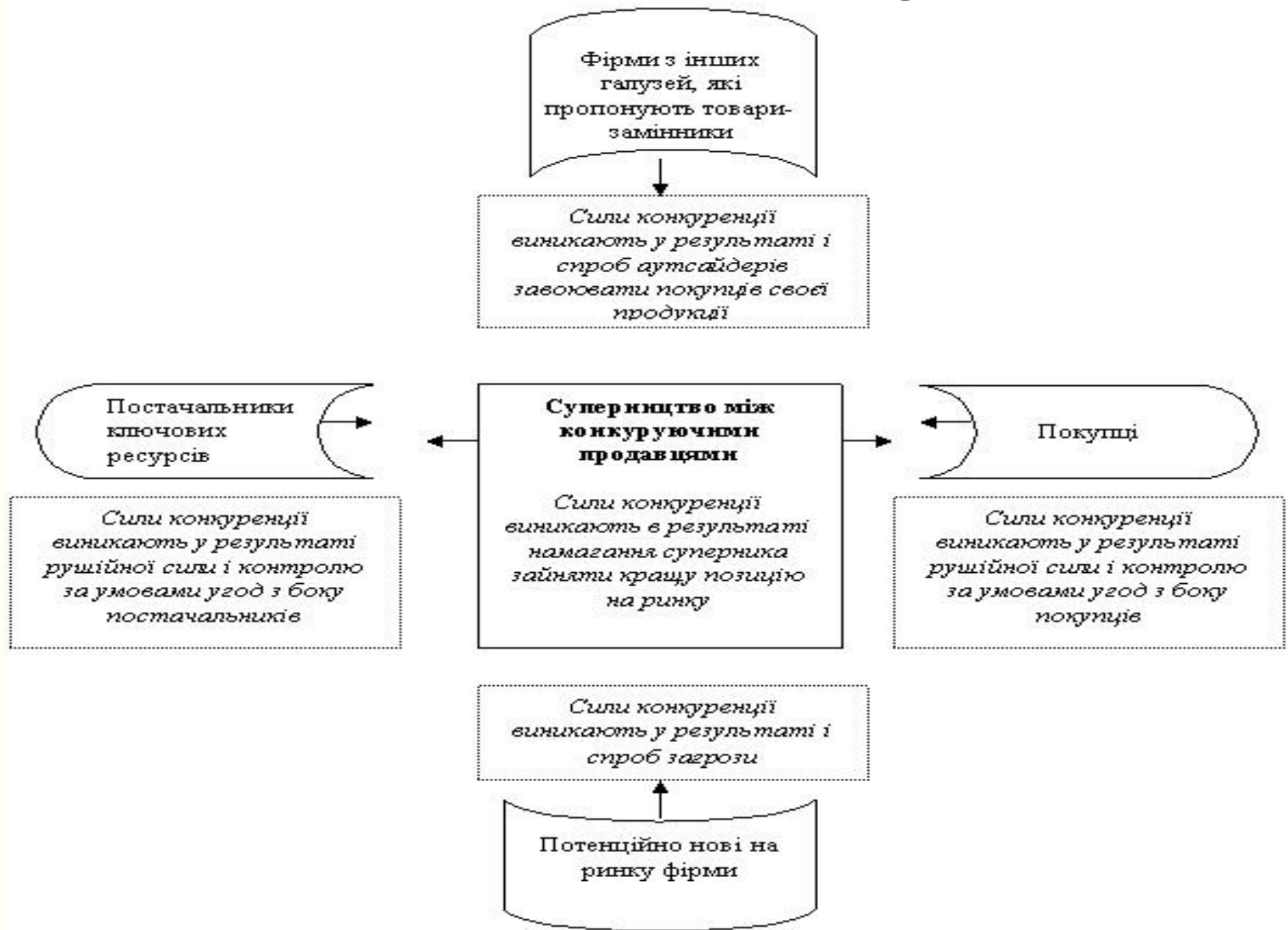


**Модель п'яти сил конкуренції Портера (1980 р.)** є найбільш розповсюдженим, потужним інструментом для систематичної діагностики основних конкурентних сил, що впливають на ринок, оцінки ступеня впливу кожної з них та визначення характеру конкурентної боротьби на даному ринку.

Згідно класичної моделі **конкурентне середовище формується під впливом таких конкурентних сил, як:**

- суперництво між конкуруючими продавцями однієї галузі;
- конкуренція з боку товарів, що виробляються фірмами інших галузей, і що є гідними заміниками (субститутами), а також конкурентоспроможні за ціною;
- загроза входу в галузь нових конкурентів;
- економічні можливості та торгівельні спроможності постачальників;
- економічні можливості та купівельні спроможності покупців.

# Модель п'яти сил конкуренції



# Основними рисами міжфірмової конкурентної боротьби є:

---

- боротьба за більш вигідну ринкову позицію (прагнення кожного завоювати свою ринкову нішу споживача);
- конкурентні стратегії, які фірми-суперники можуть сформувати та шляхи, які вони можуть знайти для реалізації стратегій різні;
- нові конкурентні умови можуть прийматися час від часу одним або багатьма суперникам; частота змін залежить від ринкового успіху, а тривалість конкурентних зусиль - від стратегії фірм-суперників;
- фірма має вагомі причини вибирати конкурентні стратегії, які в рівній мірі не можуть бути незімітованими і необійденними; пропонуючи покупцям те, що не може бути швидко, легко і дешево продубльовано, фірма отримує не лише ринковий успіх, але й унікальний конкурентний результат, який може бути виражений в отриманні надприбутку;
- міжфірмове суперництво приносить одним фірмам успіх, іншим – поразку; стратегічний успіх може надати фірмі можливість впливати і навіть контролювати напрямок дій ринкових сил і конкурентних зусиль; результатом акцій і контракцій є створення нових умов ринкового попиту і пропозиції, але самі вони, контролюючи ринкову ситуацію, можуть бути підпорядковані конкретним ринковим подіям; стратегії фірм-конкурентів впливають на ринок, а ринок в свою чергу на вибір тих стратегій, які можуть бути застосовані з певним очікуваним успіхом тільки в даних умовах конкретного ринку.

# виробляють фірми інших галузей, які є заміниками та конкурентні з точки зору ціни.

---

---

*Конкурентні сили, які виникають в наслідок наявності заміників товару, зіштовхують продавців за наступними причинами:*

- ціни і доступність товарів-замінників створюють обмеження для цін виробників, що в свою чергу обмежує потенціальну величину прибутку (замінники не тільки обмежують прибутки в звичайні періоди, але й зменшують неочікувані доходи, які фірма отримує в періоди процвітання);
- не дивлячись на те, що виробник може виділити товар якістю, знизити ціни за рахунок зменшення витрат або іншим способом диференціювати свій товар від заміника, він все ж стоїть перед ризиком зменшення зростання продаж і прибутків внаслідок відповідних заходів, здійснюваних конкурентами; чим сильніше чутливість продаж товару від цін заміників, тим сильніше залежать фірми від суперника;
- конкуренція з боку заміників залежить від того, наскільки легко покупці можуть віддати їм перевагу (така загроза товарів-замінників стає більш реальною, чим більше: кількість ефективних заміників товару; обсяг виробництва товарів-замінників; різниця в цінах між виробом-оригіналом і товарами-замінниками на користь останніх).

# ***Загроза появи в галузі нових конкурентів.***

---

---

*Бар'єри, що перешкоджають входженню в галузь:*

- виробничий ефект масштабу;
- уподобання споживачів;
- значна потреба в капіталі;
- доступ до каналів розподілу;
- складність доступу до виробничого досвіду і секретів виробництва;
- переваги вже діючих підприємств, які забезпечують їм нижчі витрати виробництва;
- державна політика регулювання;
- консерватизм існуючої системи поставок;
- фактори, які визначають високий рівень собівартості у підприємств, що входять у галузь і не пов'язані з масштабом виробництва.

# Економічні можливості та торгові здібності постачальників.

---

---

Постачальники впливають на конкурентну боротьбу за допомогою двох засобів: ціни і якості товарів, що постачаються. *Умови, за яких цей вплив відчутно збільшує інтенсивність конкуренції зводиться до наступних обставин:*

- невелика кількість постачальників, яка має можливість визначати політику поставок, вибрати найбільш вигідні позиції постачання, відмовити небажаним клієнтам;
- галузь споживає незначну частину продукції, яку виробляють постачальники і тому зміна цін на дану продукцію не суттєво впливає на собівартість і ціну кінцевих виробів, які виробляються в галузі;
- продукція, яку постачають, відіграє важливу роль в кінцевому виробі, який випускається споживачем; ця обставина закріплює залежність споживача від постачальника;
- відсутність ефективних замінників продукції, що постачається, зменшує можливість вибору і зменшує рівень вимог за характеристиками виробів, що постачаються;
- висока ступінь диференціації продукції є наслідком високого рівня спеціалізації, що ускладнює для споживача пошук інших постачальників аналогічної продукції;
- низький рівень вертикальної інтеграції у споживача, при якому він не в змозі виробляти на своїх потужностях продукцію, яку закупає і внаслідок цього, висока залежність від зовнішніх поставок.

# *Економічні можливості та торгові здібності покупців*


---

---

Конкуренція з боку покупців виражається у:

- тиску на ціни з метою їх зниження;
- вимогах більш високої якості продукції;
- вимогах кращого обслуговування.

Споживачі зіштовхують інтереси підприємств, що конкурують між собою, за допомогою спеціальних засобів впливу на ринок. Вплив кожної важливої групи покупців залежить від певних характеристик ринкового становища цієї групи та відносної важливості обсягу закупок на ринку порівняно із загальним бізнесом.



---

## **2. ДЕРЖАВНА ПОЛІТИКА В СФЕРІ РЕГУЛЮВАННЯ КОНКУРЕНЦІЇ**

---



# Основні елементи державної політики в сфері регулювання конкуренції

---

---

1) *Антимонопольна політика*, що визначає засоби, методи контролю і обмеження існуючих природних, державних монополій; умови кваліфікації домінуючого положення на ринку і відповідні санкції держави (аж до примусового розкрупнення підприємств-монополістів); порядок контролю за злиттям і поглинанням підприємств, а також за ходом приватизації з метою попередження появи нових монопольних структур; межі державного втручання у зовнішню торгівлю; умови прямого контролю за цінами і заробітною платою (в екстрених випадках); системи заохочення створення і функціонування конкуруючих виробництв і підприємств; квотування і ліцензування певних видів діяльності; заходи щодо стимулювання малого бізнесу шляхом надання податкових пільг, дотацій та пільгових кредитів; спрощення умов організації бізнесу у даній галузі.

2)Фінансова політика стимулювання конкуренції, що полягає у регулюванні обсягів та умов надання кредитів, депозитні ставки, систему оподаткування, динаміку і розміри доходів суб'єктів ринку, норми рентабельності виробництва і реалізації продукції.

3)Регулювання експорту та імпорту продукції на основі ліцензування і квотування, зміни митної політики.

4)Участь держави у виробництві і реалізації продукції за рахунок підтримання певних часток державної власності в галузевих підприємствах, державних капітальних вкладень, державних замовлень тощо.

5)Державна стандартизація продукції, технологій, умов безпеки і екологічності виробництва, охорона навколишнього середовища.

6)Регулювання видобутку корисних копалин, цін на сировину, матеріали, енергію, воду, землю.

7)Патентно-ліцензійна політика, яка законодавче закріплює виключні права на відкриття, винаходи, ноу-хау тощо.

8)Соціальний захист споживачів за допомогою законодавче закріплених прав споживачів.

# Негативні моменти, що на сучасному етапі впливають на конкурентне середовище в Україні:

---

---

- надмірна частка монополізованих ринків в Україні (більше 30%);
- високий рівень концентрації української економіки (100 найбільших підприємств дають майже половину промислового виробництва, а тому числі 10 найбільших — близько 20%);
- нерівність умов конкуренції на багатьох ринках України;
- численність порушень законодавства про захист економічної конкуренції з боку суб'єктів господарювання та владних структур.

Тому завданнями уряду є реалізація спеціальних програм підтримки вільного підприємництва, подолання монополізму та захисту ринку від недобросовісної конкуренції.

# Конкурентні відносини в Україні регулюють:

---

- Конституція України
- Закон України "Про захист економічної конкуренції"
- Закон України "Про захист від недобросовісної конкуренції"
- Закон України "Про Антимонопольний комітет України"
- Закон України "Про ціни і ціноутворення"
- Закон України "Про захист національного товаровиробника від демпінгового імпорту"
- Закон України "Про захист національного товаровиробника від субсидованого імпорту"
- Закон України "Про застосування спеціальних заходів щодо імпорту в Україну"
- Закон України "Про природні монополії"
- Закон України "Про господарські товариства"
- Господарський Кодекс України
- Розпорядження Антимонопольного комітету України, "Про затвердження Методики визначення монопольного (домінуючого) становища суб'єктів господарювання на ринку"
- Розпорядження Антимонопольного комітету України "Про затвердження Типових вимог до узгоджених дій суб'єктів господарювання для загального звільнення від попереднього одержання дозволу органів Антимонопольного комітету України на узгоджені дії суб'єктів господарювання"

# Антимонопольне законодавство -

комплекс законів і урядових актів, спрямованих на розвиток конкуренції, обмеження і заборону монополій, які перешкоджають створенню монопольних структур і об'єднань, монополістичних дій.

Основними порушеннями антимонопольного законодавства є:

- зловживання монопольним становищем;
- антиконкурентні дії органів влади, органів місцевого самоврядування, органів адміністративно-господарського управління та контролю;
- обмежувальна та дискримінаційна діяльність суб'єктів господарювання, об'єднань;
- недобросовісна конкуренція.

# **Зловживаннями монополюним становищем вважаються:**

---

---

- встановлення таких цін чи інших умов придбання або реалізації товару, які неможливо було б встановити за умов існування значної конкуренції на ринку;
- застосування різних цін чи різних інших умов до рівнозначних угод з суб'єктами господарювання, продавцями чи покупцями без об'єктивно виправданих на те причин;
- обумовлення укладання угод прийняттям суб'єктом господарювання додаткових зобов'язань, які за своєю природою або згідно з торговими та іншими чесними звичаями у підприємницькій діяльності не стосуються предмета договору;
- обмеження виробництва, ринків або технічного розвитку, що завдало чи може завдати шкоди іншим суб'єктам господарювання, покупцям, продавцям;
- часткова або повна відмова від придбання або реалізації товару за відсутності альтернативних джерел реалізації чи придбання;
- істотне обмеження конкурентоспроможності інших суб'єктів господарювання на ринку без об'єктивно виправданих на те причин;
- створення перешкод доступу на ринок (виходу з ринку) чи усунення з ринку продавців, покупців, інших суб'єктів господарювання.

# Суб'єкт господарювання займає монопольне становище на ринку товару, якщо:

---

---

- на цьому ринку у нього немає жодного конкурента;
- не зазнає значної конкуренції внаслідок обмеженості можливостей доступу інших суб'єктів господарювання щодо закупівлі сировини, матеріалів та збуту товарів, наявності бар'єрів для доступу на ринок інших суб'єктів господарювання, наявності пільг чи інших обставин.
- його частка на ринку товару перевищує 35 відсотків, якщо він не доведе, що зазнає значної конкуренції;
- його частка на ринку товару становить 35 або менше відсотків, але він не зазнає значної конкуренції, зокрема внаслідок порівняно невеликого розміру часток ринку, які належать конкурентам.

# Розрахунок частки ринку підприємця

Обсяг ринку (місткість ринку) товару окремо з кожного найменування вираховують за формулою:

$$O_{рт}(i) = \sum_{j=1}^n O(i, j) = \sum_{j=1}^n [O_{в}(i, j) - O_{е}(i, j) + O_{і}(i, j)]$$

де  $O_{в}(i, j)$ ,  $O_{е}(i, j)$ ,  $O_{і}(i, j)$  - відповідно обсяги виробництва, експорту та імпорту  $i$ -го товару,  $j$ -го підприємця в межах загальнодержавного ринку;  $n$  - кількість підприємців на ринку.

Частку підприємця на ринку певного товару визначають за формулою:

$$D(i, j) = \frac{O(i, j)}{O_{рт}(i, j)}$$

$O_{рт}(i, j)$  - обсяг ринку товару  $i$ -го найменування;  $O(i, j)$  - обсяг надходження товару  $i$ -го найменування на ринок від  $j$ -го підприємця.



# Недобросовісна конкуренція -

---

будь-які дії у конкуренції, що суперечать правилам, торговим та іншим чесним звичаям у підприємницькій діяльності, а саме:

- неправомірне використання ділової репутації господарюючого суб'єкта (чужих позначень, рекламних матеріалів, упаковки, товару іншого виробника; копіювання зовнішнього вигляду виробу; порівняльна реклама);
- створення перешкод господарюючим суб'єктам у процесі конкуренції та досягнення неправомірних переваг у конкуренції (дискредитація господарюючого суб'єкта; купівля-продаж товарів, виконання робіт, надання послуг із примусовим асортиментом; схилення (до бойкоту господарюючого суб'єкта; до дискримінації покупця (замовника); господарюючого суб'єкта до розірвання договору з конкурентом); підкуп працівника постачальника; підкуп працівника покупця (замовника); досягнення неправомірних переваг у конкуренції);
- неправомірне збирання, розголошення, схилення до розголошення та використання комерційної таємниці.

---

---

Державна політика у сфері розвитку економічної конкуренції та обмеження монополізму в господарській діяльності здійснюються органами державної влади, органами місцевого самоврядування та органами адміністративно-господарського управління та контролю.

Для забезпечення державного контролю за додержанням законодавства про захист економічної конкуренції, захисту інтересів суб'єктів господарювання та споживачів від його порушень утворено спеціальний державний орган - **Антимонопольний комітет України.**

# конкуренцію

Вид відповідальності	Пояснення
<b>Накладання штрафів на господарюючих суб'єктів - юридичних осіб та їх об'єднання</b>	Вчинення господарюючими суб'єктами - юридичними особами та їх об'єднаннями дій, визначених як недобросовісна конкуренція, тягне за собою накладання на них Антимонопольним комітетом України, його територіальними відділеннями штрафів у розмірі до трьох відсотків виручки від реалізації товарів, виконання робіт, надання послуг господарюючого суб'єкта за останній звітний рік, що передував року, в якому накладається штраф. У разі якщо обчислення виручки господарюючого суб'єкта неможливе або виручка відсутня, штрафи накладаються у розмірі до п'яти тисяч неоподатковуваних мінімумів доходів громадян.
<b>Накладання штрафів на юридичних осіб, їх о'єднання та об'єднання громадян, що не є господарюючими суб'єктами</b>	Вчинення дій, визначених як недобросовісна конкуренція, юридичними особами, їх об'єднаннями та об'єднаннями громадян, що не є господарюючими суб'єктами, тягне за собою накладання на них Антимонопольним комітетом України, його територіальними відділеннями штрафів у розмірі до двох тисяч неоподатковуваних мінімумів доходів громадян
<b>Відшкодування збитків</b>	Збитки, заподіяні внаслідок вчинення дій, визначених як недобросовісна конкуренція, підлягають відшкодуванню за позовами заінтересованих осіб у порядку, визначеному цивільним законодавством України.

<b>Адміністративна відповідальність громадян</b>	Вчинення дій, визначених як недобросовісна конкуренція, громадянами, які займаються підприємницькою діяльністю без створення юридичної особи, тягне за собою накладення адміністративного стягнення згідно із законодавством. Вчинення в інтересах третіх осіб дій, визначених як недобросовісна конкуренція, громадянами, що не є підприємцями, тягне за собою накладення адміністративного стягнення згідно із законодавством.
<b>Вилучення товарів з неправомірно використаним позначенням та копій виробів іншого господарюючого суб'єкта (підприємця)</b>	У разі встановлення факту неправомірного використання чужих позначень, рекламних матеріалів, упаковки або факту копіювання виробів, заінтересовані особи можуть звернутися до Антимонопольного комітету України, його територіальних відділень із заявою про вилучення товарів з неправомірно використаним позначенням або копій виробів іншого господарюючого суб'єкта (підприємця) як у виробника, так і у продавця.
<b>Спростування неправдивих, неточних або неповних відомостей</b>	У разі встановлення факту дискредитації господарюючого суб'єкта (підприємця) Антимонопольний комітет України, його територіальні відділення мають право прийняти рішення про офіційне спростування за рахунок порушника поширених ним неправдивих, неточних або неповних відомостей у строк і спосіб, визначені законодавством або цим рішенням.

# Основні завдання Антимонопольного комітету України:

---

---

- здійснення державного контролю за додержанням законодавства про захист економічної конкуренції;
- захист законних інтересів суб'єктів господарювання та споживачів шляхом застосування заходів щодо запобігання і припинення порушень законодавства про захист економічної конкуренції, накладання стягнень за порушення цього законодавства у межах своїх повноважень;
- сприяння розвитку добросовісної конкуренції у всіх сферах економіки.

З метою запобігання монополізації товарних ринків, зловживанню монопольним (домінуючим) становищем, обмеженню конкуренції органи Антимонопольного комітету України здійснюють державний контроль за концентрацією суб'єктів господарювання.

**Контроль за економічною концентрацією** — одна з важливих форм реалізації конкурентної політики держави, що забезпечує запобігання монополізації економіки і конкурентних ринків, захист інтересів споживачів і підприємців, гарантує створення й зберігання рівних можливостей у конкуренції для всіх суб'єктів господарювання.

Відповідно до Закону України "Про захист економічної конкуренції", економічна концентрація - створення, реорганізація (приєднання, злиття) суб'єктів господарювання у господарські товариства, асоціації, концерни, корпорації, консорціуми та інші об'єднання підприємств; тощо.

# Три системи антимонопольного регулювання

---

---

1) Американська система, що діє в США, Чилі і деяких інших країнах, виходить з принципу заборони, тобто формальної юридичної заборони монополістичної практики як такої; найбільш формалізована і жорстка парадигма системи антимонопольного захисту суспільства, що існує вже більше 110 років; інтереси підтримки конкуренції на національному ринку мають явний пріоритет порівняно з іншими завданнями економічного розвитку країни, зокрема із збереженням неконкурентоздатних виробництв і компаній; виняток - захист внутрішнього ринку від демпінгу.

---

---

2) Європейська система, прийнята в країнах ЄС і низці інших країн, в основу якої покладений принцип контролю і регулювання, склалася набагато пізніше ніж в США - після Другої світової війни; монополістична діяльність, що діє в межах ЄС, у принципі не виключається, не забороняється, але допускається, поки не порушує встановлених в законі умов; система є по суті протекціоністською по відношенню до скільки-небудь серйозної конкуренції зовні; порівняно з американською системою, підтримка конкуренції має менший пріоритет, ніж збереження національних виробників серед країн ЄС, допускаються способи міжфірмової взаємодії, що визнаються антиконкурентними *per se* в США.



---

---

3) Японська система, що в даний час також розповсюдилася на Південну Корею і інші нові «азіатські тигри»; підтримка конкуренції між національними компаніями на внутрішньому ринку не тільки поступається в пріоритетності загальної експортної експансії, але і повністю підпорядкована цій меті; для забезпечення захоплення й утримання позицій на міжнародних ринках допускаються форми міжфірмової взаємодії, що явно суперечить інтересам конкуренції між національними компаніями, у тому числі і на внутрішньому ринку.

Основна відмінність між системами - у співвідношенні пріоритетності антимонопольної й індустріальної політики.



---

ДЯКУЮ ЗА УВАГУ!

---