

зації впливу на форми взаємодії невеликого та великого підприємництва з метою вирішення пріоритетного завдання – збільшення кількісних і якісних показників сектору малого та середнього підприємництва і доведення їх до світових стандартів.

Література

1. Бакалінська О. Шляхи вдосконалення державного контролю за дотриманням конкурентного законодавства / О. Бакалінська // Підприємство, господарство і право : наук.-практ. і госп.-прав. журнал. – 2003. – № 1. – С. 76-78.
2. Стратегічні виклики XXI століття. – К. : Вид-во "Фенікс", 2007. – Т. 3. – 556 с.
3. Циганюк О.О. Методи державного регулювання конкурентного середовища на ринку та запровадження заходів спрямованих на захист та розвиток конкуренції / О.О. Циганюк. [Електронний ресурс]. – Доступний з http://www.nbuv.gov.ua/portal/Chem_Biol/Vddau/2010_1/pdf/37.pdf.
4. Якунин В.И. Государственная конкурентная политика и стимулирование конкуренции в Российской Федерации : монография. – У 2-ох т. / В.И. Якунин, С.С. Сулакшин и др. – М. : Изд-во "Научный эксперт". – 2008. – Т. 1. – 416 с.

Лазур П.Ю. Приоритетные направления активизации государственной конкурентной политики в области малого и среднего предпринимательства в Украине

Обоснована необходимость проведения государственной конкурентной политики. Определены инструменты государственного влияния на усиление конкуренции в деятельности предпринимательского сектора. Охарактеризованы приоритетные направления активизации государственной конкурентной политики развития малого и среднего предпринимательства в отечественной экономике.

Ключевые слова: малое и среднее предпринимательство, государственная конкурентная политика, методы и инструменты государственной конкурентной политики, конкурентное законодательство.

Lazur P.Yu. Priorities activation state of competition policy in small and medium in Ukraine

Objective necessity of the state of competition policy. The main instruments of state influence on competition in the business enterprise sector. Characterized priorities activation state of competition policy for small and medium enterprises in the domestic economy.

Keywords: small and medium enterprises, the state of competition policy, methods and instruments of government competition policy, competition law.

УДК 339.[137+1]/(477)

Ст. викл. М.П. Лазур¹, канд. істор. наук;
студ. М.А. Павник²

ГОЛОВНІ ЧИННИКИ КОНКУРЕНТНОЇ ПОЗИЦІЇ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

Наведено визначення поняття "конкуренція", розглянуто основні риси конкуренції, функції конкуренції як економічної категорії. Дано визначення економічної категорії "конкурентна позиція" та наведено характеристику основних ринкових структур.

Ключові слова: конкуренція, структура, ринок, конкурентна позиція, конкурентне середовище.

¹ Закарпатський державний університет;

² НУ "Львівська політехніка"

Постановка проблеми. Найважливішим орієнтиром державного регулювання інтеграції економік окремих країн до глобального світогосподарського середовища є підвищення національної конкурентоспроможності. Назріла потреба в комплексному дослідженні новітніх тенденцій розвитку конкурентних відносин з урахуванням критеріїв національної безпеки трансформаційних економік.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Певний внесок у розвиток теорії конкуренції зробили: Д. Рікардо, Дж. Кейнс, Й. Шумпетер, К.Р. Макконнелл, С.Л. Брю, М. Портер та ін. Однак, незважаючи на значні наукові досягнення, недостатньо дослідженими залишаються питання формування конкурентної позиції та використання конкурентних переваг вітчизняною економікою і вони потребують подальших досліджень.

Виклад основного матеріалу. На сучасному етапі існує чимало трактувань терміна "конкуренція". Шумпетер Й. визначав конкуренцію як суперництво старого з новим, з інноваціями [5]. К.Р. Макконнелл і С.Л. Брю вважають, що конкуренція – це наявність на ринку великої кількості незалежних покупців та продавців, можливість для покупців та продавців вільно входити на ринок і виходити з нього [1].

Портер М. у своїй книзі "Міжнародна конкуренція" зазначає, що конкуренція – це динамічний процес, який розвивається, це ландшафт, який безперервно змінюється, на якому з'являються нові товари, нові шляхи маркетингу, нові виробничі процеси та нові ринкові сегменти [2]. Австрійський вчений Фрідріх А. фон Хайек зазначає, що конкуренція – це процес, за допомогою якого люди отримують і передають знання. На його думку, на ринку тільки дякуючи конкуренції приховане стає явним [4].

Цікавим є визначення конкуренції Р.А. Фатхутдіновим. Саме він визначає цю категорію з урахуванням сучасного трактування теорії порівняльних переваг. Конкуренція – це процес управління суб'єктом своїми конкурентними перевагами з метою одержання перемоги або досягнення інших цілей у боротьбі з конкурентами за задоволення об'єктивних або суб'єктивних потреб у межах законодавства або в природних умовах [3].

Юданов А.Ю. стверджує, що ринкова конкуренція – це боротьба фірм за обмежений обсяг платоспроможного попиту споживачів, яку вони ведуть на доступних сегментах ринку [6]. Разом з тим, А.Ю. Юданов вважає, що і досі немає єдиного поняття "конкуренція". Науковці притримуються одного з трьох трактувань конкуренції: поведінкова; структурна; функціональна. Трактують конкуренцію з боку поведінки – боротьба за гроші покупця шляхом задоволення його потреб. Структурне трактування конкуренції – аналіз структури ринку з метою визначення ступеня свободи продавця та покупця на ринку (форми ринку) і способу виходу з нього.

Функціональне трактування конкуренції – суперництво старого з новим, з інноваціями, коли приховане стає явним. Загалом більшість сучасних економістів термін "конкуренція" трактують як суперництво чи боротьбу за досягнення чи отримання чогось. Отже, конкуренція між відособленими товаровиробниками є суперництвом (боротьбою) між ними стосовно задово-

лення власних інтересів: вигідних умов виробництва та збуту товарів, одержання високих прибутків.

У Законі України "Про захист економічної конкуренції" конкуренцію визначено як "змагання між суб'єктами господарювання з метою здобуття завдяки власним досягненням переваг над іншими суб'єктами господарювання, внаслідок чого споживачі, суб'єкти господарювання мають змогу вибрати між кількома продавцями, покупцями, а окремий суб'єкт господарювання не може визначати умови обороту товарів на ринку".

Економічна теорія вказує на те, що конкуренція має як негативні (призводить до економічних криз виробництва, розорення і безробіття, хижацького використання ресурсів; інколи переростає у недобросовісну конкуренцію), так і позитивні (двигуном економічного прогресу, знаряддям інноваційного прогресу; стимулює економію матеріальних, трудових і фінансових ресурсів; спонукає постійно поновлювати асортимент продукції, що випускається, пильно стежити за науково-технічним прогресом) риси. У ринковій економіці конкуренція виконує в ринковій економіці певні функції (табл. 1).

Табл. 1. Основні функції конкуренції

Функція	Пояснення
Функція контролю	Конкуренція обмежує й контролює економічну потужність кожного підприємства (якщо монополіст може призначати єдино можливу ціну, то конкуренція надає покупцеві можливість вибору серед декількох продавців). Чим досконаліша конкуренція, тим справедливіша ціна.
Функція регулювання	Для утримання в боротьбі, підприємств 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 розподілу	Конкуренція дає змогу розподіляти дохід серед підприємств і домашніх господарств відповідно до їхнього ефективного внеску. Це відповідає півному в конкурентній боротьбі принципу винагороди за результатами.
Функція мотивації	Конкуренція охоплює стимули до вищої продуктивності: Для підприємця конкуренція – 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 у вигляді збитків або витісняються з ринку (негативні санкції).

Головна функція конкуренції – завоювати ринок, у боротьбі за споживача перемогти своїх конкурентів, забезпечити одержання сталого прибутку.

Виникнення ринкової економіки знаменується появою вільної конкуренції. Сучасна ринкова економіка – складний організм, елементами якого є різноманітні виробничі, комерційні, фінансові й інформаційні структури, що взаємодіють на фоні розгалуженої системи правових норм, і об'єднуються єдиним поняттям – ринок. За визначенням, ринок – це організована структура, де зіштовхуються економічні інтереси виробників та споживачів, продавців і покупців, що призводить до взаємодії попиту споживачів і пропозиції виробників, а на засадах зазначеної взаємодії формуються ціни товарів і обсяги продаж. Згідно з найбільш поширеною типологією ринків, виділяють чотири можливі конкурентні структури (табл. 2).

Табл. 2. Характеристика основних ринкових структур

Параметри	Види конкуренції			
	Досконала конкуренція	Монополістична конкуренція	Олігополія	Монополія
Кількість підприємств-виробників продукту	Багато незалежних підприємств	Багато підприємств-виробників схожих товарів і послуг	Декілька великих підприємств-виробників товарів і послуг	Один продукт і одне підприємство
Контроль над цінами	Контролю немає. Ціни визначаються ринком	Вплив обмежений можливістю заміни	Існує вплив "цінового лідера"	Практично повний контроль
Товарна диференціація	Відсутня. Продукти не різняться за властивостями та якістю	Товари і послуги диференційовані для сегментів ринку	Істотна для окремих продуктів, мала для стандартизованих	Відсутній
Рівень зусиль для входу на ринок	Відносно легкий вхід і вихід	Відносно легкий вхід і вихід	Важкий вхід, що часто вимагає великих інвестицій	Дуже важкий вхід і вихід

Розглянуті типи ринків і конкуренції в чистому вигляді трапляються порівняно рідко та поширюється на дуже обмежене коло товарів і послуг. У реальних умовах частіше виникають такі ситуації на ринку, які професор Дж. Робінсон визначає як недосконалу конкуренцію, що носить має характер.

Невід'ємною складовою ринкової економіки також є створення й розвиток конкурентного середовища – сукупності зовнішніх стосовно конкретного підприємства факторів, які впливають на конкурентну взаємодію підприємств відповідної галузі. 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 загальну ринкову ситуацію.

Табл. 3. Визначення економічної категорії "конкурентна позиція"

Автор	Джерело	Визначення
Ансофф І., Макдоннелл Е. Дж.	Новая корпоративна стратегія / СПб. : Питер Ком, 1999. – 416 с.	Конкурентна позиція визначається оптимальним положенням країни в системі глобальної конкуренції з метою визначення порівняльних конкурентних переваг під час формування стратегічних завдань
Портер М.	Конкуренція. – М. : Вільямс, 2005. – 608 с.	Конкурентна позиція визначається діями які направлені на забезпечення країни конкурентоспроможного положення на світовому ринку шляхом розробки відповідного комплексу певних чинників для отримання позицій на ринковій ніші
Шатовал М.	Теорія конкурентоспроможності // Економіка. – 2006. – № 11	Конкурентна позиція – похідна категорія від конкурентних переваг економічної системи країни, які розглядають як природну форму існування економічної системи, що забезпечує сталий розвиток

Нові глобальні ознаки конкуренції дають підстави вважати її історичним явищем нинішнього етапу розвитку світової економіки, що відображає боротьбу в різних формах протидії суб'єктів глобальної економічної системи за володіння обмеженими економічними ресурсами та якнайвигідніші умови

виробництва і збуту продукції (послуг) не тільки в рамках національних економічних систем, а й за їх межами, що обумовлює появу терміну конкурентна позиція (табл. 3).

Висновки. Отже, підсумовуючи викладене вище, можна зробити такі висновки.

Конкуренція визначається як стан економічної системи, що характеризується суперництвом суб'єктів економіки за "життєво важливі" ресурси з метою "виживання", тобто максимально тривалого існування як самостійних економічних одиниць.

Аналіз економічної природи конкуренції свідчить про те, що конкурувати між собою можуть тільки суб'єкти економіки. При цьому первинною є конкуренція безпосередніх виробників і споживачів продукції і послуг (фірм, підприємств) за платоспроможний попит і фактори виробництва.

Література

1. Макконнелл К.Р. Экономикс: Принципы, проблемы и политика : пер. с англ. / К.Р. Макконнелл, С.Л. Брю. – У 2-ох т. – Изд. 2-ое, [перераб. и доп.]. – М. : Изд-во "Инфра-М", 2003. – Т. 1. – 486 с.
2. Портер М. Конкуренция : пер. с англ. / М. Портер. – М. : Изд. дом "Вильямс", 1993. – 495 с.
3. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление / Р.А. Фатхутдинов. – М. : Изд-во "Инфра-М", 2000. – 387 с.
4. Федоренко В.Г. Політична економія : підручник / В.Г. Федоренко, О.М. Діденко, М.М. Руженський, О.Ф. Іткін / за наук. ред. д-ра екон. наук, проф. В.Г. Федоренка. – К. : Вид-во "Алерта", 2008. – 487 с.
5. Шумпетер Йозеф А. История экономического анализа. – В 3-ох т. / Йозеф А. Шумпетер : пер. с англ. / под ред. В.С. Автономова; С.-Петербург. ун-т экономики и финансов; Высш. шк. экономики. – СПб. : Изд-во "Экон. шк. и др.", 2004. – Т. 3: [С 1890 по 1914 г. и далее]. – 2004. – Вып. XI. – С. 989-1664.
6. Юданов А.Ю. Конкуренция: теория и практика / А.Ю. Юданов. – М. : Изд-во "Гном-пресс", 2001. – 304 с.

Лазур М.П., Павнык М.А. Главные факторы конкурентной позиции национальной экономики

Дано определение понятия "конкуренция", рассмотрены основные черты конкуренции, функции конкуренции как экономической категории. Дано определение экономической категории "конкурентная позиция" и приведена характеристика основных рыночных структур.

Ключевые слова: конкуренция, структура, рынок, конкурентная позиция, конкурентная среда.

Lazur M.P., Pavnyk M.A. Main factors of competition position of national economy

Determination of concept "competition" is given in the article, the basic lines of competition are resulted, the functions of competition as an economic category are given. Determination of economic category "competition position" is given, description of basic market structures is resulted.

Keywords: competition, structure, market, competition position, competition environment.

УДК 339.137.2:630*742

Доц. О.В. Максимець, канд. екон. наук –
НЛТУ України, м. Львів

ОЦІНЮВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ УКРАЇНИ У МІЖНАРОДНІЙ ТОРГІВЛІ ДЕРЕВИННОЮ ПРОДУКЦІЄЮ У ПЕРІОД СУЧАСНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ КРИЗИ

Охарактеризовано зміни у зовнішній торгівлі продукцією з деревини України. Здійснено комплексну оцінку відносних та порівняльних переваг української продукції. Визначено конкурентоспроможність окремих видів продукції на зовнішніх ринках. Виявлено чинники, що впливали на переваги української деревинної продукції на зовнішніх ринках до та під час економічної кризи.

Ключові слова: міжнародна торгівля продукцією з деревини, конкурентні переваги України, визначальні чинники конкурентних переваг.

Актуальність дослідження. Внаслідок фінансової кризи, яка розпочалась у світі наприкінці 2007 р., а в Україні – з другої половини 2008 р., багато галузей, зокрема лісова та деревообробна, втратили свої конкурентні переваги на зовнішніх ринках. Внаслідок цього значно скоротились обсяги експорту і за багатьма видами продукції сальдо зовнішньої торгівлі стало від'ємним.

Одним із шляхів виходу з цієї ситуації є визначення потенційно успішних на світовому ринку секторів лісової та деревообробної галузей на основі використання сучасних методів визначення конкурентних переваг та розроблення довгострокової стратегії і стимулятивних дій щодо забезпечення їх конкурентоспроможності в умовах інтернаціоналізації. Виконане дослідження є важливим для підприємств галузі внаслідок кризових явищ в українській економіці загалом та проблем зі збутом продукції.

Методи дослідження. Для оцінки змін використовували підходи економічного аналізу, аналізу зовнішньоекономічної діяльності та статистичні методи. Для аналізу та оцінювання було використано показники, які систематизував і доповнив автор у [1]. Зокрема до показників, які дають змогу виявити порівняльні та конкурентні переваги у міжнародній торгівлі продукції окремої галузі, ми віднесли такі: порівняльні показники динаміки експорту / імпорту в натуральному вираженні; порівняльні показники динаміки експортних / імпортних цін; співвідношення цін на експортну продукцію галузі України та світових (європейських) цін; показник інтенсивності внутрішньогалузевої торгівлі; показники виявлених порівняльних переваг; індекс відносної важливості продукції галузі (індекс Мікаелі); показники відносних експортної, імпортної і зовнішньоторговельної переваг; індекс відносної конкурентоспроможності.

Метою дослідження є всебічний аналіз зовнішньої торгівлі України деревинною продукцією та виявлення конкурентних переваг галузевих підприємств і факторів впливу на конкурентні переваги протягом фінансової кризи.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити такі завдання: охарактеризувати зміни у зовнішній торгівлі продукцією з деревини України; комплексно оцінити відносні та порівняльні переваги української деревинної продукції на зовнішніх ринках; визначити конкурентоспроможність окремих