

Тема 5. РИНОК, КОНКУРЕНЦІЯ І ПІДПРИЄМНИЦТВО

1. Ринок як сфера підприємництва.
2. Конкуренція, її види, форми та методи реалізації у підприємництві.
3. Оцінка рівня конкуренції на ринку.
4. Конкурентоспроможність підприємницьких структур: ознаки, чинники та рівні.
5. Формування конкурентного середовища в Україні.
6. Конкурентна боротьба і конкурентна співпраця.

1. Ринок як сфера підприємництва

Термін «ринкова економіка» останнім часом активно застосовується в нашій країні для характеристики тієї моделі господарювання, до якої нас повинні привести радикальні зміни. Ключовим елементом конструкції «ринкова економіка» виступає ринок. Ринок – це складне та різnobічне явище. Ринкові відносини дуже різняться від країни до країни як за ступенем розвитку, особливостями модифікації, рівнем зрілості, так і соціальними, історичними та іншими ознаками [25, с. 82]. Головним елементом і рушієм ринку та однією з найактивніших форм економічної діяльності є підприємництво. Існування підприємництва є обов'язковою умовою повноцінного функціонування ринку, який, у свою чергу, виступає природним середовищем для самого підприємця. Відтак, ринком є спеціальне середовище, в якому реалізується підприємницька діяльність. На цьому ґрунтуються уся ринкова економіка. За відсутності ринку не буде й самих підприємців, адже вони щільно переплетені одно з одним.

Що ж таке ринок? «Ринок – це інститут, або механізм, який поєднує покупців і продавців окремих товарів і послуг. При цьому ринки набувають найрізноманітніших форм» [26, с. 61] від звичайних ринків, як-от майстерня з ремонту взуття, ресторан, торговельний кіоск, перукарня, автозаправка до високоорганізованих – фондових бірж, аграрних бірж тощо.

У найзагальнішому розумінні ринок – це середовище, в рамках якого між підприємцем і споживачем здійснюється обмін продукту діяльності першого на обумовлений грошовий еквівалент чи інші матеріальні цінності другого.

Ринок може ефективно існувати і повноцінно розвиватися за умови, що йому притаманний конкурентний характер. Ринкова конкуренція виступає як своєрідний механізм з управління функціями підприємців. Бізнесмени співпрацюють один з одним і спілкуються з покупцями. При цьому співпраця одного підприємця з іншим характеризується суперництвом і змагальністю. Підприємці постійно борються за увагу і прихильність споживача. Якщо підприємець уміє відчувати ринок, має підприємницьку інтуїцію і може своєчасно відстежити й оцінити можливості ринку, то його бізнес буде успішним.

Ринок є сферою економічних відносин, для яких ключовими категоріями є категорії попиту і пропозиції. Саме наявність і обсяг попиту та пропозиції на конкретний вид товару чи послуги обумовлює необхідність обміну за схемою «гроші – товар – гроші». Звідси ринок можна визначити як систему сфокусованих на певній ціні взаємин споживачів, що формують попит на конкретні види товарів (послуг), і продавців (виробників), що забезпечують наявність пропозиції цих товарів (послуг) [25, с. 84].

Сучасний ринок характеризується трьома суттєвими ознаками.

Перша ознака. Сучасний ринок є ринком покупця. Тобто, це такий стан ринку, за якого спостерігається перевищення пропозиції товарів над попитом на них при фіксованій ціні. Такий стан ринку визначає пріоритетне становище споживачів продукції порівняно з продавцями. Підприємець, намагаючись збільшити свої доходи, змушений створювати і реалізувати продукт, здатний задоволити запити покупців.

Друга ознака сучасного ринку – стабілізація відносин між суб'єктами на основі інтеграції. Сучасний ринок – це аrena суперництва підприємців та інших суб'єктів економіки, кожному з яких має гарантуватися його суверенітет та збереження його конкурентних прав. Це означає, що суб'єкти ділових відносин, зберігаючи прагнення до взаємного суперництва, разом з тим зацікавлені у протидії монополізації економіки. Їхня зацікавленість пов'язується з інтеграцією економіки. Її проявами є державне регулювання, програмування економіки, соціальне партнерство різних соціальних груп, маркетингова діяльність фірм, розвиток акціонерної форми підприємництва.

Наприклад, соціальне партнерство і регулювання зайнятості населення. Так, державні фонди зайнятості, за рахунок яких утримуються безробітні, формуються в західних країнах за рахунок трьох джерел: внесків працівників, внесків підприємців та відрахувань із державного бюджету. Участь і підприємців, і найманих працівників у формуванні таких фондів обов'язкова, хоча і для тих, і для інших ці

відрахування є прямим вирахуванням з доходів. Однак таким шляхом вони інтегруються для вирішення загальнодержавної проблеми.

Третью, обов'язковою ознакою ринку є його конкурентний характер. Неминучість конкуренції між підприємцями викликана пріоритетом покупців над продавцями. У своєму прагненні до задоволення запитів споживачів підприємці реалізують власний економічний суверенітет, вступаючи у взаємне суперництво, аби зацікавити споживачів своїм продуктом [25, с. 85-86].

2. Конкуренція, її види, форми та методи реалізації у підприємництві

Співробітництво, справедливість і солідаризм,
а не конкуренція повинні бути девізом
людства, якщо людство хоче вижити.

М. Сенченко

Вперше теорію конкуренції узагальнив Адам Сміт у 1776 р. у своїй праці “Дослідження про природу і причини багатства народів”. Серед дослідників конкуренції й такі загальновизнані імена як Д. Рікардо, Дж. Робінсон, Дж. Кейнс, Й. Шумпетер, У. Блюм, М. Порттер та ін.

Конкуренція (пізньолат. concurrentia, від лат. concurro – стикаюсь, зіштовхуюсь) – процес управління суб’єктом своїми конкурентними перевагами для отримання перемоги чи досягнення інших цілей у боротьбі з конкурентами за задоволення об’єктивних або суб’єктивних потреб в рамках законодавства чи у природних умовах [1, с. 222]. (*Конкуренція – економічне суперництво і боротьба між приватними і колективними товаровиробниками та продавцями товарів і послуг за якнайвигідніші умови їх виробництва і збуту, за привласнення найбільших прибутків, в процесі якого стихійно регулюються пропорції суспільного виробництва* [2, с. 818]; 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 визначати умови обороту товарів на ринку [4, ст. 1]). Відомий економіст і історик Фернан Бродель у своїй книзі «Час світу» так пояснює економічну конкуренцію: «В економічній грі завше існували карти ліпші за інші, а подеколи (й часто) цятковані. Певні види діяльності приносили більше зиску, ніж інші: обробляти виноград було куди вигідніше, ніж вирощувати збіжжя (принаймні

якщо інші згоджувалися вирощувати збіжжя для вас), діяти у вторинному секторі (економіки) було вигідніше, ніж у первинному, а в третинному вигідніше, ніж у вторинному» [10, с. 37, 39].

Конкуренція одночасно виступає як об'єктивний економічний закон розвинутого товарного виробництва, дія якого для товаровиробників є зовнішньою примусовою силою до підвищення продуктивності праці, нарощування обсягів виробництва, прискорення НТП, впровадження нових форм організації виробництва, форм і систем просування продукції та ін.

Враховуючи особливості здійснення конкуренції, можна виділити кілька її видів:

а) за рівнем втручання держави:

- вільна;
- регульована;

б) за характером конкурентної боротьби:

- внутрігалузева;
- міжгалузева;
- міжнародна;

в) за ступенем інтенсивності конкуренції:

- приваблива, коли у даному сегменті суб'єкт якісно задовольняє свої потреби або отримує вищі прибутки, порівняно з попереднім сегментом;
- помірна, якщо дії суб'єкта конкуренції підтримують конкурентне середовище в даному сегменті ринку;
- жорстка для об'єкта конкуренції, коли суб'єкт поглинає, знищує або витісняє об'єкт з даного сегменту;
- жорстка для суб'єкта конкуренції, якщо об'єкт (конкурент) поглинає, знищує чи витісняє суб'єкт з даного сегменту.

Конкуренція може відбуватися на таких **рівнях**: місцевому (у групі, відділі, організації); галузевому (промисловість: машинобудування, харчова промисловість, легка промисловість тощо; сільське господарство: рослинництво, тваринництво); регіональному (в районі, місті, області); національному (в країні); міжнаціональному (в кількох країнах); глобальному (в світовому масштабі без чітко окреслених країн) [див.: 1, с. 224].

Дослідники конкуренції виділяють такі її форми: досконалу (чисту), недосконалу (монополістичну, олігополістичну конкуренцію, монопсонію тощо); цінову, нецінову, недобросовісну (нечесну). Головними ж формами конкуренції в сучасних умовах вважаються: 1) конкуренція між альтернативами (субститутами,

новими продуктами і потребами, новим застосуванням старих продуктів); 2) боротьба за винаходи, відкриття, розвиток виробництва нових або вдосконалення старих продуктів, удосконалення методів управління і збути; 3) поява нових підприємців і підприємницьких структур на уже існуючих ринках; 4) розширення географічного середовища конкуренції; 5) конкуренція всередині окремих об'єднань між їх складовими частинами (цехами, філіалами та ін.), між різними продуктами одного концерну або між різними функціями (інженерами і комерсантами) однієї компанії; 6) реклама як інтегральна і головна функція конкуренції [2, с. 820].

Методи конкуренції:

- а) на основі критерію підвищення якості продукції;
- б) на основі зниження цін;
- в) на основі критерію підвищення якості сервісу;
- г) на основі зниження експлуатаційних витрат у споживача продукції;
- д) на основі використання всіх конкурентних переваг суб'єкта і об'єкта [див., напр., 1, с. 224].

Переваги конкуренції:

1. Впровадження нової техніки і технологій.
2. Розвиток науково-дослідних і дослідно-конструкторських розробок.
3. Впровадження нових форм і методів організації виробництва і праці.
4. Підвищення кваліфікації та перепідготовка працівників.
5. Розвиток інформаційної системи.
6. Пошук оптимальних критеріїв виробництва.
7. Зниження цін на продукцію, підвищення її якості, поліпшення дизайну.
8. Економія всіх видів ресурсів.
9. Удосконалення внутріфірмового управління.

Недоліки конкуренції:

1. Надмірні витрати на рекламу.
2. Розорення значної кількості дрібних, середніх і навіть частини великих товаровиробників.
3. Фінансові спекуляції та махінації з метою «поглинання» конкурентів.
4. Зловживання економічною владою з боку гіганських монополій, придушення вільної конкуренції.
5. Злочинність і корупція [2, с. 820].

Чинники конкурентної боротьби:

- 1) обсяг ринку. Чим більший ринок, тим сильніші конкуренти;

2) темпи зростання ринку. Швидкі темпи зростання ринку полегшують проникнення на нього інших виробників;

3) потужності фірм на ринку. Надлишкові потужності зумовлюють зниження цін;

4) вхідні і вихідні галузеві бар'єри. Бар'єри захищають позиції підприємств і компаній, їх відсутність робить галузеві ринки доступними для проникнення на них неконкурентоспроможних новачків;

5) ціна. Використання цін з метою досягнення кращих економічних умов збути, розширення ринку. Цінова конкуренція включає маневрування цінами, систему прихованих скидок і уступок порівняно з оголошеними цінами для тих чи інших покупців (перш за все крупних), заниження цін, використання однакових цін на товари різної якості тощо;

6) рівень стандартизації товарів;

7) мобільні технологічні модулі;

8) вимоги до обсягів необхідних капітальних вкладень. Жорсткі вимоги підвищують ризик, створюють додаткові галузеві бар'єри входу-виходу;

9) інтегрованість підприємств. Вертикальна інтеграція підвищує вимоги до розміру капіталу, зумовлює суттєві відмінності у конкурентоспроможності та витратах на виробництво в інтегрованих, частково інтегрованих і неінтегрованих фірмах;

10) економія на масштабі. Збільшує частку ринку, необхідну для досягнення конкурентоспроможності продукції;

11) швидкість оновлення асортименту продукції [див., напр., 2, с. 227].

У будь-який момент об'єктом конкурентного суперництва можуть виступати один або кілька показників: ціна, рівень новизни, номенклатура, технічна складність, витрати, економічність використання, нові методи виробництва продукції, стимулювання збути, послуги споживачам, гарантії, функціональність, зручність, стиль тощо. Зі зміною структури попиту й залежно від реакції конкурентів об'єкт суперництва змінюється одним або кількома іншими. Конкуренція може набувати різних форм і відбуватися з різною інтенсивністю. Міра інтенсивності конкуренції залежить від низки чинників:

1. Конкуренція на ринку посилюється із збільшенням кількості конкурентів і вирівнюванням їх розмірів та виробничих потужностей. Вважається, що чим більша кількість конкуруючих між собою підприємств, тим вища ймовірність появи нових творчих стратегічних ініціатив. Це послаблює вплив дій одного підприємства на інші й знижує при цьому ймовірність їх прямої реакції у відповідь на ці дії. При більшій

кількості підприємств покупці отримують можливість обирати серед багатьох продавців, що знижує ймовірність пристосування ринку одним підприємством для своєї вигоди. Якщо розміри й потужності конкуруючих підприємств однакові, то шанси на відносно справедливі умови конкуренції підвищуються, а перемога у конкурентній боротьбі, панівне становище і певний контроль за ринком з боку одного або двох підприємств стають проблематичними.

2. Конкуренція між підприємствами посилюється при повільному зростанні попиту на продукцію. На ринках, що швидко зростають спостерігається послаблення конкуренції завдяки тому, що місця вистачає для будь-якого бізнесу, а тому підприємству необхідно використовувати усі фінансові та управлінські ресурси, щоб не відставати від зростання ринку. Коли темпи зростання сповільнюються, підприємства, що прагнуть розширити свою діяльність, або компанії з великими виробничими потужностями зазвичай знижують ціни і використовують іншу тактику для підвищення обсягу продажу, ініціюючи таким чином боротьбу за частку ринку. Таке конкурентне суперництво може завершитися поразкою слабких і менш ефективних підприємств, внаслідок чого ринок консолідується в меншу, але індивідуально міцнішу групу продавців.

3. Конкуренція підвищується, якщо ринкові умови такі, що у конкурентів з'являється нагода використати зниження цін або інші засоби конкурентної боротьби для збільшення обсягу збути своєї продукції. Якщо частка постійних витрат у сукупних витратах значна, то витрати на одиницю продукції будуть найнижчими при максимальному або наближеному до нього використанні виробничих потужностей, оскільки чим вищий обсяг виробництва, тим менша частка цих витрат у розрахунку на одиницю продукції. Незадіяні потужності призводять до відчутного зростання витрат за рахунок збільшення у них частки постійних витрат. Зниження ринкового попиту й рівня використання виробничих потужностей, зростання витрат у розрахунку на одиницю продукції змушує конкуруючі підприємства вдаватися до таємних цінових поступок, спеціальних зникок та іншої тактики, що дозволяє підвищити обсяг продажу і посилити конкуренцію. У випадках сезонного розпродажу або невигідності для зберігання продукції конкуренція посилюється щоразу, коли підприємства застосовують тактику демпінгу, пропонуючи на ринку значні обсяги своїх товарів.

4. Конкуренція посилюється, якщо у покупців не виникають значні витрати при заміні у споживанні одного товару іншим. Конкурентам тим легше перехопити покупців один у одного, чим нижчі витрати споживачів на заміну

одного товару іншим. З іншого боку, високі витрати споживачів значною мірою захищають продавця від таких намірів з боку конкурентів.

5. Конкуренція посилюється, коли одного або кількох конкурентів не влаштовує становище, що склалося на ринку, і ними вживаються заходи для виправлення ситуації за рахунок суперників. Підприємства, які перебувають у важкому фінансовому становищі або на межі банкрутства, часто змушені вдаватися до агресивних дій. Новий етап конкурентної боротьби та посилення її за частку ринку можуть привести до поглинання малих конкурентів більшими, появи на ринку нової продукції, посилення реклами, встановлення спеціальних цін та ін.

6. Конкуренція підвищується пропорційно до ефекту від успішно реалізованої підприємством стратегічної дії. Чим вищий рівень очікуваної винагороди, тим вища ймовірність того, що окремі підприємства прагнутимуть застосувати конкретну стратегію. Рівень віддачі стратегічної дії залежить від швидкості, з якою підприємства-суперники реалізують свої дії у відповідь. Якщо їх реакція буде неспішною чи її зовсім не буде протягом активних стратегічних дій підприємства-ініціатора, то останній може отримати поряд з прямою економічною вигодою ще й перевагу в часі, який конкурентам буде важко надолужити. А тому, чим суттєвіший ефект очікується від реалізації стратегічної дії, тим вищий рівень ризику можливої відсічі суперників. Підприємства, які ретельно оцінили кожного із своїх конкурентів і проаналізували їхні можливості, можуть точніше передбачити реакцію суперників на свої стратегічні дії. Для підприємства важливо зрозуміти причини, що зумовлюють зміни конкурентної стратегії суперників з тим, щоб вжити необхідних заходів і контрзаходів.

7. Конкуренція посилюється за умови, що вийти з бізнесу витратніше, ніж залишитися в ньому й конкурувати. Високі вимоги й перепони щодо виходу підприємства з ринку (вихідні галузеві бар'єри) у т. ч. й високий рівень витрат спонукають підприємства залишитися на ринку і конкурувати, навіть при низьких прибутках, а то й збитках.

8. Конкуренція тим мінливіша й непередбачуваніша, чим різноманітніший спектр конкурентів з погляду особливостей корпоративних пріоритетів, ресурсного потенціалу, здатності до нетрадиційних дій тощо.

9. Конкуренція посилюється внаслідок поглинання сильними підприємствами і компаніями слабких фірм-суперниць, а також завдяки

спланованим і профінансованим діям щодо створення в галузі окремих сильних підприємств чи корпорацій.

Суперництво за досягнення якнайвигіднішого становища на ринку передбачає використання відповідних прийомів конкурентної боротьби. Якщо такі дії конкурентів зумовлюють зниження галузевого прибутку, то конкурентне *суперництво* вважається *інтенсивним*. *Суперництво помірне*, за умови, що більшість підприємств отримує нормальній прибуток. *Суперництво слабке*, якщо більшість підприємств на вкладений капітал отримує вищий за середній прибуток. Постійно повторювані загострення конкурентної боротьби перетворюють ринок у *жорстко конкурентний* [див.: 1, с. 817-818].

3. Оцінка рівня конкуренції на ринку

Залежно від цілей оцінки і аналізу рівня конкуренції на ринках використовуються різні показники і підходи.

Так, сила конкуренції на ринку вимірюється за допомогою **індексу Гарфінделя-Гіршмана** (I_{gg}) [3, с. 21-22; 16, с. 24-25]:

$$I_{gg} = \sum_{j=1}^k (\alpha_j)^2 \quad (1)$$

де α_j – частка кожного з k підприємств на ринку, %.

Згідно з цим індексом ринок вважається **нормальним** для конкуренції, якщо значення Ігг менше 1000. У цих межах значень індексу дозволяється злиття фірм.

Ринок для підтримки нормальної ринкової конкуренції вважається **безпечним**, коли на ринку розглянутого товару є:

- 10 і більше фірм;
- 1 фірма не займає більше ніж 31% ринку;
- 2 фірми не займають більше ніж 44% ринку;
- 3 фірми не займають більше ніж 54% ринку;
- 4 фірми не займають більше ніж 63% ринку.

Ринок вважається **неконкурентним**, якщо значення індексу перевищує 1800 одиниць. Такі значення показника засвідчують низьку інтенсивність (силу) конкуренції і високий рівень концентрації ринку. У такому випадку для нормалізації

ситуації необхідне втручання з боку держави. Так, наприклад, з 1984 р. у США індекс Гарфінделя-Гіршмана використовується як індикатор саме в державному антимонопольному регулюванні. І якщо, скажімо, передбачається злиття фірм, але при цьому індекс Гарфінделя-Гіршмана зросте на 50 пунктів із 1000, то таке злиття забороняється антитрестовським законодавством.

Серед інших показників – **індекс концентрації** (I_k), який визначається на основі часток, які займають на ринку три найбільших підприємства:

$$I_k = \sum_{j=1}^3 \alpha_j \quad (2)$$

де α_j – частка кожного з трьох найбільших підприємств на ринку, %.

Якщо $I_k < 45\%$, то ринок вважається концентрованим;

$45\% < I_k < 70\%$ – ринок помірно концентрований;

$70\% < I_k$ – ринок високонконцентрований (високий рівень монополізації ринку) [18, с. 76].

Коефіцієнт відносної концентрації (K_{ek}), який ґрунтуються на зіставленні кількості і часток найбільших підприємств:

$$K_{ek} = (20 + 3\beta) / \alpha \quad (3)$$

де β – частка найбільших підприємств у загальній кількості учасників ринку, %; α – частка продажу цих самих підприємств у загальному обсязі продажу, %.

Якщо $K_{ek} < 1$ – ринок високонконцентрований; $K_{ek} > 1$ – ринок неконцентрований [18, с. 78].

Індекс Холла-Тайдмана (I_{xm}):

$$I_{xm} = 1 / \left(2 \sum_{j=1}^k R_j \alpha_j - 1 \right) \quad (4)$$

де R_j – позиція (ранг) підприємства на ринку (найбільше має ранг 1);

α_j – частка продажу цих самих підприємств у загальних обсягах продажу; k – кількість підприємств на ринку.

Якщо $I_{xm} = 1$, то ринок вважається високонконцентрованим, монопольним; якщо $I_{xm} = 1/k$ – ринок неконцентрований [18, с. 78].

Чотиричастковий індекс сили конкуренції на ринку:

$$I_{c\kappa} = \sum_{j=1}^4 V_j / V_p \leq 0,75 \quad (5)$$

де V_j – обсяг продажу продукції конкретної асортиментної групи j -тим підприємством. $j = 1, 2, 3, 4$; V_p – обсяг ринку конкретної асортиментної групи продукції.

Якщо значення індексу перевищують 0,75, то слід вводити обмеження на злиття підприємств у галузі [18, с. 76].

Це далеко неповний перелік показників, що дозволяють аналізувати рівень конкуренції на галузевих ринках, відстежувати його динаміку та тенденції зміни. Вказані показники часто використовуються у розвинених країнах для визначення рівня конкуренції на ринках з метою їх антимонопольного регулювання. В Україні для цього визначається частка 1-5 найбільших підприємств на ринку та зіставляється з нормативними значеннями. При цьому враховується й наявність конкурентів. Так, згідно із ст. 12 Закону України «Про захист економічної конкуренції» «Монопольним (домінуючим) вважається становище суб’єкта господарювання, частка якого на ринку товару перевищує 35 відсотків, якщо він не доведе, що зазнає значної конкуренції. Монопольним (домінуючим) також може бути визнане становище суб’єкта господарювання, якщо 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. ... Монопольним (домінуючим) вважається також становище кожного з кількох суб’єктів господарювання, якщо стосовно них виконуються такі умови: сукупна частка не більше ніж трьох суб’єктів господарювання, яким на одному ринку належать найбільші частки на ринку, перевищує 50 відсотків; сукупна частка не більше ніж п’яти суб’єктів господарювання, яким на одному ринку належать найбільші частки на ринку, перевищує 70 відсотків» [4].

4. Конкурентоспроможність підприємницьких структур: ознаки, чинники та рівні

Поборовши змія, ти сам ним стаєш
Ярослав Поліщук

Говорячи про конкуренцію, конкурентну боротьбу, не можна оминути такого важливого поняття як конкурентоспроможність. Вживуючи поняття «*конкурентоспроможність*» стосовно певного об'єкта конкуренції, розуміємо певну якість, чи набір якостей, якими володіє (наділений) цей об'єкт і які саме й забезпечують йому економічні переваги порівняно з аналогічними об'єктами. На думку І.Піддубного та Л.Піддубної «*конкурентоспроможність – це інтегрована властивість економічної системи, яка зумовлює реалізацію мети та досягнення результатів функціонування, необхідних і достатніх для активного позиціювання системи в конкурентному ринковому просторі*» [20, с. 60].

Економічна наука виділяє кілька основних видів конкурентоспроможності:

- конкурентоспроможність країни (національної економіки);
- конкурентоспроможність галузі;
- конкурентоспроможність регіону;
- конкурентоспроможність фірми (підприємства):
 - а) конкурентоспроможність персоналу;
 - б) конкурентоспроможність організації;
 - в) конкурентоспроможність технологій;
 - г) конкурентоспроможність продукції (послуг).

Перш, ніж розглянемо питання конкурентоспроможності ринків, спинимося на питаннях конкурентоспроможності країни. Адже, конкурентоспроможність галузевого ринку і конкурентоспроможністю країни співвідносяться між собою як «частина» і «ціле», взаємообумовлюючи і взаємопливаючи одне на одного..

У ринкових умовах конкурентоспроможність є однією з ознак, що характеризує рівень розвитку суспільства. Тут доречно навести загальне визначення конкурентоспроможності, яке прийняте країнами ОЕСР (Організацією економічного співробітництва і розвитку – OECD, 1948): «...спроможність компаній, галузей, регіонів і націй забезпечувати порівняно високий рівень доходів і заробітної плати, залишаючись відкритими для міжнародної конкуренції» [5, с. 149].

Конкурентоспроможність країни – здатність економіки однієї держави конкурувати з економікою інших держав за рівнем ефективного використання

ресурсів, підвищення продуктивності національної економіки і забезпечення на цій основі високого та постійно зростаючого рівня життя громадян [2, т. 1, с. 814]. Таке трактування цілком перегукується і доповнюється міркуваннями М.І.Туган-Барановського: «Коли національну працю зосередити на тих галузях виробництва, де переваги певної країни найбільші, – таким чином можна створити найбільшу суму суспільного багатства» [21, с. 117]. Дещо з іншого боку говорить про це й Д. Корчинський, вказуючи при цьому на об'єкт конкурентоспроможності: «Україна об'єктивно зацікавлена у тому, щоб плекати свої внутрішні відмінності (політичні, способу організації виробництва, тощо). Це економічно вигідно, що довела Японія. За рахунок культивування своєї окремішності та інакшості деякі етнічні групи в розвинених державах мають переваги щодо визиску навколошнього середовища. Приміром, єbreї – у Сполучених Штатах, чеченці – скрізь. Analogічно деяким країнам з тих, що тільки входять до «спільнотного ринку», вигідно бути іншими, щоб бути першими» [9, с. 37]. Про що йдеться, якщо проектувати це на Україну? З цього приводу С. Вакарчук вважає: «Наш вихід – бути вищими, і це наш плюс. Ми це вже показали...» [12, с. 32]. М. Портер досить лаконічний у цьому відношенні, вказуючи, що «конкурентоспроможність конкретної нації залежить від здатності її промисловості вводити новинки і модернізуватися» [8, с. 162].

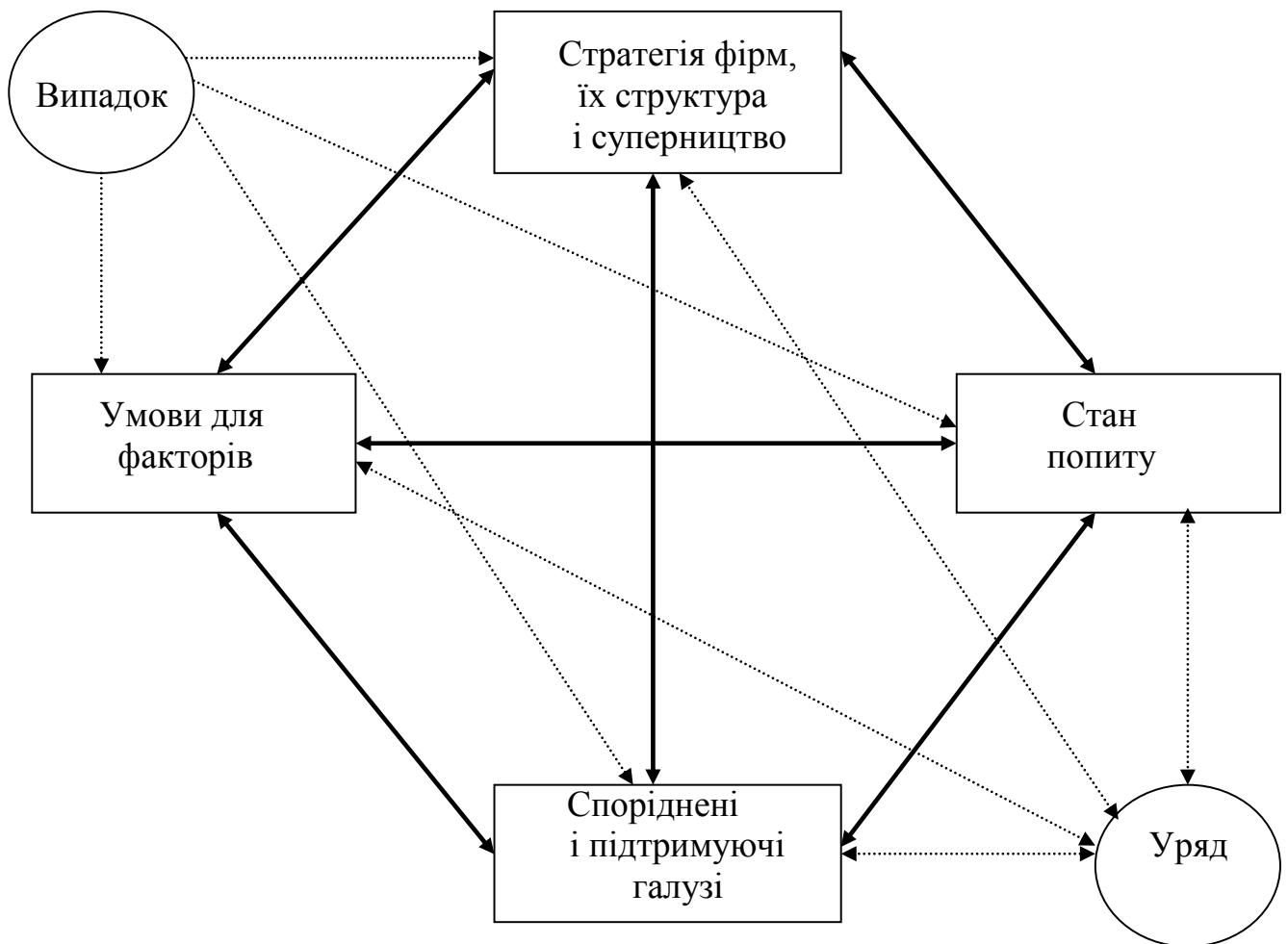
Отже, із сказаного вище можна стверджувати, що найважливішою передумовою конкурентоспроможності країни є активна діяльність держави, яка визначає і здійснює стратегію конкурентоспроможності, регулюючи усі сфери суспільних відносин, у т. ч. й ринкові.

Які ж детермінанти визначають рівень конкурентоспроможності країни? На думку М. Портера, який хоч і вважає, що термін «конкурентоспроможність країни» не має великого самостійного значення для процвітання держави, оскільки її ціль в – економіці – забезпечити громадянам достатньо високий (і постійно зростаючий) життєвий рівень, а реалізація цілі залежить від ефективності використання національних ресурсів [5, с. 148; 7, с. 33], та все ж виділяє такі чотири детермінанти конкурентоспроможності країни:

- а) параметри виробничих факторів (кваліфікована робоча сила, інфраструктура тощо);
- б) параметри внутрішнього попиту;
- в) наявність на світових ринках конкурентоспроможних споріднених і підтримуючих галузей;

г) стратегія підприємств, їх структура і суперництво (умови в країні, що визначають створення і управління підприємствами, характер конкуренції на ринку).

Ці детермінанти кожен окремо і всі разом узяті як система, утворюють середовище, в якому створюються і діють фірми конкретної країни, формуючи, так званий, «ромб» конкурентоспроможності країни (мал. 3).



Мал. 3. Детермінанти конкурентних переваг країни [8, с. 176].

Ця система детермінант створює середовище, в якому зароджуються і діють підприємства країни і яка, з погляду конкурентоспроможності, може бути як сприятливою, так і несприятливою. На систему детермінант в динамічному плані, в свою чергу, справляють суттєвий вплив два чинники: *випадок* і *політика уряду*, яка може або посилювати конкурентну перевагу країни, або ж підтримувати її. На думку М. Портера успішна політика уряду повинна будуватися з урахуванням стадії, якої досягла країна у розвитку конкурентоспроможності. Таких стадій – три: факторних, інвестиційних і інноваційних переваг. При цьому безпосередній вплив на національні конкурентні переваги уряд спроможний чинити на перших двох стадіях.

Додаткова інформація

На початку 1990-х років італійські компанії були світовими лідерами у виробництві і експорті керамічної плитки з обсягом понад 10 млр. \$. Усі виробники сконцентрувалися в районі Сассуоло, випускаючи 30 % світового виробництва плитки і 69 % світового її експорту.

Виробництво плитки в Італії виросло з виробництва порцелянових виробів (поч. ХІІІ ст.). Одразу після ІІ-ої світової війни різко зростає попит на плитку, як і на інші будівельні матеріали. У той час у районі Сассуоло було лише кілька підприємств, що виготовляли плитку для місцевого ринку. У 1955 р. у цьому районі було 14 виробників керамічної плитки, а у 1962 р. уже 102.

Спочатку ці підприємства залежали від імпортованої білої англійської глини та імпортного обладнання (зі США, Німеччини (печі, преси), Франції).

З часом італійці навчилися модифікувати обладнання з метою використання місцевої червоної глини. Як наслідок – зростання власного машинобудування для потреб виробників керамічної плитки. У середині 80-х рр. ХХ ст. тут уже працює приблизно 200 виробників обладнання (60% з них зосереджено в районі Сассуоло).

Стрімке зростання конкуренції зумовило боротьбу за зниження виробничих витрат. У кінцевому підсумку це вилилось у технологічний прорив – швидке одноразове випікання керамічної плитки, при якому відбувається гартування плитки та фіксування глазурі. І усе це при одному проходженні через випалювальну піч. До цього за технологією плитка двічі проходила через піч. Як наслідок інновацій – чисельність робітників скоротилася з 225 до 90 чол., а цикл виробництва плитки скоротився з 16-20 год. до 55 хв. [8, с. 176-181].

В Україні проблеми національної конкурентоспроможності набули особливої гостроти і потребують детального аналізу з метою вироблення конструктивної позиції уряду і прийняття на цій основі продуктивних конкретних рішень суб'єктами внутрішньої і зовнішньої економічної політики. Актуальність дослідження макроконкурентоспроможності підвищується в умовах формування багатополюсності світової економіки і зміни геополітичної ролі тої чи іншої держави. Головними ж чинниками національної конкурентоспроможності сьогодні є: обсяг інвестицій у нові технології, обсяг інвестицій у «людський капітал», характер економічного середовища (сприятливість для виникнення і дифузії нововведень), лібералізація зовнішньоекономічних зв'язків і розвиток відкритої, заснованої на суворих правилах, багатосторонньої системи міжнародної торгівлі.

Курс на підвищення конкурентоспроможності країни потребує координації інвестицій в технології з одночасним розвитком «людського капіталу», без якого останнє не буде мати адекватного кадрового забезпечення. Саме знання, закріпленні у «людському капіталі» і технологіях сприймаються зараз як рушій продуктивності і економічного зростання [див. 5, с. 149]. І саме недооцінка людського чинника у забезпеченні конкурентоспроможності є головною помилкою. І тут не можна не погодитися з уже цитованим Д. Корчинським: «Ми слабкі, коли нам подобаються їхні ресторани, їхні речі, їхні схеми, а особливо, коли ми подобаємося їм» [9, с. 18].

Конкурентоспроможність галузі

Під **конкурентоспроможністю галузі** слід розуміти ефективність роботи окремої галузі національної економіки, оцінюваної, крім традиційних критеріїв, за показниками, що характерні й описують ступінь її стійкості та динамічності у змінних умовах розвитку економіки як країни, так і світового господарства в цілому.

У сучасних умовах економічне зростання будь-якої країни неможливе без всебічного включення у міжнародний поділ праці за рахунок стимулювання розвитку потенційно конкурентоспроможних на світовому ринку галузей. Відтак важливим чинником економічного розвитку галузей і промисловості загалом є спроможність галузей своєчасно реагувати на економічні, технічні та інформаційні зміни, що відбуваються у світі під впливом процесів глобалізації та економічної інтернаціоналізації. Ці обставини змушують поглянути на конкурентоспроможність галузі з позиції міжнародної конкуренції. ***Міжнародна конкурентоспроможність галузі*** – «здатність національної галузі промисловості забезпечувати високий рівень задоволення власними товарами певної суспільної потреби порівняно з конкурентами, утримувати та зміцнювати стійкі позиції на певних сегментах світового ринку та забезпечувати прибутковість на основі раціонального використання ресурсів в умовах інтернаціоналізації» [19, с. 5].

Конкурентоспроможність галузі визначається наявними у неї технічними, економічними і організаційними умовами для створення, виробництва й збуту (з витратами, що не перевищують інтернаціональних) продукції високої якості, здатної задовольняти вимоги конкретних груп споживачів. Конкурентоспроможність галузі передбачає наявність конкурентних переваг у зіставленні з аналогічними зарубіжними галузями. Такі конкурентні переваги можуть виражатися у наявності раціональної галузевої структури, групи висококонкурентних підприємств-лідерів, що підтягають інші підприємства галузі до свого рівня; налагодженої дослідно-конструкторської й прогресивної виробничо-технологічної бази, розвиненої галузевої інфраструктури; гнучкої системи науково-технічного, виробничого, матеріально-технічного й комерційного співробітництва як усередині галузі, так і з іншими галузями як у країні, так і за її межами, ефективної системи розподілу продукції.

Конкурентоспроможність галузі найчастіше оцінюють, застосовуючи такі показники чи їх комбінації:

- продуктивність праці;
- рівень оплата праці;
- капіталомісткість і наукомісткість;
- технічний рівень продукції;

- сукупність знань і наукових досягнень, необхідних для самостійного освоєння нової продукції та її відтворення;
- обсяг технічних баз для реалізації наукових проектно-конструкторських розробок;
- рівень експортної орієнтації або імпортної залежності галузі;
- ступінь відповідності рівня розвитку галузі загальному рівню розвитку національної економіки;
- ступінь використання продукції в різних галузях національної економіки.

Зазначений перелік показників може бути змінений або доповнений з урахуванням галузевої специфіки.

Конкурентні переваги будь-якої галузі багато у чому схожі, а найчастіше їх визначаються конкурентними перевагами фірм, підприємств та організацій, що формують ту чи іншу галузь.

Конкурентоспроможність підприємницьких структур

Питання конкурентоспроможності фірми і конкурентоспроможності продукції більш детально розглядаються у наступних темах дисципліни, а тому обмежимося лише окремими її визначеннями:

1) **конкурентоспроможність фірми, підприємства чи організації** – це відносна характеристика, що відображає відмінності суб'єкта господарювання від конкурентів у ступені задоволення своїми товарами (послугами) потреб споживачів, а також засвідчує можливості і динаміку пристосування до змінних умов ринкової конкуренції.

2) **конкурентоспроможність підприємства** – здатність виробляти і реалізовувати продукцію швидко, дешево, якісно, продавати у достатній кількості, при високому технологічному рівні обслуговування [16, с. 28];

3) **конкурентоспроможність фірми** – це її здатність випускати конкурентоспроможну продукцію, перевага фірми стосовно інших фірм галузі як у країні, так і за її межами [28, с. 189];

4) **конкурентоспроможність фірми** визначається «здатністю в умовах, що склалися, проектувати, виготовляти та збувати товари, які за ціновими та неціновими характеристиками є більш привабливими для споживачів, ніж товари їх конкурентів. З іншого боку, конкурентоспроможним, як правило, є те підприємство, що тривалий час може залишатися прибутковим в умовах ринкової економіки» [18, с. 330];

5) **конкурентоспроможність підприємства** – «здатність у реальному масштабі часу та у перспективі формувати і використовувати систему знань, умінь і

навичок спільного зі споживачем творення принадного для нього продукту, випереджаючи за часом теперішніх і можливих конкурентів» [29, с. 101].

Конкурентоспроможність продукції (послуг)

Конкурентоспроможність продукції (послуг) – це сукупність споживчих і вартісних характеристик виробленої продукції (послуг), що дозволяє їй витримати конкуренцію на конкретному ринку і в певному проміжку часу.

Конкурентоспроможність продукції як характеристика, що відображає її відмінність від товару-конкурента як за мірою відповідності конкретній суспільній потребі, так і за рівнем витрат на її задоволення.

5. Формування конкурентного середовища в Україні

Як відомо, дієвість ринкових механізмів значною мірою визначається розвиненістю конкурентного середовища. Україна, задекларувавши ринковий шлях розвитку економіки, не могла оминути питань пов'язаних з формуванням зasad конкурентної співпраці між економічними суб'єктами.

Так, статтею 42 Конституції України не допускаються зловживання монопольним становищем на ринку, неправомірне обмеження конкуренції та недобросовісна конкуренція; статтею 92 передбачено, що виключно законами України визначаються правила конкуренції та норми антимонопольного регулювання [27, ст. 42, 92]. На початку 90-х років ХХ ст. в Україні було прийнято закони «Про Державну програму демонополізації економіки і розвитку конкуренції», «Про обмеження монополізму та недопущення недобросовісної конкуренції у підприємницькій діяльності», які на сьогодні втратили чинність. Натомість чинними є пізніші закони у сфері регулювання конкуренції та конкурентних відносин: «Про захист від недобросовісної конкуренції» (1996 р.) [32], «Про захист економічної конкуренції», (2001 р.) [4]; Господарський кодекс України (Гл.3. «Обмеження монополізму та захист суб'єктів господарювання і споживачів від недобросовісної конкуренції») [31, ст. 25-41] та ін.

Однак, незважаючи на те, що в Україні прийнято низку законодавчих актів щодо створення засад конкурентної співпраці; створено громадську організацію «Рада конкурентоспроможності України» (2005), Євросоюзом та США надано статусу держави з ринковою економікою (2006), говорити про умови рівноправної конкуренції ще зарано. Ось як про цю проблему висловивлювалися урядовці: «Нам конче потрібно змінювати правила гри в цілому, створювати рівноправні умови для

прозорої і ринкової конкуренції, щоб успішність бізнесмена визначалася не наближеністю його до того чи іншого кабінету, а рівнем менеджменту та маркетингу, талантом...» [30, с. 16]. Бо сьогоднішні реалії часто не на користь останнього. І культивується такий стан справ на всіх рівнях управління – чи то державному, чи місцевих. Бо, скажімо, за рівнем корупції і організованої злочинності Україна у 2000 р. за індексом міжнародної неурядової організації «Transparency International» займала 3-те місце (*одне з найгірших*) серед 90 обстежених країн [34]. Сьогодні ж ця організація, змінивши методику обчислення, використовує індекс сприйняття корупції. За цим показником Україна у всесвітньому рейтингу CPI у 2018 р. здобула 32 бали зі 100 можливих і посіла 120 місце (зі 180 обстежених країн). Це на 2 бали більше та на 10 позицій вище, ніж у минулому році (2017 – 30 балів, 130 місце зі 180 країн; 2016 – 29 балів, 131 місце зі 176 країн) [34].

Чим вищий рівень конкурентоспроможності національної економіки, тим вищий рівень життя у цій країні. Якщо ж говорити про Україну, то за результатами досліджені Всесвітнього економічного форуму (м. Давос, Швейцарія) у **2017-2018** р. за **рівнем глобальної конкурентоспроможності** (The Global Competitiveness Index – GCI) наша держава серед 140 обстеженої країни посіла **81** місце (2006 р. – 69 серед 125 країн, у 2007 р. – 69/125, 2008-2009 – 72/134, 2009-2010 – 82/133, 2010-2011 – 89/139, 2011-2012 – 73/142, 2012-2013 – 73/144, 2013-2014 – 84/148, 2014-2015 – 76/144, 2015-2016 – 79/140, 2016-2017 – 85/140). Вказаний показник є синтетичним і його остаточна величина залежить від низки інших показників (1/3 – статистичних, 2/3 – експертних оцінок), на основі яких обчислюються 12 найголовніших. Вони спочатку оцінюються окремо і включаються у 3 групи показників. Їх склад і місце, що посіла Україна, наведено нижче:

1) **базові складові конкурентоспроможності** (Basic requirements) – **96**-е місце (2016-2017 – 102; 2015-2016 – 101; 2014-2015 – 87; 2013-2014 – 91-е, 2011-2012 – 98-е, 2010-2011 – 102-е, 2009-2010 – 94-е; 2008-2009 – 86-е; 2007 – 90-е ; 2006 – 86-е):

– державні і суспільні інститути (Institutions) – 118-е місце (2016-2017 – 129; 2015-2016 – 130; 2014-2015 – 130; 2013-2014 – 137-е, 2011-2012 – 131-е, 2010-2011 – 134, 2009-2010 – 120-е; 2009 – 115-е; 2007 – 115-е; 2006 – 104-е);

– інфраструктура (Infrastructure) – 78-е місце (2016-2017 – 75; 2015-2016 – 69; 2014-2015 – 68; 2013-2014 – 68-е, 2011-2012 – 71-е, 2010-2011 – 68, 2009-2010 – 78-е; 2008-2009 – 79-е; 2007 – 77-е; 2006 – 69-е);

– макроекономічна стабільність (Macroeconomic stability) – 121-е місце (2016-2017 – 128; 2015-2016 – 134; 2014-2015 – 106; 2013-2014 – 107-е, 2011-2012 – 121-е, 2010-2011 – 132-е, 2009-2010 – 106-е; 2008-2009 – 91-е; 2007 – 82-е; 2006 – 74-е);

– охорона здоров'я і шкільна освіта (Health and primary education) – 53-е місце (2016-2017 – 54; 2015-2016 – 45; 2014-2015 – 43; 2013-2014 – 62-е, 2011-2012 – 74-е, 2010-2011 – 66, 2009-2010 – 68-е; 2008-2009 – 60-е; 2007 – 74-е; 2006 – 94-е);

2) **підвищення ефективності економіки** (Efficiency enhancers) – 70-е місце (2016-2017 – 74; 2015-2016 – 65; 2014-2015 – 67; 2013-2014 – 71-е, 2011-2012 – 74-е, 2010-2011 – 72-е, 2009-2010 – 68-е; 2008-2009 – 58-е; 2007 – 66-е; 2006 – 69-е):

– вища освіта та фахова підготовка (Higher education and training) – 35-е місце (2016-2017 – 33; 2015-2016 – 34; 2014-2015 – 40; 2013-2014 – 43-е, 2011-2012 – 51-е, 2010-2011 – 46-е, 2009-2010 – 48-е; 2008-2009 – 43-е; 2007 – 53-е; 2006 – 48-е);

– ефективність товарних ринків (Goods market efficiency) – 101-е місце (2016-2017 – 108; 2015-2016 – 106; 2014-2015 – 112; 2013-2014 – 124-е, 2011-2012 – 129-е, 2010-2011 – 129-е, 2009-2010 – 109-е; 2008-2009 – 103-е; 2007 – 101-е; 2006 – 80-е);

– ефективність ринку праці (Labor market efficiency) – 86-е місце (2016-2017 – 73; 2015-2016 – 56; 2014-2015 – 80; 2013-2014 – 84-е, 2011-2012 – 61-е, 2010-2011 – 54-е, 2009-2010 – 49-е; 2008-2009 – 54-е; 2007 – 65-е);

– розвиненість фінансового ринку (Financial market sophistication) – 120-е місце (2016-2017 – 130; 2015-2016 – 121; 2014-2015 – 107; 2013-2014 – 117-е, 2011-2012 – 116-е, 2010-2011 – 119-е, 2009-2010 – 106-е; 2008-2009 – 85-е; 2007 – 85-е);

– технологічний розвиток (Technological readiness) – 81-е місце (2016-2017 – 85; 2015-2016 – 86; 2014-2015 – 85; 2013-2014 – 94-е, 2011-2012 – 82-е, 2010-2011 – 83-е, 2009-2010 – 80-е; 2008-2009 – 65-е; 2007 – 93-е; 2006 – 90-е);

– місткість ринку (Market size) – 47-е місце (2016-2017 – 47; 2015-2016 – 45; 2014-2015 – 38; 2013-2014 – 38-е, 2011-2012 – 38-е, 2010-2011 – 38-е, 2009-2010 – 29-е; 2008-2009 – 31-е; 2007 – 26-е);

3) **інноваційні і модернізаційні чинники** (Innovation and sophistication factors) – 77-е місце (2016-2017 – 73; 2015-2016 – 72; 2014-2015 – 92; 2013-2014 – 95-е, 2011-2012 – 93-е, 2010-2011 – 88-е, 2009-2010 – 80-е; 2008-2009 – 66-е; 2007 – 75-е; 2006 – 78-е):

– розвиненість бізнес-процесів (Business sophistication) – 90-е місце (2016-2017 – 98; 2015-2016 – 91; 2014-2015 – 99; 2013-2014 – 97-е, 2011-2012 – 103-е, 2010-2011 – 100-е, 2009-2010 – 91-е; 2008-2009 – 80-е; 2007 – 81-е; 2006 – 76-е);

– інновації (Innovation) – 61-е місце (2016-2017 – 52; 2015-2016 – 54; 2014-2015 – 81; 2013-2014 – 93-е, 2011-2012 – 74-е, 2010-2011 – 63-е, 2009-2010 – 62-е; 2008-2009 – 52-е; 2007 – 65-е; 2006 – 73-е) [6].

Серед центрів дослідження конкурентоспроможності слід назвати Міжнародний інститут розвитку менеджменту (IMD-Lausanne, м. Лозанна, Швейцарія). Їхнім рейтингом охоплено 60 найрозвиненіших країн, які оцінюються за 314 показниками (2/3 – офіційна статистика і 1/3 – оцінки експертів). Такий підхід

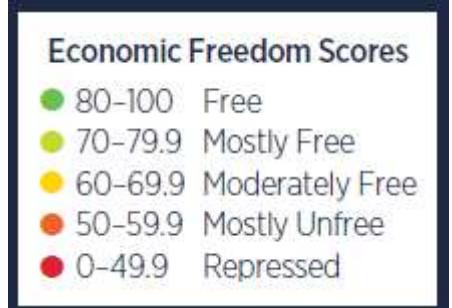
«робить IMD більш об'єктивним, але водночас і більш консервативним» [14, с. 7]. До 2006 р. Україна до числа найуспішніших країн, на погляд IMD, не входила. 2007 року Україна вперше увійшла до щорічного рейтингу конкурентоспроможності країн IMD – World Competitiveness Yearbook-2007 і посіла там 46-те місце з-поміж 55 прорейтингованих країн, у 2019 р. – 54-е місце з 63 країн [22] (2018 – 59/63, 2017 – 60/63, 2016 – 59/61, 2015 – 60/61, 2014 – 49/60, 2013 – 31-е, 2012 – 56/59, 2010 – 57/58, 2009 – 56/57 країн; 2008 – 54 місце) [15; 22].

Чинники, що виносяться на розгляд усіх вказаних рейтингів є складовими, що дозволяють встановити здатність країни до економічного зростання або ж, іншими словами, її конкурентоспроможність. Складається враження, що в Україні, як перше, так і друге перебувають у зародковому стані. А наведений масив даних засвідчує, що питанням формування повноцінного цивілізованого конкурентного середовища в Україні не те що не відводиться належна увага, але й гальмуються процеси його становлення.

Які ж причини того, що в Україні конкурентне середовище створюється надто повільно, а сам процес часто набирає прямо протилежних ознак?

1. Українське суспільство так і не подолало вад колишньої радянської системи управління економікою держави і на сьогодні вона залишається домінуючою у здійснюваній економічній політиці держави, перебуваючи ще й під сильним тиском олігархічних кланів і структур.

Так, за даними, складеними стратегічним дослідницьким інститутом Heritage Foundation (США) і виданням The Wall Street Journal на початок 2019 р. Україна за рівнем економічних свобод посіла 147 місце зі 180 країн. Це вже другий рік поспіль як Україна за цим показником перейшла в групу країн з переважно невільною (mostly unfree) економікою (2018 – 150/180).



До цього, починаючи з 2009 р. і аж до 2016 р. Україна перебувала серед країн з репресивною (repressed) економікою (2017 – 166/180, 2015 і 2016 – 162/178). Зокрема у звіті «Index of economic freedom» говориться: «У процесі переходу до великої економічної свободи Україна відстає від інших європейських країн, особливо щодо створення підприємницького середовища й викорінення корупції». За індексом економічної свободи у 2019 р. Україна набрала 52,3 бали зі 100 можливих. Рейтинг країн з вільною (free) економікою складається з 5 країн: Гон Конгу (90,2), Сінгапур (89,4), Нової Зеландії (84,4), Швейцарії (81,9), Австралії (80,9), Ірландії (80,5) [35].

Згідно з дослідженнями Всесвітнього економічного форуму (м. Давос) Україна у 2017-2018 рр. посіла 81-е місце серед 140 обстежених країн за рівнем урядового регулювання бізнесу і 111-у сходинку за рівнем фаворитизму у рішеннях державних чиновників [6, с. 297]. З цього приводу слушним є твердження директора директ-маркетингової агенції Os-Direct Валентина Калачника: «Економіку країни, де понад 45% ВВП перерозподіляється через бюджетні фонди, половина економічної активності населення в тіні, де хоч трохи серйозний бізнес робиться в кабінетах держчиновників, не можна назвати ринковою» [36, с. 10].

Ця система базується на дотриманні старих принципів і методів керівництва, підтримуванні неефективних пропорцій, диспаритетності розвитку суб'єктів господарювання тощо. Тобто спостерігається свідома експлуатація старої методологічної бази. І як наслідок – розвиток й поширення тіньового сектору економіки. «В країні не менше 50%, а за деякими даними 75-80% економіки є нелегальною, тобто «крутиться» поза офіційною статистикою, а, щонайменше 40% населення отримує ті чи інші прибутки від неї» [37, с. 11].

До сказаного слід додати, що в Україні тривалий час невпинно зростала й чисельність державних чиновників. Якщо у 1989 р. їх налічувалося близько 300 тис. чол., у 2005 р. – 339016 чол., у 2009 р. – 384197 осіб, то лише на початок 2013 р. заледве скоротилася до 372856 осіб [38]. Проте ненадовго. «Говорять про ринкові реформи, – зауважує Я. Поліщук, – а помножують чиновницький апарат. ... Затята війна з корупцією поєднується із призначенням провідних корупціонерів на дедалі вищі посади» [39, с. 82]. Проте, слід зазначити, що за словами колишнього міністра юстиції Павла Петренка (2014) в Україні мали звільнити від 75 до 125 тисяч держслужбовців [40]. Про це ж говориться і нині... Але, як засвідчують дані Національної агенції з питань державної служби чисельність держслужбовців і чиновників усіх рівнів зросла у 2015 р. до 380257 осіб.

На сьогодні Україна утримує один з найдорожчих і найчисельніших парламентів світу. «Загальна чисельність нардепів – 450 – є нічим не обґрунтованою, вона в три і шість разів більша (пропорційно до чисельності населення), ніж депутатів у парламентах Росії і Китаю відповідно» [33, с. 29].

2. В українській економіці, попри всю декларативність боротьби з монополізмом, не тільки не створено, але й не створюються засади конкурентного середовища. За даними уже згадуваного Всесвітнього економічного форуму Україна у 2017-2018 рр. серед 140 країн посіла 124-у сходинку за ефективністю антимонопольного регулювання економіки, а за рівнем домінування на ринку – 106-у [6, с. 297].

Економіка України залишається монополізованою, її промисловий потенціал формують галузеві монополістичні та олігополістичні структури. (Можливо у цьому немає нічого дивного, адже світові тенденції характеризуються схожими процесами. Так, за даними американського журналу «The Economist», 80% світового випуску продукції контролюється 1000 найкрупніших корпорацій [41, с. 121]).

Більше того, спостерігаються тенденції щодо монополізації окремих виробництв. Шляхи монополізації ринків різняться між собою, проте все відчутнішим є їх політична складова. Показовою у цьому плані є Постанова КМУ № 672 від 28.07.2010 р. «Про утворення Державного підприємства спиртової та лікеро-горілчаної промисловості» [43], згідно з якою усі вітчизняні спиртзаводи перетворені на структурні підрозділи ДП «Укрспирт». Останнє централізовано займається господарською діяльністю і проводить розрахунки. «Укрспирту» надано право здійснювати оптову торгівлю спиртом на внутрішньому ринку і продавати його на експорт, тобто воно самостійно знаходить покупців спирту, купує сировину для його виробництва, встановлює відпускну ціну продукту. Сьогодні в структурі ДП «Укрспирт» перебуває «41 МПД (місце провадження діяльності) або заводи», у т. ч. 9 з Тернопільщини.

Інший не менш цікавий приклад – «всеукраїнські компанії, що працюють на ринках із динамічною конкуренцією та мають істотні частки охоплення споживачів. Наприклад, «Київстар» та МТС, згідно з iKS-рейтингом операторів стільникового зв’язку за червень 2012 року, ділять між собою відповідно 45,8% і 35,3% галузі. Крім них до рейтингу включено ще п’ять компаній: life:), Інтертелеком, Укртелеком, Peoplenet та ITC. Трендом 2010–2012 років стало посиленням ознак монополізації цього сектору. Кожен із двох згаданих вище найпотужніших гравців контролює понад 35% ринку, визначених законодавством як критерій для монополії. Донедавна між ними спостерігалася потужна конкуренція за нових абонентів. Однак останнім часом, ймовірно з огляду на насичення і навіть певні ознаки перенасичення ринку, а також на той факт, що обидві компанії віднедавна контролюють росіяни, стали з’являтися дедалі очевидніші ознаки їхніх скоординованих дій, які, зокрема, вилилися в невиправдано різке підвищення тарифів на мобільний зв’язок навесні-влітку 2012-го» [44].

Ретроспекція

Згідно з даними Антимонопольного комітету України (АМКУ) частка монопольного сектора у ВВП становить близько 40%. На 1.01.2003 р. на 6951 товарному ринку монопольне становище занимали 4689 суб’єктів господарювання. З них 374 суб’єкти мали монопольне становище на 560 загальнодержавних ринках і 4315 – на 6391 регіональному товарному ринку [42, с. 4].

Процеси монополізації спостерігаються впродовж двох останніх десятиліть у більшості галузей промисловості. Так, наприклад на сьогодні в Україні налічується понад 150 фармацевтичних підприємств. Близько 2000 р. із загальної маси виділилось 5 провідних підприємств, котрі зараз формують близько 70% обсягу національного виробництва лікарських препаратів. Відтак, цілком закономірно, що у 2012 р. «Антимонопольний комітет визначив вісім компаній на ринку роздрібної торгівлі лікарськими засобами з ознаками зловживання монопольним становищем» [44].

У броварній промисловості з-понад 35 підприємств за даними 2014 р. 5 компаній зосередили виробництво 96,7 % пива (з них 3 компанії – 85,7 %):

AB InBev (ТМ «Чернігівське», «Bud», «Янтар», «Рогань», «Stella Artois», «Staropramen», «Beck's» та ін.) – 34,7%; **Carlsberg Ukraine** (ТМ «Львівське», «Славутич», «Арсенал», «Tuborg», «Holsten», «Carlsberg» та ін.) – 29,1%; **«Оболонь»** (ТМ «Оболонь», «Hike», «Carling», «Zibert», «Zlata Praha», «Жигулівське», «Охтирське» та ін.) – 21,9 %; **Альянс Efes i SABMiller** (ТМ «Сармат» и «Velkopopovický Kozel») – 6,8%; **Альянс ППБ і Oasis CIS** (ТМ «Перша приватна броварня», «Галицька корона», «Жигулі Барне», «Закарпатське», Stare Misto та ін.) – 4,2 %; інші виробники пива – 3,3 % [102];

Ринок тютюнових виробів у 2002 р. у його легальній частині на 94 % контролювався 4 підприємства з іноземними інвестиціями: «Reemtsma Україна» з Черкаською тютюновою фабрикою, що їй належить – 29%, «Philips Morris Україна» (Харківська тютюнова фабрика) і ВАТ «Прилуки» (належить компанії British American Tobacco) – 27,9%, «J.T. International» (Кременчуцька тютюнова фабрика) – 10,8%. «У кінці 2010 р. в Україну зайшла російська компанія «Мегаполіс». Усього за півтора року вона взяла під контроль усю гуртову торгівлю сигаретами в Україні. Інших продавців практично не залишилось» [45]. У 2013 році фабрики чотирьох транснаціональних компаній («Філіп Морріс Україна», «Джей Ті Интернешнл Україна», «В.А.Т.-Прилуки» та «Імперіал Тобакко Продакшн Україна») на 95-97% формували внутрішній тютюновий ринок. Показовим є те, що усі чотири великих постачальники працюють із роздрібом через одного-єдиного дистрибутора – компанію «Тедіс Україна» (до 2016 р. – «Мегаполіс Україна») [47]. Сьогодні весь тютюновий ринок України на 90% замонополізований одним дистрибутором – компанією ТОВ «Тедіс Україна» («Мегаполіс»¹) [46].

¹ Компанії «Мегаполіс» (нині ТОВ «Тедіс Україна») ще за Януковича зайняла фактично монопольну позицію на українському ринку продажу сигарет. Вони викуплюють за довгостроковими контрактами фактично весь товар, що виготовляється в Україні «Великою четвіркою» тютюнових компаній, – British American Tobacco, Japan Tobacco Inc, Imperial Tobacco Group і Philip Morris – і далі легко і невимушено продають його великому і дрібному рітейлу, забираючи собі більшу частину прибутку цього ринку. Тобто, вони поводяться так, як поводилися компанії-монополісти до ухвалення антимонопольного закону в США на початку ХХ століття. Якщо яка-небудь мережа рітейла не погоджується на їхні драконівські умови, то вони не поставляють їй сигарет взагалі. Купувати сигарети безпосередньо у виробників, згідно з договорами на ексклюзив, підписаним «Мегаполісом», навіть у крупних рітейлерів на українському ринку можливості немає. Таким чином, «Мегаполіс», на фінансовому жаргоні, просто загнав цей ринок у кут. Кілька місяців тому «Мегаполіс», в рамках реалізації своєї драконівської цінової стратегії, взагалі позбавив права продажу сигарет такого крупного гравця, як "METRO". Зараз вони, ніби, помирилися, але декілька місяців у Метро взагалі не продавалися сигарети, і мережа від цього дуже страждала, судячи з падіння виручки за той період.

Але монополізм – це ще півбіди! Це не найголовніше, хоча і погане! Найцікавіше, що український дистрибутор «Мегаполіс» є дочірньою компанією російського дистрибутора «Мегаполіс», що контролює 70% тютюнового ринку Росії. Основними співвласниками групи, за даними російського Forbes, є Ігор Кесаєв і Сергій Кацієв. У 2013 році вони продали за \$1,5 млрд 40%-у частку в компанії транснаціональним корпораціям сигарет Japan Tobacco Inc і Philip Morris International. За інформацією Forbes частину коштів від операції вони інвестували в компанії, що виготовляють... зброю. Зокрема, Forbes називає Ігоря Кесаєва «основним власником» заводу ім. Дегтярьова, що виготовляє все, – від стрілецької до зенітної зброї!

Аналогічна ситуація спостерігається практично у більшості галузей виробництва (див. мал. 1).



Мал. 1. Динаміка рівня конкуренції-монополізації ринків України [44]

«За офіційними даними Антимонопольного комітету, у 2010 році рівень монополізації зріс у 29 галузях, зокрема газовій, електроенергетиці, імпорті нафтопродуктів, гірничо-металургійному комплексі та хімічній промисловості» [44].

З іншого боку показово-симптоматичним є й дещо інший приклад. Книжковий ринок України на 95% «колонізований літературою сусідньої держави» [48, с. 25]. І таких прикладів доволі.

Протягом останніх 27-ти років у структурі національної економіки України не відбулося значних структурних зрушень. Більше того, можна стверджувати, що рівень конкуренції з року в рік знижується. Так, при абсолютному зростанні кількості малих підприємств в Україні з 173404 у 1998 р. до 323032 у 2017 р., у тому числі у промисловості з 26166 до 37422 (**44580 – 2007!**) [49], частка їх продукції в загальному обсязі виробленої продукції протягом цього ж періоду є невисокою. Викликає певний подив й особливість подачі статистичного матеріалу органами Держкомстату України. Зокрема розбіжності щодо частки продукції малих підприємств у статистичних щорічниках України за 2007, 2008 і 2010 рр. (див. табл. 1).

Таблиця 1

Розвиток малого бізнесу на Україні впродовж 2000-2016 рр. [49]

Показники	2000	2003	2004	2005	2006	2007	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Кількість малих підприємств	217930	272741	283398	295109	305398	324011	377200	357241 320600	354283 319200	344048	373809	324592	327814	291118	323032	
у т.ч. в промисловості	34497	43303	44118	44835	44295	44580		41370	41069	37156	43840	37752	37626	34275	37422	
Середньорічна чисельність найманих працівників МП, тис. чол. / %	1709,8	2034,2	1928,0	1834,2	1746,0	1674,2 2324,7	2067,8 2227,4	2043,7 26,1%	2011,8 26,1%	1951,6 25,7%	1891,8 26,0%	1583,0 25,6%	1466,3 25,4%	1522,9 26,8%	1554,7 27,4%	
у т.ч. в промисловості, тис. чол.	362,9	446,8	402,7	373,4	409,7	394,1 403,3	366,2 375,2	351,4 362,7	337,1 347,6	325,6 335,4	336,1	276,5	266,7	269,9	287,5	
Кількість найманих працівників у розрах. на одне МП, осіб	8	7	7	6	6	6	6	6	6	5,6	5,1	4,8	4,4	5,2	8,9	
Частка продукції МП в заг. обсягах реалізованої продукції в Україні, %	8,1	6,6	5,3	5,5	4,8 18,8 ?	4,4 18,2 ?	16,8	16,9 14,4	15,2 13,1	16,0 15,9	16,6	16,9	18,2	19,7	19,3	
Частка продукції МП в обсягах реалізованої промислової продукції, %	2,8	2,9	2,4	2,3	2,1 5,1 ?	1,9 5,0 ?	5,2	4,6 4,4	4,2 4,0	4,8 4,9	5,2	5,4	6,3	6,5	6,8	
Кількість МП на 10 тис. наявного населення	44	57	60	63	66	70 84	82	78 70	77 70	76	82	75	76	68	75	

Проте навіть «уточнені» статистичні дані відображають динаміку, яка за темпами зміни і досягнуими величинами є ще досить далекими від оптимального рівня. Як засвідчує досвід економічно розвинених країн, повноцінне конкурентне середовище можливе за умови, що частка продукції малого бізнесу у валовому національному продукті становитиме 30 – 70% [50, с. 230; 51, с. 22]. Зокрема, у США цей показник становить приблизно 40% [51, с. 22], у Німеччині – 50% [51, с. 25]. В Україні ж економічна політика на сучасному етапі зумовила зростання частки продукції МП, хоча в загальних обсягах реалізації продукції цей показник ще не перевищував 20%.

Як стверджує уже АМКУ, демонополізація проведена в агропромисловому і паливно-енергетичному комплексах (!!!), легкій, деревообробній промисловості. Конкурентне середовище створено у торговлі, громадському харчуванні, побутовому обслуговуванні [42, с. 4].

3. Зберігається незбалансованість галузевої структури. Як наслідок – в Україні штучно створено дефіцит практично у всіх сферах економіки при одночасному запровадженні механізмів персонального задоволення дефіцитності. На тлі значного поширення цих процесів цілком об'єктивною є картина тіньової експансії в національну економіку, яка до того ж поширюється на всі сфери і види діяльності. Адже, доляючи дефіцит, «виникає таким чином реальна можливість заробити на цьому значні кошти і залучити їх в подальший обіг з метою збільшення капіталів» [52, с. 61]. А отже, можна стверджувати, що владні структури не зацікавлені ні у розвитку конкурентного середовища, ні у подоланні незбалансованості та дефіцитності економіки, оскільки на цьому базується її стійкість і життєздатність.

4. В Україні відсутні паритетні умови розвитку для суб'єктів економічних відносин через систему податкових пільг, субсидування, пільгового кредитування тощо. «Патерналістська політика, яка була властива колишньому СРСР, повною мірою була збережена в кращих традиціях у незалежній Україні» [52, с. 66]. На переконання Т. Метельової, з яким важко не погодитися, «складається враження, що кількість фірм, бізнесових структур та осіб, для яких робилися «винятки з правил», значно перевищувала змушених грati за правилами. Утім, є підстави вважати, що стратегія «вирошування власних великих бізнесменів», (які згодом отримали називу «олігархи») у власних надрах й одночасного нехтування інтересами

Ретроспекція

Так, на початок 2000 р. загальна сума наданих фізичним і юридичним особам пільг досягла 34,4 млрд. грн. У сукупності це перевищує суму всіх бюджетних надходжень за 1998 р. (28,9 млрд. грн.). Кількість суб'єктів-пільговиків перевищила 100 тисяч [53, с. 23].

й можливостями малого й середнього бізнесу була прийнята на озброєння цілком свідомо» [54, с. 89]. У цьому плані тіньову діяльність легальних підприємств, за якими «ніхто не стойть», можна розглядати як один з методів недобросовісної але ефективної конкурентної боротьби. «Життя в тіні – це природна відповідь суспільства на продажність влади і олігархічність економіки, на відсутність чесного шансу і соціальних ліфтів» [55].

5. Зберігається витратність виробництва, що закладена в діючу систему як організації виробництва, так і реалізації товарів. За підсумками 2011 р. операційні витрати на одиницю виробленої продукції в промисловості України складали 95,0 коп./грн. (2004 – 93,5 [49], у 2005 р. – 93,4, у 2006 р. – 94,3, 2007 – 93,7, 2008 – 93,9, 2009 – 97,1, 2010 – 95,9). Протягом останніх 80 років практично не зазнала значних змін й сама структура витрат (див. табл. 2).

Таблиця 2
Динаміка структури собівартості продукції промисловості України, %

Витрати Роки	Матеріальні витрати	Амортизація	Заробітна плата і нарахування	Інші операційні витрати
1932	53,5	3,5	35,6	7,4
1940	70,4	2,2	22,4	5,0
1955	72,3	3,4	21,2	3,1
1965	73,7	5,0	18,0	3,3
1975	75,0	5,7	14,8	4,3
1985	74,5	8,5	14,1	2,9
1990	70,8	10,9	15,3	3,0
1995	66,4	2,5	17,0	14,1
1998	67,4	6,6	15,1 (10,6/4,5)	10,9
1999	68,5	7,6	13,1 (9,6/3,5)	10,8
2000	67,2	5,8	12,4 (9,2/3,2)	14,6
2001	69,0	5,9	13,9 (10,3/3,6)	11,2
2002	69,2	5,9	15,1 (11,1/4,0)	9,8
2003	71,7	5,1	13,7 (10,1/3,6)	9,5
2004*	68,1	3,7	11,3 (8,2/3,1)	7,6
2005**	66,8	3,6	12,7 (9,1/3,6)	7,8
2006***	65,1	3,6	12,9 (9,4/3,5)	7,6
2007****	65,6	3,6	12,6 (9,1/3,5)	7,3
2008**	65,9	3,4	12,4 (9,0/3,4)	7,8
2009**	61,6	4,6	12,9 (9,3/3,6)	8,4
2010*	64,1	3,7	11,8 (8,5/3,3)	7,7
2011	64,0	3,4	11,3 (8,1/3,2)	7,5
2012	28,1	2,6	8,3 (6,1/2,2)	9,6
2013	?	?	?	?

* вартість товарів та послуг, придбаних для перепродажу та реалізації без додаткової обробки (за роками: 2004 – 9,3%; 2005 – 9,1%; 2006 – 10,8%; 2007 – 10,9%; 2008 – 10,6%; 2009 – 12,5%; 2010 – 12,7%; 2010 – 13,8%); 2012 +51,4% - вартість товарів та послуг, придбаних для перепродажу та реалізованих без додаткової обробки

У структурі собівартості продукції значною залишається частка матеріальних витрат. Продуценти, самостійно формуючи витратну та прибуткову компоненту виробництва, штучно завищують у ціні її витратну частину з метою заниження суми прибуткового податку. Такий стан речей засвідчують перевитрати матеріальних і трудових ресурсів на одиницю продукції. Так, згідно з розрахунками А.В. Базилюк і С.О. Коваленка, обсяги виробництва порівняно з 1990 р. скоротилися майже втричі, чисельність зайнятих в народному господарстві – на 15%, а витрати матеріальних ресурсів – лише на 25%. При цьому матеріаломісткість продукції зросла у 2,5 рази, енергомісткість – у 3 і більше разів. Тобто значна частка матеріальних ресурсів, приблизно 45%, які тепер споживаються, у тому числі дорогі й дефіцитні енергоносії, обслуговують тіньову економіку.

6. Незмінною залишалася ще «радянська» тенденція до зниження у собівартості продукції частки витрат на оплату праці (див. табл. 2), що фактично означає зниження купівельної спроможності населення. У 2012 р. питома вага заробітної плати чи не найнижча протягом останніх 75-ти років. [52, с. 74]. З іншого боку, теперішня сукупна середньодушова доходу в легальній економіці України не забезпечує навіть третини нормальних потреб, не кажучи уже про встановлені соціальні гарантії.

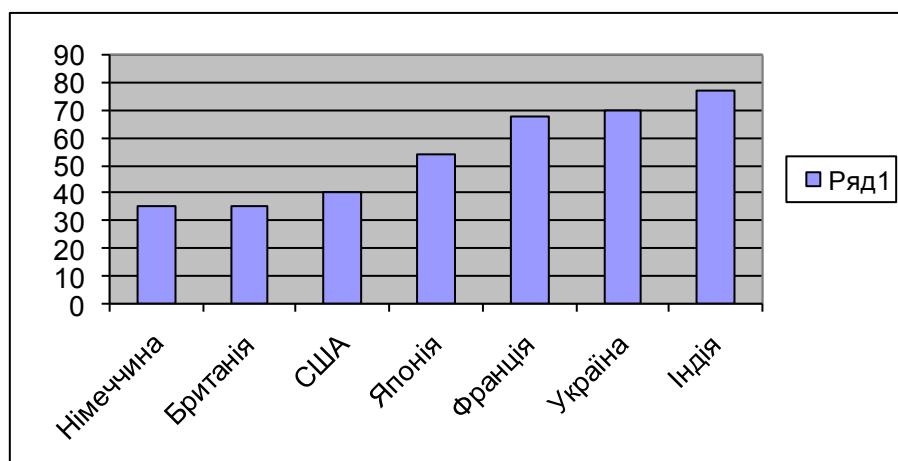
Ситуація ускладнюється й доволі високим рівнем загальної заборгованості з виплати заробітної плати. За даними Державної служби статистики України, загальна заборгованості із виплати зарплати на 1 вересня 2019 року становила 2,74 млрд. грн. Основна частка загальної суми боргу припала на промисловість (73%), транспорт, складське господарство, поштову та кур'єрську діяльність (10,8%).

Високий рівень оподаткування заробітної плати, значне зниження її мінімального рівня стимулює приватних підприємців, керівників підприємств до зниження діючих ставок заробітної плати. Решта ж виплачується за рахунок прихованих джерел: виручки від реалізації неврахованої продукції, продукцією підприємства чи іншими цінностями тощо. Таким чином у «тінь» втягується уже й пересічний виконавець. Як наслідок цих процесів – зростання поляризації в суспільстві, розшарування населення за майновим статусом. «Крадіжки та аморальність зведені мало не до норми суспільної дійсності» [56, с. 82]. А отже, «у влади виникає ідеальна можливість «притиснути» будь-кого: від бабці на вулиці, яка продає кріп чи картоплю (звичайно, не сплачуючи за це податку) до великих бізнесменів з їхніми «мерседесами» й розкішними офісами. Сталінську систему кругової поруки кров’ю замінила новітня система кругової поруки протизаконними вчинками. Виходячи з масштабів того, що відбулося, природно підозрювати у

створенні цієї системи тих, хто в зазначених процесах отримав найбільшу вигоду, насамперед матеріальну» [57, с. 47].

7. Збереження абсолютної влади чиновника, який до того ж не несе жодної відповідальності за скоєне, що робить його діяльність найприбутковішою та найменш ризикованою. Зрозуміло, що таке владне становище утримуватиметься ним за будь-яких обставин. «Україна перетворюється на державу з тотальною владою державного апарату, заснованою на тотальній тіньовій економіці. ... Ця діяльність збережена як обов'язковий елемент функціонування національної економічної системи та обслуговування економічних і політичних інтересів правлячого режиму» [58, с. 82-83]. Наявність корумпованих зв'язків в різних ешелонах влади є серцевиною цієї системи, яка не тільки використовує наявні відкриті шляхи до необхідних змін, але й готує ці зміни. Для цього використовуються найрізноманітніші способи і методи впливу: від лобістського тиску в парламенті України з метою ухвалення чи відхилення того чи того законодавчого акту до невіправданих додаткових відомчих інструкцій і пояснень до законів, що не тільки спотворюють їх зміст, але й забезпечують сприятливі умови для подальшого функціонування тіньової економіки. Реалізація зазначених можливостей посилює вплив тіньової економіки на розвиток суспільних процесів, сприяє зрошенню її з владними структурами та кримінальним світом, робить її практично недосяжною для знешкодження. Як слушно резюмує В. Портніков «сама система управління [в державі] і є корупція... Що це означає на практиці? А от що – що немає ніякого управління без «схем» [55].

До цього слід додати, що Україна характеризується високим індексом владної династії (див. мал. 2). «У нас у сфері культури, так само як і в економіці, є клановість. Якісь клани, знайомі чи родичі, тримають телебачення, ефіри», – говорить О. Скрипка [59, с. 28].



Мал. 2. Індекс владної династії [60, с. 72]

Очевидно, що вказані вище причини зумовили низку негацій, що спостерігаються в економіці України. Зокрема, занадто високою, як для ринкової економіки, залишається частка збиткових підприємств (табл. 3), рівень дебіторської та кредиторської заборгованості суб'єктів господарювання (табл. 4-5):

Таблиця 3

Частка збиткових підприємств в Україні, % [49]

Роки	1997	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Всього	53	37,7	38,2	38,8	37,1	34,8	34,2	33,5	32,5	37,2	39,9	41,0	34,9	35,5	34,1	33,7 (40,1)	44- вел. 26- сер-ні 29-малі	
у т.ч. у промисловості	45	42,2	41,1	41,8	39,9	37,5	36,5	34,7	33,4	39,1	40,7	41,3	37,4	37,6	36,7	36,8 66- вел. 33- сер-ні 26-малі		

Таблиця 4

Дебіторська заборгованість в структурі оборотних коштів України, % [49]

1995	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
28,3	62,1	67,1	65,9	68,5	69,5	67,8	64,9	60,2	59,3	59,2	61,4	64,3	61,7	58,0	58,2	?

Таблиця 5

На підставі сказаного можна стверджувати, що формування повноцінного конкурентного середовища в Україні відбувається надто повільними темпами. Декларувалося одне, а реалізовувалось – інше. Проте це не означає, що найближчим часом у цьому напрямку ніяких позитивних зрушень не буде. Без конкуренції і навичок конкурентної боротьби на внутрішньому ринку українські підприємства не зможуть виходити і опановувати зовнішні та світові ринки, а Україна не те, що ніколи не зможе ввійти в ЄС (бо це не супер-завдання назdogаняти), а найголовніше – не вибудує такої суспільно-економічної системи (збудованої на співробітництві на противагу суперництву), щоб ЄС «просилося» до нас.

Використана література

1. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент / Р.А. Фатхутдинов. – М. : Издательско-книготорговый центр «Маркетинг», 2002. – 892 с.
2. Економічна енциклопедія : у трьох томах. / редкол. : С.В. Мочерний та ін. – К. : Видавничий центр «Академія», 2001. – Т. 1. – 864 с.
3. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление / Р.А. Фатхутдинов. – М. : ИНФРА-М, 2000. – 312 с.
4. Закон України «Про захист економічної конкуренції» // Відомості Верховної Ради, 2001, № 12, ст. 64.
5. Белецкая И. Конкурентный подход к определению конкурентоспособности субъектов рыночной деятельности / И. Белецкая // Вісник ТАНГ. – 2002. – № 5. – С. 147-150.
6. The Global Competitiveness Report // The World Economic Forum [Електронний ресурс]. – Режим доступу до журн. : www.weforum.com.
7. Портер М. Международная конкуренция / М. Портер : пер. с англ. – М. : Международные отношения, 1993. – 896 с.
8. Портер М. Конкуренция / М. Портер : пер. с англ. – М. : Издательский дом «Вильямс», 2001. – 495 с.
9. Корчинський Д. «Це» і «Воно». Die Metaphysik ist einer Dreek. Man muss der Revolution machen / Д. Корчинський. – Улан-Уде. – 44 с.
10. Бродель Ф. Матеріальна цивілізація, економіка і капіталізм, XV – XVIII ст. У 3-х т. – Т. 3. Час світу / Ф. Бродель : пер. з фр. – К. : Основи, 1998. – 631 с.

11. Тарасюк Б. ПРО і Contra / Б. Тарасюк // Політика і культура. – 2001. – № 36. – С. 20-21.
12. Вакарчук С. Важливо мати успішний приклад / С. Ваєпарчук // Як узгодити комерційні інтереси з потребами української культури: матеріали круглого столу, 8 лютого 2005 р. – К. : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2005. – С. 30-32.
13. Офіційний сайт громадської організації «Рада конкурентоспроможності України» [Електронний ресурс]. – Режим доступу до журн. : www.compete.org.ua
14. Загоруйко Ю. Втрачаємо навіть те, чого не маємо / Ю. Загоруйко // Дзеркало тижня. – 2006. – № 38. – с. 1, 7.
15. Рейтинг конкурентоспроможності країн (IMD, 2009) [Електронний ресурс]. – Режим доступу до журн. : <http://www.rate1.com.ua/ua/ekonomika/virobnictvo/1404>.
16. Должанський І.З. Конкурентоспроможність підприємства : навч. посібник / І.З. Должанський, Т.О. Загорна. – К. : ЦНЛ, 2006. – 384 с.
17. The world Competitiveness Report. – IMD [Електронний ресурс]. – Режим доступу до журн. : <http://www.imd.org/wcc/news-talent-report>.
18. Управління конкурентоспроможністю підприємства : навч. посібник / С.М. Клименко, Т.В. Омельяненко, Д.О. Барабань, О.С. Дуброва, А.В. Вакуленко. – К. : КНЕУ, 2008. – 520 с.
19. Шевченко М.М. Методи оцінки конкурентоспроможності галузей промисловості в умовах інтернаціоналізації: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня к.е.н.: спец. 08.07.01 «Економіка промисловості». – Харків : НТУ «Харківський політехнічний інститут», 2006. – 17 с.
20. Піддубний І. Теорія конкурентоспроможності: сучасний стан і предметно-методологічні аспекти розвитку / І. Піддубний, Л. Піддубна // Економіка України. – 2007. – № 8. – С. 52-60.
21. Туган-Барановський М.І. Політична економія. Курс популярний / М.І. Туган-Барановський. – К. : Наукова думка, 1994. – 264 с.
22. The IMD World Competitiveness Scoreboard [Електронний ресурс] : Режим доступу до журн. : <http://www.imd.org>
23. Вашків О. П. Методичні аспекти оцінки та аналізу конкурентоспроможності підприємства [Текст] / О. П. Вашків // Вісник Тернопільського національного економічного університету. – 2010. – № 2. – С. 88–95.
24. Вашків О.П. Специфіка змістового наповнення категорії «конкурентоспроможність підприємства» в сучасній економічній думці / О.П.

Вашків // Перспективи розвитку ринкової економіки на засадах конкурентоспроможності, інноваційності та сталості : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції 14-15 лютого 2014 р. (Національний гірничий університет). – Дніпропетровськ : ВД «Гельветика», 2014. – С. 22–24.

25. Донець Л.І. Основи підприємництва : навч. посіб. / Л.І. Донець, Н.Г. Романенко. – К. : Центр навчальної літератури, 2006. – 320 с.
26. Макконнелл К. Р., Брю С.Л. Экономикс: принципы, проблемы и политика / К.Р. Макконнелл, С.Л. Брю. – М. : Республика, 1992. – Т. 1. – 399 с.
27. Конституція України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.president.gov.ua/documents/constitution>.
28. Фатхутдинов Р.А. Разработка управленческого решения : учеб. пособ. / Р.А. Фатхутдинов – М. : ЗАО «Бизнес-школа «Интел-Синтез», 1997. – 208 с.
29. Тарнавська Н.П. Управління конкурентоспроможністю підприємства: теорія, методологія, практика : монографія. / Н.П. Тарнавська. – Тернопіль : Економічна думка, 2008. – 570 с.
30. Сохар О. Відступати нікуди. Всі довкола вже в Європі // Політика і культура. – 2002. – № 25-26. – С. 14–18.
31. Господарський кодекс України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/436-15>.
32. Закон України «Про захист від недобросовісної конкуренції» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua>.
33. Береговий Я. Основні засади стратегії розвитку України // Персонал. – 2006. – № 7. – С. 24-30.
34. Corruption Perceptions Index // Transparency International [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.transparency.org>.
35. Index of Economic Freedom [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.heritage.org>.
36. Ви бачили ринкову економіку? // Контракти. – 2006. – № 1-2. – С. 10.
37. Онисько О. Тіні забутих капіталів // Політика і культура. – 2001. – № 9. – С. 11–12.
38. В Україні за останні вісім років армія чиновників зросла на 30 тисяч осіб // Українська правда від 07.08.2013 р. [Електронний ресурс] : Режим доступу до журн. : <http://www.pravda.com.ua/news/2013/08/7/6995625/?attempt=1>.
39. Поліщук Я. System error / Поліщук Я. Мости і мілини. – Черкаси: БРАМА. Видавець Вовчок О.Ю., 2004. – С. 82-83.

40. В Україні звільнять від 75 до 125 тисяч держслужбовців // iPress.ua від 05.08.2014 р. [Електронний ресурс] : Режим доступу до журн. : <http://ipress.ua/news>.
41. Ріддерстрале Й., Нордстрем К.А. Караоке-капіталізм / Пер. з англ. – К.: Дніпропетровськ: Баланс Бізнес Букс, 2004. – 312 с.
42. Костусєв О. Захист економічної конкуренції в Україні: стан і проблеми // Економіка України. – 2003. – № 7. – С. 4-11.
43. Постанова КМУ № 672 від 28.07.2010 р. «Про утворення Державного підприємства спиртової та лікеро-горілчаної промисловості»
44. Заславська М. Рай для олігархів. В Україні панують ідеальні можливості для процвітання монополій / Марія Заславська // Тиждень. – 2012. – № 32 [Електронний ресурс] : Режим доступу до журн. : <http://tyzhden.ua>.
45. Тютюновий ринок України продовжує контролювати «сім'я» Януковича // Коментарі від 2 квітня 2014 р. [Електронний ресурс] : Режим доступу до журн. : <http://ua.comments.ua/money/226624-tyutuynoviy-rinok-ukraini-prodovzhuie.html>.
46. Рабінович С. Російські мільярдери контролюють в Україні ринок тютюну, а прибутки йдуть на виготовлення зброї для терористів «ДНР/ЛНР» / С. Рабінович. – [Електронний ресурс] : Режим доступу до журн. : <http://espresso.tv/article/2015/10/16/rabinovych>.
47. Львівську тютюнову фабрику карають за незговірливість, – ЗМІ // Високий замок від 13.02.2018 р. [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <https://wz.lviv.ua/news/365445-lvivsku-tiutiuonu-fabryku-karaiut-za-nezhovirlyvist-zmi>.
48. Забужко О. Колонізований культурний простір Української Землі // Як узгодити комерційні інтереси з потребами української культури: матеріали круглого столу, 8 лютого 2005 р. – К.: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2005 . – С. 24-27.
49. Статистичні щорічники України (за 1991-2016 рр.).
50. Економічна енциклопедія: У 3 т. – Т. 2 / Редкол. С.В. Мочерний та ін. – К.: Видавничий центр «Академія», 2001. – 848 с.
51. Муравьев А.И., Игнатьев А.М., Крутик А.Б. Малый бизнес: экономика, организация финанссы. – СПб.: «Издательский дом «Бизнес-пресса», 1999. – 608 с.
52. Базилюк А.В., Коваленко С.О. Тіньова економіка в Україні. – К.: НДЕІ Мінекономіки України, 1998. – 206 с.
53. Куфта Н. Зміцнення податкової дисципліни як фактор стабілізації фінансової системи // Економіка України. – 2001 . – № 1. – С. 22 – 26.

54. Метельова Т. Казковий вибір українського богатиря: олігархія чи авторитаризм // Сучасність. – 2001. – № 7-8. – С. 86 – 101.
55. Портников В. Коррупция как система: как борьба со «схемами» подменяет реформы «схем» / Віталій Портніков // Контракти, від 7.12. 2015 [Електронний ресурс] : Режим доступу до журн. : <http://kontrakty.ua/article/91478>.
56. Поліщук Я. System error / Поліщук Я. Мости і мілини. – Черкаси: БРАМА. Видавець Вовчок О.Ю., 2004. – С. 82-83.
57. Каспрук В. Україна наша олігархічна // Сучасність. – 2001. – № 12. – С. 46 – 52.
58. Турчинов О. Тіньова економіка і тіньова політика // Політична думка. – 1996. – № 3-4. – С.75 – 85.
59. Скрипка О. Ефективність музичної культури // Як узгодити комерційні інтереси з потребами української культури: матеріали круглого столу, 8 лютого 2005 р. – К.: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2005 . – С. 28-29.
60. Ситуаційна методика навчання: теорія і практика / Упор. О.Сидоренко, В. Чуба. – К. : Центр інновацій та розвитку, 2001. – 256 с.

© О.П. Вашків, 2018