

УДК 338.439.5

М. П. Бутко,

д. е. н., професор, завідувач кафедри менеджменту та державного управління,
Чернігівський державний технологічний університет

Д. В. Склярець,

аспірант, Чернігівський державний технологічний університет

ТОРГІВЛЯ ЯК РЕЛЕВАНТНА КОМПОНЕНТА КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА РЕГІОНАЛЬНОГО ЕКОНОМІЧНОГО ПРОСТОРУ

У даній статті окреслено основні проблеми, пов'язані з функціонуванням роздрібною торгівлі у складі регіональних господарських комплексів та викладені пропозиції щодо посилення її впливу на функціонування конкурентного середовища.

In this article outlined basic problems, related to functioning of retail business in composition regional economic complexes and the expounded suggestions in relation to strengthening of its influence on functioning of competition environment.

ВСТУП

Економічні трансформації в Україні зумовили процеси демонополізації економіки, лібералізацію форм власності та цін на товари і послуги, формування конкурентного середовища та новий характер відносин на внутрішньому ринку. При цьому саме конкуренція стала тим механізмом, який активно стимулював економічне перетворення в усіх сферах суспільного життя.

Торгівля займає чільне місце в системі економічних відносин, оскільки формує нині понад 23% наявних робочих місць у національному господарському просторі, забезпечує близько 13% валової доданої вартості країни та, зосереджуючи в собі товарну масу, визначає конкурентні переваги тієї чи іншої продукції на внутрішньому і зовнішньому ринках. Адже товаровиробники не виступають безпосередніми суб'єктами економічного суперництва на ринку товарів і послуг, а цю функцію безпосередньо виконує їх продукція, яку доводить до споживача саме торгівля.

У цілому, в економічній літературі конкуренцію як економічну категорію визначають як зіткнення інтересів господарюючих суб'єктів на ринку, форма боротьби за економічну життєздатність, за вигідні умови господарювання і максимізацію прибутку [2].

Вагомий внесок у розробку теоретичних і прикладних проблем розвитку торгівлі у трансформаційний період зробили українські та зарубіжні вчені, зокрема Андрущенко А., Антоноук Я., Апопій В., Балабанова Л., Бланк І., Геєць В., Голошубова Н., Гончарук Я., Друкер П., Лігоненко А., Мазаракі А., Мінцберг Г., Нортон Д., Омелянович Л., Поптелович В., Прахалад Г., Сенге П., Смолін І., Ушакова М., Хаммер М., Чехунов М., Чухно А. та інші.

Проте, серед дослідників не існує єдиної думки щодо оцінки ролі торгівлі в формуванні цивілізованої конкуренції на регіональних ринках споживчих товарів. Більшість економістів вважають, що конкуренція — це велике благо для економіки, інші переконують, що вона, протиставляючи суб'єктів ринку, породжує монополізм, сприяє застосуванню нецивілізованих методів боротьби у міжособових відносинах підприємців з метою усунення конкурентів.

На наше переконання, при такій полярності поглядів не слід ігнорувати той беззаперечний факт, що зростання і структурне вдосконалення національного господарства суттєво залежить від динамічного та ефективного розвитку торгівлі, оскільки вона виконує роль економічного двигуна для інших галузей, сприяє безперервності відтворювальних процесів, гармонізації обсягів споживчого ринку товарній пропозиції, забезпечує ефективні господарські та міжрегіональні зв'язки.

ПОСТАНОВКА ЗАДАЧІ

Метою дослідження є окреслення проблем функціонування торгівлі у складі регіональних господарських систем та посилення її впливу на формування цивілізованого конкурентного середовища на регіональних ринках споживчих товарів.

Теоретичною й методологічною основою дослідження є положення сучасної економічної теорії, наукові праці вітчизняних і зарубіжних вчених, фахівців з питань конкуренції в галузі торгівлі.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Як свідчить аналіз, характерними особливостями нинішнього стану торгівлі є повна відсутність галузевого та державного впливу на її розвиток, глибока територіальна сегментованість та асиметричний динамізм функціонування торговельних підприємств на фоні швидкої оборотності капіталу та високої чутливості до зміни ринкової кон'юнктури (рис. 1).

Слід також наголосити, що конкуренція саме через систему торгівлі демонструє неприкрити форму економічної влади, а тому потребує вслякого регулювання та обмеження можливостей зловживання нею [5].

Водночас незаперечним є той факт, що конкуренція — це своєрідне віддзеркалення через торгівлю параметричних характеристик цін, якості, споживчих властивостей продукції на регіональних ринках.

Учасниками конкурентної боротьби при цьому виступають як виробники товарів та послуг, так і кінцеві споживачі. В зв'язку з цим у галузі торгівлі можна виділити наступні ознаки такої конкуренції.

1. Конкуренція між продавцями. Цей вид конкуренції є найбільш ефективним з точки зору розвитку економіки та інтересів суспільства, оскільки змушує виробників постійно розширювати спектр, підвищувати якість та оптимізувати ціну товарів і послуг.

2. Конкуренція між покупцями. Причиною її виникнення є бажання покупця придбати дешевий і водночас якісний товар. Умовою виникнення цього виду конкуренції є такий стан економіки, коли попит перевищує пропозицію. Він був притаманний попередній економічній системі і породжував черги та дефіцит, дозволяючи при цьому товаровиробникам випускати низькоякісну продукцію, яка не відповідала вимогам споживачів.

Причиною виникнення конкуренції цих обох видів є подібність та одновекторність цілей учасників конкурентної боротьби. Ринковій економіці, котра розвивається нормально, притаманний перший вид конкурентної боротьби,

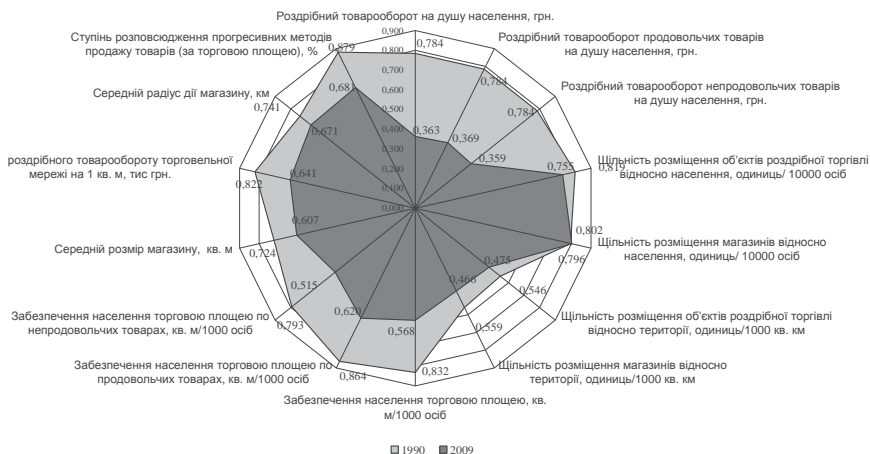


Рис. 1. Сучасний стан розвитку роздрібної торгівлі в Україні.

коли товаровиробники змагаються за покупця та його грошові доходи.

3. Є ще один своєрідний симбіоз конкуренції — конкуренція між продавцями та покупцями, який є головним, оскільки сторони стоять на діаметрально протилежних позиціях.

Механізми конкуренції між виробниками товарів та послуг розрізняються в різних галузях економіки та на різних товарних ринках, а сфера торгівлі при цьому виступає посередником, оскільки торговельні підприємства як суб'єкти ринку одночасно виступають в ролі продавців і покупців та суперничають за мінімізацію витрат на товарозабезпечення і найбільш вигідні умови продажу товарів.

У науковому середовищі існує досить велика множина класифікаційних типів конкуренції, проте узагальнюючи праці дослідників в цій сфері, нами пропонується наступне виокремлення ознак конкуренції в сфері торгівлі (рис. 2).

Зазначена класифікація дає можливість об'єктивно оцінити конкурентну ситуацію та визначитися з власною поведінкою в ній.

Сучасна економічна наука виділяє чотири основні ринкові ситуації: досконала, або чиста конкуренція, недосконала конкуренція, або чиста монополія, а також монополістична конкуренція і олігополія.

Виходячи з положень економічної теорії, норм законодавства України та ринкового прагматизму, виокремлюються чотири типи ринків, особливості кожного з яких створюють різні передумови для конкуренції.

Це ринки з конкурентною структурою, олігопольні ринки, ринки з ознаками індивідуального домінування, монополізовані ринки. Таким чином, моделі поведінки господарюючих суб'єктів залежно від умов конкуренції з врахуванням особливостей національної економіки, можуть мати такий вигляд (табл. 1).

Сучасний стан розвитку роздрібної торгівлі в Україні характеризується суттєвим спадом обсягів вітчизняного виробництва товарів народного споживання, формування товарного забезпечення роздрібно-го товарообороту переважно за рахунок імпоротної складової, а також вагомої частки сільськогосподарської продукції, яка виробляється домогосподарствами і доходить до споживачів без участі торговельних підприємств.

На додаток у зв'язку з самоусушенням держави від формування вітчизняних товарних ресурсів для внутрішнього ринку ми маємо імпорتنу експансію, наприклад, китайського часнику, єгипетської картоплі, ізраїльської моркви, польських фруктів і м'яса, білоруського молока, масла і молочних консервів. Цей перелік навіть по продовольству можна продовжувати, не говорячи уже про непродовольчі товари, оскільки питома вага, наприклад, легкої промисловості, котра формує значні ресурси товарів першої необхідності, не сягає і 1% в загальному обсязі промислового виробництва України.

Натомість на вітчизняному ринку досить впевнено себе почувають одяг, взуття, білизна, трикотаж та товари господарського вжитку польського, турецького і, особливо, китайського походження.

За цих обставин важливого значення набуває політика держави в галузі розвитку конкуренції, метою якої є підвищення суспільного виробництва на основі задіяння каталізаторів економічного зростання. Роль держави при цьому полягає у повноті задіяння, перш за все, інституційних важелів, які сприяють формуванню цивілізованого конкурентного середовища [1].

Не виправдовуючи прорахунки економічної політики нашої держави, слід зазначити, що у високорозвинутих країнах захист конкуренції та антимонопольне регулювання мають досить тривалу традицію. Наприклад, у США перший антимонопольний акт — Закон Шермана — був введений в дію в 1890 році, в Японії закон проти монополій — у 1947 році, у Німеччині — закон про відміну обмежень конкуренції — у 1957 році.

В Україні на початковому етапі трансформації державні механізми правового забезпечення розвитку ринкової конкуренції базувалися на політиці формального усунення монополізму і виражалися в прийнятті Законів України "Про обмеження монополізму та недопущення недобросовісної конкуренції у підприємницькій діяльності" (1992 р.), "Про Антимонопольний комітет України" (1993 р.), "Державної програми демонополізації економіки і розвитку конкуренції" (1993 р.).

Подальший розвиток конкуренції у вітчизняній торговельній галузі умовно можна розділити на три основні стадії.

I стадія — середина 90-х років — зміна форм власності та початок формування українських роздрібних мережевих компаній і становлення нових торгових форматів. Цей період розвитку конкуренції в роздрібній торгівлі характеризувався співіснуванням нових та старих форм, їх роботою з різними групами контрагентів, збереженням між ними територіальної дистанції та, відповідно, низьким рівнем прямої конкуренції.

II стадія — перше десятиліття 2000-х років — просування провідними учасниками ринку нових торговельних систем і витіснення традиційних гравців. У цей період відзначається економічним і територіальним наближенням нових і старих форм

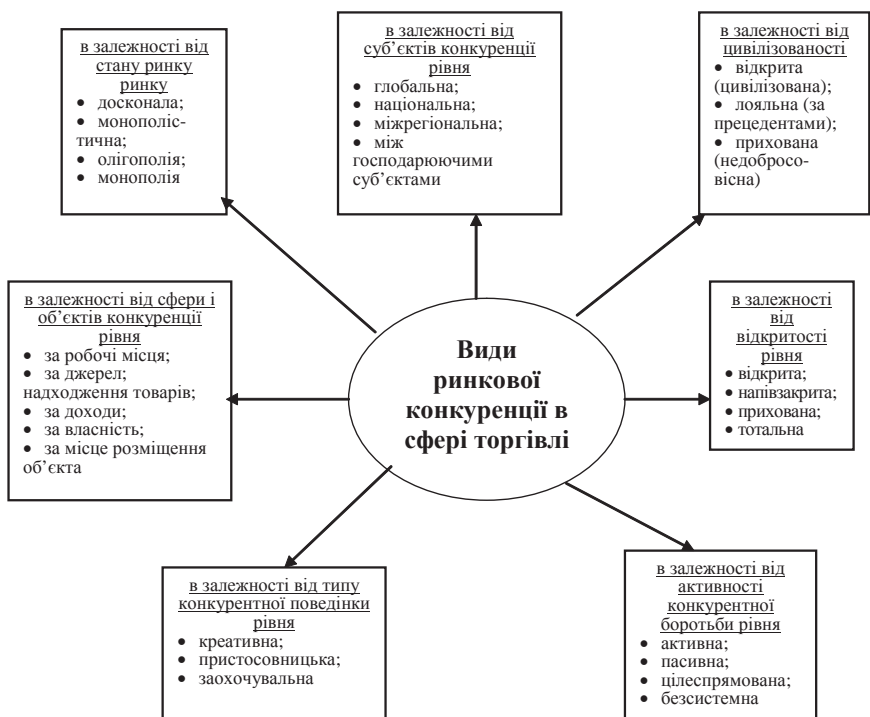


Рис. 2. Класифікація видів конкуренції в сфері торгівлі

роздрібною торгівлю, залученням ними однакових цільових груп споживачів, а відтак, посиленням рівня прямої конкуренції.

III стадія — нинішній період — конкурентна боротьба між великими мережевими компаніями. Характерною особливістю цього періоду є опанування новими учасниками основної частки ринку шляхом усунення традиційних структур з одночасним нарощуванням домінуючих позицій мега-центрами, спеціалізованими гіпермаркетами, інтернет-магазинами та іншими новими формами роздрібною торгівлю.

Як відомо, стан конкуренції у будь-якій галузі економіки залежить від п'яти основних чинників, визначених відомим американським вченим М. Портером [4] (рис. 3).

У торговельній галузі означені чинники економічного суперництва проявляють себе дещо специфічно.

Зокрема, суперництво існуючих компаній характеризується застосуванням, перш за все, цінової конкуренції між продавцями товарів, що зумовлено досить низьким рівнем доходів більшості населення, невібагливістю до якості торговельного обслуговування. Але на сегментах ринку, які орієнтовані на споживача з середніми та високими рівнями доходів, для ефективної конкурентної боротьби все більшого значення набувають методи нецінової конкуренції. Підприємства торгівлі, особливо роздрібною, орієнтовані на територіально обмежений ринок, що зумовлює локальність конкурентної боротьби. Особливості конкуренції в торгівлі пов'язані з можливим вибором територіального розміщення підприємств, що дозволяє через особливості місцезнаходження забезпечити переваги в конкурентній боротьбі.

Загроза виникнення нових конкурентів у торгівлі дуже висока, що зумовлено відносно легким вступом у галузь. Про це свідчить структура суб'єктів державного реєстру України щодо підприємств та організацій різних видів економічної діяльності, де на галузь торгівлі припадає майже чверть їх загальної кількості [5] (рис. 4).

При цьому впливати на конкуренцію в галузі можуть як зовсім нові торговельні підприємства з низьким конкурентним статусом, так і ті, які утворилися шляхом реорганізації існуючих. Останні мають досить значний конкурентний статус.

Загроза виникнення товарів чи послуг-замінників для торговельної галузі має місце на тих сегментах ринку, де споживач може задовольнити власні потреби продукцією інших галузей, тобто коли має місце функціональна конкуренція.

Інтенсивність впливу постачальників пов'язана з функцією торгівлі як посередника між постачальником і споживачем. Вибір постачальників характеризуватиме конкурентоздатність товарів, які реалізує торговельне підприємство.

Вагомість впливу покупців на конкуренцію в галузі визначається вільним вибором ними продавців необхідних товарів. Для оптової і роздрібною торгівлі інтенсивність цього чинника різна. Для роздрібною торгівлі це велика кількість покупців, які не можуть поодинокі суттєво впливати на свого постачальника. Для оптової торгівлі — це крупний оптовий покупець, втрата чи залучення до

Таблиця 1. Моделі поведінки національного бізнесу в сфері торгівлі залежно від умов конкуренції

| Характерні риси | Досконала конкуренція | Недосконала конкуренція | | | |
|-------------------------------|--|-------------------------------------|---|--|--|
| | Чиста конкуренція | Монополістична конкуренція | Олігополія | Монополія | |
| Кількість і розміри фірм | Велика кількість мілких фірм | Велика кількість мілких фірм | Деякі фірми | Одна або декілька фірм | Одна фірма |
| Тип продукту | Стандартизований | Диференційований | Стандартизований або диференційований | Особливий, відсутні або незначна кількість близьких замінників | Унікальний, відсутні близькі замінники |
| Контроль над ціною | Відсутній | Певний, але в досить вузьких рамках | Обмежений взаємозалежністю; значний при таємній змові | Значний | Значний |
| Умови входу та виходу з ринку | Ніяких ускладнень | Ніяких ускладнень | Можливі окремі перешкоди при вході | Суттєві бар'єри входу в галузь, істотний вплив конкуренції з боку імпортованих товарів | Практично не переборювані перешкоди на вході |
| Доступність інформації | Рівний доступ до всіх видів інформації | Деякі обмеження | Деякі обмеження | Деякі обмеження | Деякі обмеження |
| Нецінова конкуренція | Відсутня | Значний акцент на рекламу | Притаманна, особливо при диференціації продукту | Головним чином реклама зв'язків фірми з громадськими організаціями | Головним чином реклама зв'язків фірми з громадськими організаціями |

співпраці якого досить відчутно впливає на конкурентний статус підприємства.

Найбільш інтенсивна конкурентна боротьба виникає там, де жоден суб'єкт господарювання не отримує великих прибутків, менша — де високі прибутки одержують небагато із них. В кінцевому рахунку це означає, що сфера торгівлі належить до галузі з інтенсивною конкурентною боротьбою як внутрішньогалузевою, так і міжгалузевою.

Нерівність умов конкуренції виступає як один із серйозних негативних чинників активізації розвитку підприємництва. Найбільш вагомими перешкодами для вітчизняного бізнесу є нестабільність законодавства, корупція, нерівні умови оподаткування, патерналізм з боку держави чи місцевої влади в частині доступу до земельних ділянок, об'єктів інженерної інфраструктури тощо. У результаті неефективні підприємства часто процвітають, а їхні більш продуктивні конкуренти зазнають труднощів. У супереч логіці ринкової економіки вони не в змозі витиснути чи поглинути менш ефективних суперників.

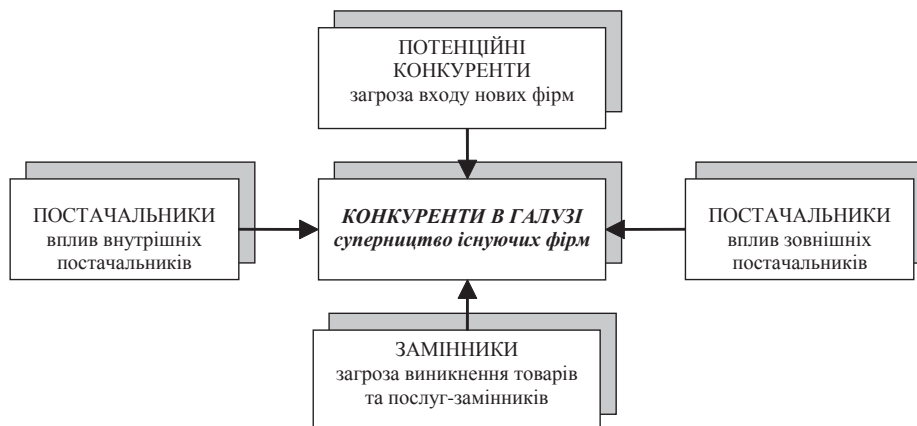


Рис. 3. Чинники галузевої конкуренції за М. Портером



Рис. 4. Структура суб'єктів ЄДРПОУ за видами економічної діяльності станом на 1 січня 2010 р. (%)

Таблиця 2. Розподіл валового внутрішнього продукту в окремих видах економічної діяльності України у 2001, 2008 рр.

| Вид економічної діяльності | Рік | Частка у валовій доданій вартості, % | | | Рентабельність операційної діяльності |
|--|------|--------------------------------------|--|-------------------------------------|---------------------------------------|
| | | оплати праці найманих працівників | інших податків, за винятком інших субсидій, пов'язаних із виробництвом | валового прибутку, змішаного доходу | |
| Сільське господарство, мисливство, лісове господарство | 2001 | 19,8 | - | 80,3 | X |
| | 2009 | 21,8 | - | 78,9 | 14,7 |
| Добувна промисловість | 2001 | 59,8 | -8,3 | 48,5 | X |
| | 2009 | 57,1 | -118,3 | 59,2 | 4,2 |
| Переробна промисловість | 2001 | 57,3 | 3,5 | 39,2 | X |
| | 2009 | 58,9 | 6,7 | 40,3 | 1,4 |
| Виробництво та розподілення електроенергії, газу та води | 2001 | 37,3 | 0,0 | 62,7 | X |
| | 2009 | 69,6 | - | 34,0 | 1,7 |
| Будівництво | 2001 | 58,2 | 2,6 | 39,2 | X |
| | 2009 | 82,3 | 2,2 | 15,4 | -1,8 |
| Торгівля; ремонт автомобілів, побутових виробів та предметів особистого вжитку | 2001 | 39,9 | 6,6 | 53,5 | X |
| | 2009 | 37,3 | 26,2 | 60,1 | 4,5 |
| Діяльність транспорту та зв'язку | 2001 | 42,0 | 2,8 | 55,2 | X |
| | 2009 | 57,3 | 1,2 | 41,4 | 8,6 |
| У цілому по економіці (в основних цінах) | 2001 | 47,9 | 2,0 | 50,1 | X |
| | 2009 | 51,0 | 12,8 | 36,3 | 3,3 |

Істотна "тінізація" деяких ринків спотворює конкуренцію на них, оскільки тут не діють легальні механізми захисту економічної змагальності, внаслідок чого існує підвищена ймовірність розподілу ринків, створення перешкод вступу нових учасників, інших форм анти конкурентних домовленостей. Крім того, у "тіньовій" сфері продавці й покупці значно гірше поінформовані про загальний стан попиту та пропозицій, ніж у легальній, внаслідок чого продавець (покупець) навіть із фактично незначною ринковою часткою може поводити себе стосовно непоінформованих контрагентів як монополіст.

Досить суттєвою виявляється проблема недобросовісної конкуренції, зокрема спотворення ділової репутації господарюючих суб'єктів, створення перешкод та досягнення економічних переваг у суперництві, збирання, розголошення та використання комерційної таємниці або інші дії, що суперечать правилам, етиці та цивілізованим чеснотам у підприємницькій діяльності.

Конкурентоспроможність торговельної галузі багато в чому визначається структурою валового внутрішнього продукту. За твердженням економістів, об'єктивні передумови мобілізації відтворювальних ресурсів у різних видах економічної діяльності залежать від пропорцій розподілу валової доданої вартості на оплату праці та валовий прибуток. Частка першої характеризує граничні межі поточного споживання, другого — гіпотетичні ресурси розвитку, включаючи джерела структурних перетворень в економіці.

Як свідчать дані національних рахунків, у цілому відношення валового прибутку до заробітної плати в національній економіці за останні роки коливається близько 70—80%.

Згідно зі статистикою Світового банку, норма валового прибутку в розвинених країнах сьогодні також знаходиться на рівні 100%. Треба зазначити, що, на відміну від України, в процесі міжнародного економічного обміну вони одержують у великих обсягах ще так звану технологічну ренту.

Натомість для України характерним явищем є строківість ефективності різних видів економічної діяльності. Так, частка валового прибутку у доданій вартості в 2009 році складала в будівництві 15,4%, в виробництві та розподіленні енергоресурсів — 34%, транспорті і зв'язку — 41,4%, в переробній промисловості — 40,3%, а в торгівлі — 60,1% [3] (табл. 2).

Великі внутрішні коливання дохідності та рентабельності операційної діяльності, що спостерігаються в національній економіці, свідчать також про відсутність вільного міжгалузевого перерозподілу капіталу, оскільки конкурентні механізми не виконують функції вирівнювання галузевої норми прибутку, чим спотворюються інвестиційні процеси у господарському комплексі країни.

Світовий досвід свідчить, що нормальний показник рентабельності складає 8—10%. Відхилення та диференціація прибутковості різних видів економічної діяльності в нашій країні є свідченням невідповідності структурної, цінової, податкової політики тощо, наявності істотних недоліків у системі державного регулювання економіки, що негативно відображається на конкурентоспроможності окремих видів економічної діяльності, які яскраво проявляються в діяльності торгівлі.

ВИСНОВКИ

Конкурентне середовище торгівлі як однієї з релевантних сфер економічної діяльності має суттєвий вплив, перш за все, на конкурентоспроможність регіональних господарських систем країни в цілому. Дослідження засвідчило, що сфера торгівлі має значний конкурентний потенціал, ефективне використання якого дасть можливість прискорити темпи економічного зростання всіх без винятку регіонів України.

Наміри нинішніх органів виконавчої влади щодо створення та регулювання діяльності оптової ланки торгівлі, зокрема сільськогосподарською продукцією, мають бути доповнені діями щодо:

- заміщення споживчого імпорту вітчизняними товарами;
- довгострокового закріплення спеціалізації роздрібною мережею на продаж продовольчих товарів у місцях масового проживання людей в малих містах та селищах міського типу;
- детінізації зайнятості в цій сфері,
- врегулювання діяльності стихійних ринків;
- розв'язання довічної проблеми власності в системі споживчої кооперації, зокрема на селі.

Література:

1. Бутко М.П., Уляненко Ф.М. Теоретичні засади формування конкурентного середовища регіональних господарських систем. — Економіка і держава. — Київ, 2011. — № 1. — С. 46—49.
2. Статистичний щорічник України за 2009 рік. ДП "Інформаційно-аналітичне агентство". — 2010. — 566 с.
3. Смит А. Исследование о природе и причине богатства народов [пер. с англ.]. — М.: Соцгиз, 1962. — 186 с.
4. Портер М. Конкуренція. — М.: Издательский дом "Вильямс", 2001. — 495 с.
5. Хек Ф. Конкуренція как процедура открытия [пер. а англ.] Мировая экономика и международные отношения. — 1989. — № 12. — С. 46—58.

Стаття надійшла до редакції 02.09.2011 р.