

The value of the information for competition

Mykhalchyshyn Nataliya

Theoretical and Applied Economics Department,
Lviv Polytechnic National University,
UKRAINE, Lviv, S. Bandery street 12,
E-mail: nataly@3g.ua

With the development of economic relations in the commodity markets exacerbated competition between economic operators with market power, and thus to adhere to the basic requirements of fair market economy.

Competitive activities of the company may exercise in various forms of competition and using different methods and means of competition. One of the basic principles of competition the enterprise is that entities are required to promote competition and not commit any misconduct that may have adverse effects on competition.

The main competition legislation breaches, which indicate the practice of noncompetition business enterprises are disturbances associated with contractual relations, pricing, and application of various other conditions to equivalent transactions with entities, sellers or buyers without objectively justified reasons.

Activities of enterprises can be considered noncompetition when companies involved in the concerted actions, abuse of monopoly (dominating) position, is restrictive or discriminatory activity, participants are unlawful concentration, exercise, unfair competition, violation of general requirements for pricing, deadlines are not met legal requirements for Consumer Protection.

Given the above requirements of current legislation for the implementation of competition for enterprises in virtually all sectors of the economy has developed distribution of functional responsibilities for the implementation of the competition. The most substantial importance is the formation of the initial parameters of the enterprise with which contact the external environment – are price, quality and volume of the products.

Значення проінформованості для конкурентної діяльності

Михальчишин Наталія

Кафедра теоретичної та прикладної економіки,
Національний університет “Львівська політехніка”,
УКРАЇНА, м. Львів, вул. С. Бандери, 12,
E-mail: nataly@3g.ua

Розглянуто сутність конкурентної діяльності, залежність її від форм конкуренції, методів та засобів конкурентної боротьби. Висвітлено значення інформованості для підприємств у конкурентній діяльності.

Ключові слова – конкуренція, конкурентна діяльність, конкуренти, управління підприємством, конкурентне законодавство.

I. Вступ

З розвитком економічних відносин на товарних ринках загострюється конкурентна боротьба між суб'єктами господарювання за ринкове становище, утримання якого дає змогу підприємствам досягати запланованих рівнів рентабельності. За таких умов важливо здійснювати конкурентну діяльність і задля максимізації прибутку дотримуватись основних вимог добросовісної ринкової економіки.

II. Сутність конкурентної діяльності

Конкурентну діяльність підприємства можуть здійснювати в рамках різних форм конкуренції, а саме:

чиста конкуренція – це конкуренція, коли численні продавці займаються продажем однорідного продукту, й на ринку немає продуктової диференціації;

здійснена конкуренція – це чиста конкуренція мобільність ресурсів усередині ринку й відсутність бар'єрів на вхід і вихід учасників;

ефективна конкуренція – це конкуренція, за якої покупці й продавці оперують незалежно у вільній конкурентній системі [3, с.13].

Деякі науковці вважають, що ринкова конкуренція передбачає боротьбу за обмежений попит споживача, що ведеться між фірмами на доступних їм частинах (сегментах) ринку [1; 6].

Конкурентна діяльність підприємств окрім форм конкуренції повинна здійснюватись із використанням різних методів та засобів конкурентної боротьби. Так, на думку З. Борисенко [2, с.32] до методів і засобів конкурентної боротьби відносяться: цінова та нецінова конкуренція, добросовісна та недобросовісна конкуренція, внутрігалузеві та міжгалузеві конкуренції.

Однією із основних засад здійснення конкурентної діяльності підприємствами є те, що суб'єкти господарювання зобов'язані сприяти розвитку конкуренції та не вчиняти будь-яких неправомірних дій, які можуть мати негативний вплив на конкуренцію.

З огляду на практичний досвід реалізації конкурентної політики діяльність підприємства можна вважати неконкурентною, якщо, наприклад, в результаті експертизи при з'ясуванні фактичних обставин справи зроблено такі висновки [4]:

- в рекламних матеріалах неправомірно використовуються технічні дані про продукцію іншого підприємства;

- споживач легко пізнає серед конструкцій однієї продукції, позначеної як „аналог”, продукцію іншого підприємства;

- свідомо, без об'єктивного обґрунтування стверджується, що підприємство організовує випуск фальсифікованої продукції, яка не відповідає технічним вимогам, передбаченим стандартами та галузевими нормативами;

- неправомірною є інформація про те, що за своїми технічними характеристиками продукція одного виробника-конкурента поступається продукції іншого виробника тощо.

Основними порушеннями конкурентного законодавства, які свідчать про практику здійснення неконкурентної діяльності підприємствами, є порушення пов'язані з договірними відносинами [5], зокрема, щодо ціноутворення, та застосування різних інших умов до рівнозначних угод із суб'єктами господарювання, продавцями чи покупцями без об'єктивно виправданих на те причин.

Діяльність підприємств може вважатись неконкурентною у випадку, коли підприємства беруть участь в антиконкурентних узгоджених діях, зловживають монополюючим (домінуючим) становищем, здійснюють обмежувальну чи дискримінаційну діяльність, стають учасниками недозволених концентрацій, здійснюють недобросовісну конкуренцію, порушують загальні вимоги щодо встановлення цін, недотримуються вимог законодавства щодо захисту прав споживачів.

III. Інформованість у конкурентній діяльності

З огляду на вимоги насамперед чинного законодавства до здійснення конкурентної діяльності на підприємствах практично у всіх галузях економіки повинен розроблятися розподіл функціональних обов'язків щодо здійснення конкурентної діяльності. Найвагоміше значення має формування вихідних параметрів підприємства, з якими контактує зовнішнє середовище – це ціна, якість та обсяг пропонованої продукції. У формуванні власне цих вихідних параметрів беруть участь не тільки економічні підрозділи, але й виробничі, які уповноважені складати виробничі плани, комплектацію продукції тощо. У зв'язку із зазначеним координувати конкурентну діяльність підприємства зобов'язаний керівник, а виконувати його доручення повинен кожен працівник будь-якого відділу.

Широка реалізація конкурентної діяльності зумовлена перш за все тими об'єктами, порушення по відношенню до яких згідно конкурентного законодавства вважається антиконкурентним проявом у діяльності підприємства.

Не менш важливим для суб'єкта господарювання є інформованість щодо своїх прав та обов'язків у відносинах з органами владних повноважень, зокрема, Антимонопольним комітетом України, оскільки за неподання інформації, невчасне подання, або подання недостовірної інформації на вимогу Антимонопольного комітету України, до підприємства можуть бути застосовані штрафні санкції.

Складною у застосуванні в роботі Антимонопольного комітету є така санкція, як вилучення незаконно отриманого прибутку. В цьому разі ймовірність вилучення прибутку залежатиме багато в чому від підприємства, працівники якого повинні бути проінформовані про те, що будь-які санкції до отримувачів монополюючого прибутку можуть бути застосовані виключно у випадках, коли доведено порушення антимонопольного законодавства. Практика антимонопольного регулювання передбачає вилучення всієї суми отриманого прибутку внаслідок порушення. Однак, при цьому потрібно враховувати цілі використання цього прибутку. Якщо весь або значна частина монополюючого прибутку була використана для фінансування виробничих інвестицій, модернізації обладнання чи реконструкції підприємства, розвитку НДДКР, то вилучення еквіваленту витраченого прибутку може перешкодити динамічному розвитку підприємства і нанести шкоду економічному розвитку суспільства. Вилучення прибутку необхідно обмежувати тією частиною прибутку, яка була використана на невиробничі цілі.

Висновок

Формування проконкурентного знання про діяльність підприємства у підлеглих дає змогу управлінцям різного рівня спрямувати діяльність підприємства у конкурентному напрямку, зокрема, запобігти вчиненню антиконкурентних дій, застосуванню до порушників санкцій тощо.

Література

- [1] Акбердін Р. Враховувати інтереси споживачів// Конкуренція. Вісник АМКУ. - №2. – 2006. – с.5.
- [2] Борисенко З.М. Основи конкурентної політики: Підручник. – К.: Таксон, 2004. – 704 с. – (Ex professo).
- [3] Должанський І.З., Загорна Т.О. Конкуренентоспроможність підприємства: Навчальний посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 384 с.
- [4] Слободянюк М.В. Добросовісна конкуренція – законні норми поведінки// Конкуренція. Вісник АМКУ. - №2. – 2006. – с.52.
- [5] Чернелєвська О. Вдосконалення заборонних норм на здійснення монополістичної практики // Конкуренція. Вісник АМКУ. - №4. – 2006. – с.39-43.