

ОСНОВНІ ПОНЯТТЯ ТЕОРІЇ КОНКУРЕНЦІЇ

Тімченко В.І., гр. Е-21

Науковий керівник – ст. викл. Смокова Л.М.
Харківський державний університет харчування та торгівлі

У ринковому середовищі, на формування якого були спрямовані всі заходи вітчизняної економічної політики останніх років, справжню цінність для підприємства має лише прогрес порівняно з конкурентами, а не з минулими досягненнями. Саме такий випереджальний розвиток має забезпечити підприємству стабільність отримання доходів в довгостроковій перспективі, утримання та розширення своєї ринкової частки.

Теорія конкуренції не є новою в науковій економічній думці. Її засновником вважається Адам Сміт, який ще в 1776 р. сформулював поняття конкуренції як певного виду суперництва, що впливає на зміну цін; її головний принцип “невидимої руки”; розробив механізм конкуренції, який об’єктивно врівноважує галузеву норму прибутку; визначив основні умови ефективної конкуренції.

Певний внесок в розвиток теорії конкуренції здійснили такі вчені, як Д. Рікардо, М. Портер., К.Р. Макконнелл, С.Л. Брю, А.П. Градов, Г.Л. Азоев, Р.А. Фатхутдінов, Д.Ю. Юданов та ін.

Поняття конкуренції, запропоновані цими та іншими авторами, охоплюють різні її аспекти і, як правило, доповнюють одне одного.

Найбільш загальним, на наш погляд, є визначення конкуренції як змагальності, суперництва, напруженої боротьби юридичних або фізичних осіб на ринку за покупця, за своє виживання в умовах дії закону “вимивання” неякісних товарів та послуг.

Дослідження конкурентоспроможності підприємства в умовах економічної ситуації, яка склалась в Україні, дає змогу розглядати її як комплексну характеристику потенційних можливостей забезпечення конкурентних переваг в перспективі, яка доступна для огляду.

Джерелами конкурентних переваг є прогресивна організаційно-технологічна і соціально-економічна база підприємства, вміння аналізувати та своєчасно здійснювати заходи щодо укріплення конкурентних переваг на основі стратегічного управління. Останнє слід відзначити особливо, тому що розробка конкурентної стратегії підприємства є неодмінною умовою досягнення його конкурентоспроможності.