

КОНКУРЕНЦІЯ ТА ЇЇ ОСОБЛИВОСТІ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ

Інна Дибач

д.екон.наук, доцент

Владислава Черненко

студентка

*Харківський національний економічний
університет імені Семена Кузнеця(Україна)*

Сучасні трансформації світового ринку, такі як пандемія коронавірусу, повномасштабна війна в центрі Європи тощо, обумовлюють високу нестабільність та появу дедалі нових і нових викликів для суб'єктів, які господарюють, в усіх сферах економіки. За таких умов ведення конкурентної боротьби для українських товаровиробників набуває ще більшої вагомості. Традиційно українські підприємства, що мають важку спадщину від командно-адміністративного економічного устрою радянщини, «пасли задніх» порівняно із суб'єктами господарювання країн із традиційно ринковою економікою, а з початком повномасштабного військового вторгнення Росії на територію України забезпечення ефективності бізнесу в сучасній ринковій конкуренції виглядає майже нездійсненим завданням.

Важливо зазначити, що конкуренція є поняттям багатограним і залежить від того, з якого ракурсу її аналізуватиме дослідник. Так, А. Сміт [1, с. 4 -12], з ім'ям якого безпосередньо знаменується початок обговорення питань конкуренції, трактував її як суперництво, що підвищує ціни (за скорочення пропозиції) і знижує ціни (за надлишку пропозиції).

Мінливість і невизначеність ринкового середовища посилили інтерес до такого економічного явища, як конкуренція, та зумовила активний розвиток ресурсного підходу до визначення джерел конкурентних переваг [2, с. 411 - 412]. За цим наявні ендогенні ресурси підприємства в їх комбінуванні та взаємодоповненні стають основним джерелом формування конкурентних переваг у стратегічній перспективі.

Термін «конкуренція» є багатограним, тож проявляється перед дослідниками по-різному, у тлумаченні зазначеної дефініції спостерігаються суттєві, а іноді й суперечливі відмінності. Узагальнення відомих визначень дає змогу виокремити такі прояви конкуренції в ринковій економіці:

1) конкуренція як суперництво суб'єктів ринку. Таку позицію поділяють і українські парламентарії, визначаючи ринкову конкуренцію як змагання між суб'єктами господарювання для здобуття завдяки власним досягненням переваг над іншими суб'єктами господарювання, унаслідок чого споживачі, суб'єкти господарювання мають можливість вибирати між кількома продавцями, покупцями, а окремий суб'єкт господарювання не може визначити умови обороту товарів на ринку [3];

2) конкуренція як ринковий регулятор;

3) конкуренція як важіль розвитку інноваційний.

Отже, конкуренція як економічна категорія є обов'язковим елементом і властивістю ринку, зумовлює ефективність ринкової економічної системи та її інноваційний розвиток. До того ж в умовах сьогодення конкуренція проявляється через низку взаємопов'язаних функцій, які вона виконує в ринковому просторі: регулювальну, алокаційну інформаційну, мотиваційну, контрольну, інноваційну, розподільчу. Варто зазначити, що всі наведені функції покликані до реалізації основної глобальної функції конкуренції в ринковій економіці – винаходження та використання таких інструментів протистояння конкурентам, що б забезпечила лояльне ставлення до підприємства з боку платоспроможного споживача.

Поглиблення інтеграційних процесів в економіці, розвиток інформаційних технологій зумовив глобалізацію товарних ринків, що значно посилило конкуренцію – відбувається зміщення вектора конкурентної боротьби з національного до міжнародного ринку. Тобто в пошуку платоспроможного споживача ринкові оператори дедалі частіше виходять за межі національного ринку та стикаються з міжнародною конкуренцією.

У разі виходу на закордонні, часто невідомі та ризикові для суб'єкта господарювання, ринки однією із ключових перепон стає технологічна відсталість українських товаровиробників, необізнаність щодо адекватних стратегій ведення конкурентної боротьби та дієвих інструментів міжнародного маркетингу.

Підсумовуючи наведене, можна зазначити, що особливістю міжнародної конкуренції є те, що вона є ключовим чинником технічного прогресу, сприяє міжнародному трансферу технологій. Крім того, завдяки саме міжнародній конкуренції змінюються стратегії та методи ціноутворення, відбувається перехід до уніфікованої та стандартизованої продукції. Формування попиту на продукцію відбувається не лише на підставі національних чинників, а на основі міжнародних відносин як окремих товаровиробників та і країн у цілому.

Список використаних джерел

1. Grimes W. Adam Smith, the Competitive Process, and the Flawed Consumer Welfare Standard. GRUR International. 2020. Vol. 69, is 1. P. 3–13.
2. Прокопенко О. В. Теорія конкуренції: еволюція поглядів і змістовне наповнення. Український журнал прикладної економіки. 2019. Т. 4, № 3. С. 407–414.
3. Про захист економічної конкуренції : Закон України від 11.01.2001 № 2210-III. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2210-14#Text>