

## Секція 4

### *Проблеми розвитку підприємств у контексті європейської інтеграції України та глобалізації економіки*

#### **КОНКУРЕНТНІ ВІДНОСИНИ В ТОРГІВЛІ**

*Бондарєва А.Є.*

*Науковий керівник: Смольнякова Н.М., к.е.н., професор  
Харківський університет харчування та торгівлі*

Розвиток підприємств роздрібної торгівлі залежить від стану споживчого ринку та конкурентних відносин, що на ньому склались.

Будь-яке підприємство сфери торговельних послуг не може вижити в конкурентному середовищі, якщо воно не має чітких орієнтирів, напрямів, напрямів і стратегій розвитку.

Конкурентні відносини виникли одночасно з товарним виробництвом у вигляді об'єктивного механізму регулювання ринкового господарства.

З розвитком господарської системи суспільства еволюціонують форми та методи конкурентних відносин. Вони не є статичними та розвиваються під впливом змін конкурентного середовища та інших чинників.

В розвитку конкурентних відносин можна виділити п'ять етапів, для кожного з яких характерні певні погляди вчених різних економічних шкіл і напрямів на конкуренцію.

Перший етап відноситься до періоду виникнення ринкових відносин, одночасно з якими зароджувалась і конкуренція за найбільш вигідні умови виробництва та збуту товарів, з метою отримання найбільшого доходу.

Для нього характерні спонтанність та нерегулярність конкурентних відносин.

Другий етап еволюції конкуренції починається з розвитком капіталізму в країнах Західної Європи та продовжився до 1870-х рр.

Об'єктом конкурентної боротьби стають не тільки товари, а й робоча сила, земля, засоби виробництва. В цей період вперше з'являються найбільш цілісні теоретичні положення про механізм конкуренції, формується модель досконалої конкуренції та виділяються риси конкурентного ринку [1, 2]. Досконала конкуренція трактувалась як еталон, відхилення від якого розцінювались негативно.

Вважалось, що монополія, як антипод вільної конкуренції, знижує ефективність економіки.

Виділення третього етапу обумовлено концентрацією економіки наприкінці 19-го сторіччя, утворенням монополістичних структур і монополій. Розвиток концепцій конкуренції [3, 4] призводить до розуміння того, що конкуренція та монополія настільки перетинаються, що виникає така ринкова структура, як монополістична конкуренція. Тобто виникає новий погляд на структури ринку.

Для четвертого етапу (середина 19 ст. – кінець 20 ст.) характерним є загострення конкурентних відносин. Увага економістів фокусується на пошуці ефективних стратегій конкурентної боротьби з метою завоювання лідируючого положення на ринку [5, 6].

Конкурентні відносини в торгівлі відрізняються за видами, формами та типами конкурентної боротьби.

Так, видова конкуренція полягає в тому, що конкурентні відносини виникають між роздрібними підприємствами й організаціями, що здійснюють торгівлю товарами одного функціонального призначення.

В свою чергу її поділяють на дві групи: внутрішньовидову та міжвидову. До внутрішньовидової конкуренції відносять взаємовідносини, які виникають в групі, що об'єднує вузькоспеціалізовані та спеціалізовані магазини одного асортиментного профілю. Конкурентні відносини між такими магазинами та іншими магазинами, які здійснюють продаж товарів декількох товарних груп, у тому числі й характерних для вузькоспеціалізованих і спеціалізованих магазинів, прийнято вважати міжвидовою конкуренцією.

Під прямою формою конкуренції розуміють ситуацію, коли зони обслуговування магазинів одного функціонального призначення перетинаються.

Непряма форма конкуренції має на увазі суперництво між магазинами різного функціонального призначення.

Комерційний тип конкуренції акцентує увагу на виявленні та використанні ефективних прийомів найбільш повного задоволення попиту.

Змагальний тип конкуренції базується на протиріччі інтересів суперників, і передбачає цілеспрямовані дії у відповідь на кожен тактичну дію конкурента.

Основою представницького типу конкуренції є амбіційне мислення керівника торговельної організації, породжене не стільки прагненням збільшити прибуток, а престижем, потребою досягти успіху.

Сукупність компонентів (вид, форма, тип) процесу конкурентної боротьби визначає зміст конкуренції в роздрібній торгівлі і впливає на формування стратегії організації.

#### Література:

1. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов / А. Смит ; пер. с англ. – М.: Эксмо, 2009. – 960 с.
2. Милль Дж. С. Основы политической экономии / Дж. С. Милль ; пер. с англ. – М.: Прогресс, 1981. С. 12
3. Маршалл А. Принципы политической экономии / А. Маршалл ; пер. с англ. – Т. 2. – М.: Прогресс, 1993. – С. 188.
4. Чемберлин Э. Теория монополистической конкуренции / пер. с англ. – М.: Центр, 1997. С. 130.
5. Хайек Ф. Познание, конкуренция и свобода / Ф. Хайек : пер. с нем. – СПб.: Пневма, 1999. – С. 50.
6. Портер М. Конкуренция / пер. с англ. – М.: Вильямс, 2010. – 623 с.