***Лекція 2.***

***Діяльність в українському рукопаші “Спас” в умовах конкуренції.***

*Конкуренція як спосіб життя й основний стимул розвитку. Система забезпечення конкурентоспроможності в умовах ринку. Якість – умова конкурентоспроможності в умовах ринку.*

Теорія конкуренції була узагальнена Адамом Смітом у праці «Дослідження про природу і причину багатства народів» (1776 p.).

Новизна теорії конкуренції А. Сміта полягає в тому, що він вперше:

1) сформулював поняття конкуренції як суперництва того, хто підвищує ціни (при скороченні пропозиції), і того, хто зменшує ціну (при надлишку пропозиції);

2) сформулював головний принцип конкуренції: принцип «не видимої руки», відповідно до якого «смикаючи» за ниточки маріонеток-підприємців, «рука» примушує їх діяти відповідно до деякого «ідеального» плану розвитку економіки, безжально витісняє фірми, зайняті виробництвом не потрібної ринку продукції;

3) розробив теоретично дуже тонкий і гнучкий механізм конку ренції, який об’єктивно врівноважує галузеві прибутки, приводить до оптимального розподілу ресурсів між галузями. Тонкість механізму конкуренції полягає у тому, що при скороченні попиту на продукт із найбільшими труднощами стикаються фірми, що випус кають неякісну або надмірно дорогу продукцію. Гнучкість механіз му конкуренції виявляється в його миттєвій реакції на будь-які змі ни у зовнішньому середовищі. Швидко пристосовуються до середо вища мобільні фірми;

4) визначив основні умови ефективної конкуренції, враховуючи наявність великої кількості продавців і покупців, вичерпної інфор мації про ринок, мобільність використовуваних ресурсів, неможли вість кожного продавця істотно впливати на зміну ринкової ціни продукту (при збереженні його якості або якості сервісу);

5) розробив модель посилення і розвитку конкуренції, довів, що в умовах ринкових відносин можливе максимальне задоволення потреб споживачів і якнайкраще використання ресурсів у масштабі суспільства в цілому.

Щоб глибше зрозуміти суть конкуренції, наведемо її визначення, сформульоване деякими авторами.

«Конкуренція - це прагнення якнайкраще задовольнити критерії доступу до рідкісних благ»,- вважає сучасний американський економіст П. Хайне.

Ф. Найт визначає конкуренцію як ситуацію, в якій конкуруючих одиниць багато і вони незалежні.

Й. Шумпетер визначав конкуренцію як суперництво старого з новим, з інноваціями.

Нобелівський лауреат з економіки 1974 p., австрійський вчений Фрідріх А. фон Хайєк відзначає, що конкуренція - процес, за допо могою якого люди набувають знань і передають їх.

Конкуренція - процес доведення правоти меншості - новаторів. Вона надає сили ефективності, змінює звички, закликає до біль шої уважності, що цілком марно в безконкурентних умовах.

Конкурентів ми сприймаємо з роздратуванням, бо вони заважа ють нам спокійно жити.

У книзі «Міжнародна конкуренція» М. Портер підкреслює, що конкуренція - динамічний процес і такий, що розвивається, безпе рервно змінний ландшафт, на якому з’являються нові товари, нові колії маркетингу, нові виробничі процеси і нові ринкові сегменти.

Г. Л. Азоєв під конкуренцією розуміє суперництво на будь-яко му терені між окремими юридичними або фізичними особами (кон курентами), заінтересованими в досягненні однієї і тієї ж мети.

А. Ю. Юданов стверджує, що ринкова конкуренція - боротьба фірм за обмежений обсяг платоспроможного попиту споживачів, що ведеться ними на доступних сегментах ринку. Водночас А. Ю. Юданов вважає, що досі у світі відсутнє єдине поняття «конкуренція».

Виокремлюють три трактування конкуренції:

• поведінкова;

• структурна;

• функціональна.

Поведінкове трактування конкуренції - боротьба за гроші по купця шляхом задоволення його потреб.

Структурне трактування конкуренції - аналіз структури ринку Для визначення ступеня свободи продавця і покупця на ринку (форми ринку) і способу виходу з нього.

Функціональне трактування конкуренції - суперництво старо го з новим, з інноваціями, коли приховане стає явним.

Аналіз структури і змісту формулювань і трактувань поняття «конкуренція» дозволяє зробити такі висновки:

а) поняття «конкуренція», запропоновані різними авторами, не повною мірою відповідають вимогам системності і комплексності, тобто вони характеризують тільки один з багатьох аспектів конку ренції, встановлених А. Смітом і самими авторами, кожний у своїй сфері дослідження;

б) різноманіття підходів до формулювання поняття: один автор під конкуренцією розуміє суперництво (боротьбу) фірм, тобто юридичних ос іб, інший - суперництво фізичних осіб, третій - наяв ність на ринку достатньої кількості продавців і покупців, четвер тий - ситуацію, п’ятий - прагнення, шостий - процес і т. ін.;

в) наведені поняття не охоплюють цілком конкуренцію серед будь-яких соціальних, виробничих чи біологічних систем;

г) поняття не відображають конкуренцію як єдність статики і ди наміки суперництва, виживання систем у наперед заданих або не- визначених умовах;

д) поняття не пов’язані із законодавством.

З урахуванням розглянутих трактувань, конкуренція - це процес управління зі своїми конкурентними перевагами для отри мання перемоги або досягнення інших цілей в боротьбі з конку рентами за задоволення об’єктивних або суб’єктивних потреб у рамках законодавства або в природних умовах. Конкуренція є рушійною силою розвитку суб’єктів і об’єктів управління, су спільства в цілому.

«Управління» в понятті «конкуренція» - це:

• знаходження;

• розробка;

• підтримка;

• використання;

• розвиток;

• відмирання конкурентної переваги.

Конкурентні переваги суб’єктів можуть бути спадковими, конструктивними, технологічними, інформаційними, кваліфікаційни ми, управлінськими, природно-кліматичними і ін.

Конкурентною перевагою в індустрії бойових мистецтв є фактор середовища, який не піддається безпосередньому контролю з боку, однак суттєво впливає на поведінку споживачів.

Маркетинг має досить суттєвий вплив на мотивацію і поведінку споживачів. Тому конкуренція послуг в бойовому мистецтві досягається
за умов, якщо пропоноване в даній сфері бойових мистецтв є засобом задоволення потреб споживача, тобто займаючогося бойовим мистецтвом.

Потреби можуть бути: об’єктивними (заданими природою або суспільством) або суб’єктивними (заданими суб’єктом управління або твариною); первинними або вищими; минулими, сьогоднішні ми і майбутніми; глобальними або особистими; негативними або позитивними; індивідуальними або суспільними і т. д.

Потреба - це брак будь-чого, об’єктивно необхідного для підтримки життєдіяльності й розвитку організму, людської особистості чи групи, суспільства в цілому. На ринку потреби виявляються у вигляді платоспроможного попиту.

На сучасному етапі світового розвитку конкуренція як рушійна сила змушує представників індустрії бойових мистецтв, що надають послуги, постійно віднаходити нові шляхи підвищення їхньої якості, зниження ціни, підвищення якості навчання, знаходження нових методик, інтеграції систем бойових мистецтв.

За ступенем інтенсивності конкуренція може бути:

• привабливою, коли в даному сегменті суб’єкт якості задовольняє свої потреби або одержує прибутки більші, ніж у попередньому сегменті;

• помірною, коли дії суб’єкта конкуренції підтримують конкурентне середовище в даному сегменті ринку;

• запеклою для об’єкта конкуренції, коли суб’єкт поглинає, знищує або витісняє об’єкт з даного сегмента;

• запеклою для суб’єкта конкуренції, коли об’єкт (конкурент) поглинає, знищує або виганяє суб’єкт з даного сегмента.

Методи конкуренції в бойових мистецтвах:

1) на основі критерію підвищення якості послуг (нецінова);

2) на основі критерію підвищення якості сервісу послуг;

3) на основі зниження ціни (цінова);

4) на основі використання всіх конкурентних переваг об’єкта і суб’єкта (інтегральна).

Конкуренція може відбуватися на таких рівнях:

• місцевому (в групі, секції, школі, клубі та ін.);

• регіональному (районі, місті, області і т. п.);

• національному (в країні);

• міжнаціональному (в декількох країнах);

• глобальному (у світовому масштабі).

Фактори, що впливають на конкурентну боротьбу:

1) розмір ринку - чим він ширший, тим сильніша конкуренція;

2) темпи зростання ринку - швидке зростання полегшує проникнення на ринок;

3) потужності - зайві потужності приводять до падіння цін;

4) перешкоди для входу або виходу з ринку - бар’єри, що захищають позицію організації, їхня відсутність робить ринки вразливими для проникнення туди неконкурентоспроможних новачків;

5) ціна;

6) рівень стандартизації послуг – ті хто займається бойовим мистецтвом мають перевагу, оскільки їм легше зорієнтуватися при виборі товару чи послуги;

7) мобільні технологічні модулі;

8) вимоги до розмірів необхідних капітальних вкладень - жорсткі вимоги підвищують ризик, створюють додаткові бар’єри входу - виходу;

9) вертикальна інтеграція підвищує вимоги до розмірів капіталу, призводить до значних відмінностей у конкурентоспроможності і витратах на надання послуг інтегрованих, частково інтегрованих і неінтегрованих організацій;

10) економія на масштабі - збільшує частку ринку, необхідну для досягнення конкурентоспроможності послуги;

11) швидке оновлення асортименту послуг.

Закон конкуренції - це закон, відповідно до якого в світі відбувається об’єктивний процес підвищення якості продукції і послуг, зниження їхньої питомої ціни. Закон конкуренції - об’єктивний процес «вимивання» з ринку неякісної дорогої послуги.

Антимонопольне законодавство регламентує норми, що обмежують монополістичну діяльність, принципи ведення конкурентної боротьби на ринку, повноваження державних органів по нагляду за дотриманням відповідних правових норм.

Антимонопольного законодавства в сфері бойових мистецтв в Україні і в багатьох інших країнах не існує, що забезпечує відносну свободу розвитку ринку бойових мистецтв, їх різноманіття.

*Діяльність в українському рукопаші “Спас” в умовах конкуренції.*

Український рукопаш “Спас” – український національний вид єдиноборств, заснований на традиціях ведення бою запорозького козацтва і який вбирає в себе кращі здобутки єдиноборств і бойових мистецтв світу.

Згідно цього в українському рукопаші “Спас” є унікальна ситуація, коли зберігаючи своє власне національне коріння і сутність є можливість збагачення кращим свтовим досвідом. Співпраця з іншими бойовими мстецтвами світу знімає в розвитку українського рукопашу “Спас” проблему жорсткої конкуренції.

В Україні український рукопаш “Спас” розвивається Всеукраїнською федерацією “Спас”, яка створює умови для його розвитку і запобігає кризисним аспектам конкуренції в сфері розвитку українського рукопашу “Спас”.

Напрямку розвитку українського рукопашу “Спас”:

* Спорт (українські національні види спорту);
* Культура (бойова куоттура України);
* Військово-патріотичне виховання;
* Оздоровча діяльність (козацька медицина);
* Козацька педагогіка;
* Соціально-горомадська діяльність;
* Наука.

За даними напрямками в Україні не працює повноцінна жодна федерація бойових мистецв. Саме цим ноу-хау в індустрії бойового мистецтва і забезпечується відсутність зовнішньої конкуренції для українського рукопашу “Спас” в сфері діяльності Всеукраїнської федерації “Спас”.

Однак безумовно існує в окремих сферах конкуренція з іншими системами і організаціями. Для зняття конкуренції в секторі спорту і спортивної діяльності Всеукраїнська федерація “Спас” подала ініціативу про офіційне визнання українського рукопашу “Спас” міністерством молоді і спорту України. В 2010 році український рукопаш “Спас” офіційно визнано в державі. Це до можливість розвивати український рукопаш “Спас” в держаному секторі.

Внутрішня конкуренція між школами бойового мистецтва “Спас” знімається узгодженостю дій між ними, тон яким задає Всеукраїнська федерація “Спас”. Одночасно конкуренція (між школами, спортсменами) сприяє розвитку методик, методів навчання реалізації бойового мистецтва.

В умовах конкуренції український рукопаш “Спас” розвивається на принципах:

* внутрішньої конкуренції (між осередками, школами, клубами);
* зовнішньої конкуренції (між федераціями з інших бойових мистецтв).