

СУЩНОСТЬ ФЕНОМЕНА КОНКУРЕНЦИИ КАК ЭКОНОМИЧЕСКОЙ КАТЕГОРИИ

Еремин Ярослав Геннадьевич
магистрант 2 курса, кафедра экономики и менеджмента
Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Россия. Владивосток

E-mail: yaroslav-eremin@yandex.ru; Тел. +7 9147982287
ул. Луговая, г. Владивосток, Приморский край, Россия, 690014

В данной статье рассматривается сущность феномена «конкуренции», как экономической категории, анализируется широкое разнообразие определений конкуренции, предлагаемых различными авторами, отмечается комплексный характер понятия «конкуренции», а также рассмотрены факторы, обуславливающие процесс формирования конкурентоспособной стратегии предприятия и особенности обеспечения конкурентоспособности

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: конкуренция, конкурентная стратегия, конкурентная среда, конкурентные преимущества, конкурентоспособность.

THE ESSENCE OF COMPETITION PHENOMENON AS AN ECONOMIC CATEGORY

This article considers the essence of the phenomenon of "competition" as an economic category, analyzes the wide variety of definitions of competition offered by various authors, notes the complex nature of the concept of "competition", and also considers the factors that determine the process of forming a competitive enterprise strategy and the features of ensuring competitiveness

KEYWORDS: competition, competitive strategy, competitive environment, competitive advantages, competitiveness.

Считается, что понятие конкуренции является одной из главных характеристик рыночной экономики. Причем в экономической литературе «конкуренция» - многоаспектное понятие, которое до сих пор не получила единого подхода к определению его сущности. В широком понимании конкуренция рассматривается, как «соперничество, состязание, столкновение двух и более лиц». Эволюция исследований в экономической теории понятия «конкуренции» охватывает научные подходы, начиная от Адама Смита.

Наибольший вклад в фундаментальное исследование конкуренции внесли И. Ансофф, К. Маркс, Д. Рикардо, Дж. Робинсон, Ф. Хайек, Э. Чемберлин, И. Шумпетер.

Весомый вклад в изучение конкурентоспособности внесли и российские ученые такие как: Г. Азоев, П. Завьялов, Фатхутдинов.

В современных рыночных условиях, когда одним из основных преимуществ компании на рынке являются его конкурентные преимущества, интересным остается аспект именно в определении сущности конкуренции хозяйствующих субъектов, что и является целью настоящего исследования.

Практический подход описан в законе РФ «О конкуренции», где рассматривается данное понятие с позиции состязательности хозяйствующих субъектов, «когда их самостоятельные действия эффективно ограничивают возможность каждого из них односторонне воздействовать на общие условия обращения товаров на соответствующем товарном рынке. [1] В этой роли конкуренция относится к внешним факторам, которые воздействуют на предприятие и не могут быть управляемы изнутри.

Анализ конкурентоспособности хозяйствующих субъектов возможен лишь на основе сущности самого понятия «конкуренции». Существует множество различных толкований этого понятия, что однозначно свидетельствует о важности конкуренции, как экономической категории.

Конкуренция, как понятие, в связи со своей многоаспектностью, должна рассматриваться с различных сторон и подходов, как категория многомерная

В научной литературе можно выделить четыре основных подхода к определению конкуренции. Во-первых, конкуренция может быть определена как состязательность на рынке за достижение наивысших результатов в производственной деятельности.

Во-вторых, конкуренция может рассматриваться, как элемент рыночного равновесия. Согласно классической экономической теории А.Смита, который называл конкуренцию «невидимой рукой» рынка, с ее помощью координируется деятельность хозяйствующих субъектов на рынке, устанавливается соотношение спроса и предложения, равновесная цена.

Согласно третьему подходу, конкуренция является критерием, с помощью которого определяется тип отраслевого рынка. Основой данного подхода является современная теория дифференциации рынка, которая определяет тип рынка, с учетом степени совершенства конкуренции обусловленное определенным поведением экономических субъектов. В данном случае конкуренция рассматривается не как соперничество, а как уровень зависимости условий рынка от поведения хозяйствующих субъектов.

Наконец, конкуренция может выступать как важнейший фактор, повышающий эффективность экономической системы, способствующий «очищению» рынка от неэффективных предприятий, рациональному использованию ресурсов, постоянным инновациям, для повышения конкурентоспособности. В процессе конкуренции товары на рынке проходят отбор, в процессе которого остаются только те продукты, которые потребители готовы купить. Остальные товары остаются невостребованными, и их производство сокращается

Основными условиями возникновения конкуренции являются экономическая обособленность субъектов рынка и их зависимость от его конъюнктуры. Тогда, целью конкуренции будет привлечение покупателей и максимизация прибыли. Предметом конкуренции будет являться товар или услуга, которые будут потребляться или использоваться максимальным количеством покупателей. Объектом конкуренции выступает потребитель или покупатель, расположение которого пытаются добиться конкуренты. В процессе борьбы за потребителей они стараются снизить цены своей продукции, уменьшить издержки производства при улучшении качества товаров и услуг.

На основании вышеизложенного, можно выделить следующие функции конкуренции:

- Функция размещения. Она проявляется в распределении ресурсов и направлении их в отрасли, товары и услуги, пользующиеся наибольшим спросом;
- Инновационная функция, проявляющаяся через повышение уровня качества продукции посредством использования новых технологий производства;
- Распределительная функция, которая создает условия, для получения прибыли успешными предприятиями и ведет к закрытию предприятия, чей товар не пользуется спросом.
- Адаптационная функция. Показывает приспособление предприятий ко внешним и внутренним условиям, для возможного расширения сферы хозяйственной деятельности;
- Функция контроля, регулирует поведение участников рынка, в целях ограничить существование монополии на рынках.

Таким образом, мы можем отметить, что конкурентность рынка определяется степенью влияния на рынок его участников. Чем меньше подобное влияние, тем

конкурентнее считается рынок. При этом субъекты, работающие на наиболее конкурентных рынках, имеют наименьшую экономическую прибыль.

Подводя итог, следует отметить, что конкуренция выступает сложным и многогранным явлением, что порождает сложности в даче единого определения конкуренции. Как экономическая категория, конкуренция охватывает всю экономику в целом, охватывая при этом как микро - , так и макроуровни. При этом являясь обязательным условием нормального функционирования рыночного механизма.

Таким образом, сущность конкуренции проявляется в следующих признаках: нацеленность производителя на запросы потребителя, рост эффективности производства, ликвидации неконкурентоспособных предприятий, стимулировании снижения цен и повышении качества товаров. Конкуренция, помимо положительных черт, во многом содержит и отрицательные, негативные характеристики, «выталкивающие» с рынка неконкурентоспособные предприятия, что приводит к формированию более высокого уровня конкурентоспособности.

Исходя из этого, под конкурентоспособностью будем понимать такое свойство хозяйствующих субъектов, которое позволит производить и продавать создаваемые ими товары и услуги с минимальными издержками, что приведет к лидирующему положению на рынке. Положительный результат деятельности предприятия, в свою очередь, зависит от уровня его конкурентоспособности, которая выражается результатом качественной и количественной оценки преимуществ предприятия по сравнению с другими субъектами рынка.

Можно сделать вывод, что конкурентоспособность хозяйствующих субъектов представляет собой интегральный показатель, который формируется через эффективное использование внутренних ресурсов предприятия, а также характеризуется способностью оперативно и адекватно реагировать на изменения в поведении потребителей на рынке. Соответственно, для оценки конкурентоспособности целесообразно учитывать как внутренний потенциал предприятия, так и его рыночные возможности

Прежде чем перейти к исследованию факторов и критериев хозяйствующих субъектов, логично дать определение субъекта хозяйственной деятельности. Обобщая изложенные в современной литературе подходы к определению предпринимательства, считаем, что предпринимательство представляет собой свободное экономическое хозяйствование в различных сферах деятельности, осуществляемое хозяйствующими субъектами в целях удовлетворения потребностей конкретных потребителей и общества в товарах (работах, услугах) и получения прибыли, необходимых для развития собственного дела и обеспечения собственных финансовых обязательств.

В соответствии с действующим законодательством РФ под хозяйствующим субъектом понимают:

— индивидуального предпринимателя — физическое лицо, осуществляющее предпринимательскую деятельность и зарегистрированное в качестве такового в установленном порядке;

— организацию (юридическое лицо).

Реализация предпринимательской активности предполагает функционирование в условиях конкурентной среды и требует от субъекта предпринимательства поддержания заданного рынком уровня конкурентоспособности. При этом многие ошибки в конкурентной борьбе обусловлены сложностью самого явления конкуренции, а также по причине того, что конкурентоспособность субъекта хозяйствующей деятельности подвержена совокупному влиянию множества внешних и внутренних факторов.

В настоящее время для оценки уровня конкурентоспособности предприятий и производимых товаров используется большое количество методик и показателей. Для комплексной оценки конкурентоспособности производства на предприятиях обычно используют следующие группы показателей: эффективности производства; финансового состояния предприятия; конкурентного потенциала предприятия; эффективности сбыта и

продвижения продукции; социальной эффективности; экологичности производства, конкурентоспособности продукции и имиджа предприятия. Комбинированное применение различных методов позволяет оценить реальное положение предприятия в конкурентной среде.

Однако использование одновременно всех методов нецелесообразно, так как анализ будет сильно усложнен из-за объемности расчетов. Поэтому для каждого субъекта хозяйствующей деятельности следует определить приоритетные параметры и критерии для оценки его конкурентоспособности.

Учитывая сказанное, требуется выявить различия в определении понятий фактора и критерия конкурентоспособности.

Критерий конкурентоспособности — это качественная и (или) количественная характеристика продукции, служащая основанием для оценки ее конкурентоспособности.

Единичный критерий конкурентоспособности относится к одной из простых характеристик, определяющих конкурентоспособность. Примером является продажная цена.

Комплексный критерий конкурентоспособности относится к совокупности характеристик, определяющих конкурентоспособность. Разновидностями комплексного критерия являются групповой и обобщенный критерии. Групповой критерий конкурентоспособности — это комплексный критерий, который относится к группе характеристик, определяющих конкурентоспособность товара, например: уровень качества, имидж, цена, информативность товара. Обобщенный критерий конкурентоспособности — это комплексный критерий, по которому принимают решение о результатах оценки конкурентоспособности продукции, например рейтинг товара.

Что касается факторов конкурентоспособности, то ими будут являться непосредственные причины, наличие которых необходимо и достаточно для изменения одного или нескольких критериев конкурентоспособности.

Анализ причин, по которым снижаются критерии конкурентоспособности и установления факторов, повышающих конкурентоспособность, так называемый факторный анализ — важный момент в деятельности хозяйствующих субъектов, так как уровень конкурентоспособности предприятия это переменная величина, требующая постоянного мониторинга и улучшения. Соответственно, факторы, определяющие конкурентоспособность разных уровней экономики, тоже могут быть различными.

Анализ эффективности деятельности можно выполнять не только путем прямого измерения эффективности всей компании или ее подразделений, но также путем сравнения результатов деятельности с результатами конкурентов или со стандартами или плановыми показателями на текущий период. В целом, измерение эффективности означает сравнение на трех уровнях:

- сравнение текущих результатов деятельности с прошлыми базовыми результатами;

- сравнение результатов между подразделениями (указывает на относительные достижения);

- сравнение фактических результатов и цели (лучше всего, так как концентрирует внимание на задачах).

Успех такого подхода к оценке эффективности зависит от точности и согласованности выбора параметров для сравнения.

Таким образом, для определения критерия конкурентоспособности целесообразно использовать два основных подхода: структурный и функциональный. Структурный подход, позволяет оценить конкурентоспособность можно по уровню монополизации отрасли, т. е. концентрации производства, капитала и барьеров для предприятий, которые входят на рынок. Согласно функциональному подходу, более конкурентоспособным будет являться то предприятие, где лучше организованы производство и сбыт продукции, управление финансами и маркетинговой политикой.

Изучение некоторых современных тенденций в развитии факторов конкурентоспособности, позволяет сделать вывод о том, что лидеры рынка, как правило, имеют следующие конкурентные преимущества: наличие собственной рыночной ниши, контроль качества и инновации в производстве, партнерство с другими предприятиями в смежных отраслях, быстрота действий и мобильность, квалификация персонала что позволяет воздействовать на такие факторы конкурентоспособности как: динамика масштабов и структуры спроса; технологические и маркетинговые инновации; динамика лидерства и эффективности; покупательские предпочтения и т.д.

Итак, рассмотрев различные факторы и критерии конкурентоспособности, приводимые современными учеными и экономистами-практиками, а также исходя из специфики данной статьи, выделим главные факторы конкурентоспособности хозяйствующих субъектов в современных условиях:

- способность постоянного совершенствования процесса оказания услуг;
- освоение и внедрение пользующихся спросом новых видов услуг;
- использование передовых технологий;
- повышение качества услуг;
- управление стоимостью предоставляемых услуг;
- совершенствование и развитие кадрового персонала;
- численность и сравнительная сила конкурирующих предприятий.

Таким образом, конкурентоспособность хозяйствующего субъекта предпринимательской деятельности не может рассматриваться без учета отраслевой специфики, его организационно-правовой формы, статуса и т.д. Для качественной и количественной оценки конкурентоспособности требуется комплексный подход, обусловленный сложностью и многоаспектностью понятия «конкуренция»

Подводя итоги, можно сказать, что категория "конкуренция" во всем своем многообразии представляет собой один из главных элементов рыночного механизма. Каждый хозяйствующий субъект, вынужден отвечать на повышение давления со стороны конкурентов, в полной мере учитывая максимально возможное количество критериев и факторов влияющих на его конкурентоспособность. При этом предприятию следует выработать конкурентную стратегию, которая может позволить удерживать собственные конкурентные преимущества в долгосрочной перспективе.

-
1. Шогенов Т.М. Критерии оценки конкурентоспособности АПК региона // Экономика и предпринимательство. 2017. С. 448-451.
 2. Рязанов А.С. Эволюция теории конкуренции // Вестник Московского университета им. С.Ю. Витте. 2017. С. 21-30.
 3. Козырев А. А. Конкуренция как экономический феномен: Основные направления исследований // Управленческое консультирование - Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации 2014. С. 29-35.
 4. Андронов, Д. А. Управление стратегической конкурентоспособностью компании // Экономика, предпринимательство и право. 2011. № 5 (5).С. 16–21.
 5. Мерзлов И.Ю. Конкурентный потенциал хозяйствующих субъектов и управление им / И.Ю. Мерзлов // Вестник Пермского университета. Серия: Экономика. – 2013. – № 1 (16). – С. 76-82.
 6. Саидов З.А. Конкурентная среда организаций как система факторов и механизмов ее формирования / З.А. Саидов // Экономика, социология и право. – 2014. – № 2. – С. 73-76.