УДК 352:332

К. В. Королева

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПРИРОДА КОНКУРЕНЦИИ КАК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

В статье идет речь о теоретических основах конкуренции и конкурентоспособности: даны определения, сформулированные некоторыми авторами; выявлены виды, формы и методы; изучены факторы конкурентоспособности.

Ключевые слова: *конкуренция, виды конкуренции, конкурентоспособность.*

UDK 352:332

K. V. Koroleva

THE ECONOMIC NATURE OF COMPETITION AS A FACTOR OF COMPETITIVENESS

The article offens theoretical stady of competetion and competitiveness as factor of development and get proftability. Conception the competition.

Keywords: *competition, competitiveness, process and principle of management competition*

Конкуренция в переводе с латинского означает «сталкивание». Она является формой взаимного соперничества субъектов рыночной экономики. Средством конкуренции являются товары и услуги, с помощью которых соперничающие фирмы стремятся завоевать признание и получить деньги потребителя.

Теория конкуренции была обобщена Адамом Смитом в работе «Исследование о природе и причине богатства народов» (1776 г.). Новизна теории конкуренции А. Смита заключалась в том, что он впервые:

- сформулировал понятие конкуренции как соперничества, повышающего цены (при сокращении предложения) и уменьшающего цены (при избытке предложения);
- сформулировал главный принцип конкуренции - принцип «невидимой руки», в соответствии с которым «рука» заставляет предпринимателей действовать в соответствии с неким «идеальным» планом развития экономики, безжалостно вытесняет фирмы, занятые производством ненужной рынку продукции;
- разработал теоретически очень тонкий и гибкий механизм конкуренции, который объективно уравновешивает отраслевую норму прибыли, приводит к оптимальному распределению ресурсов между отраслями. Тонкость механизма конкуренции заключается в том, что при сокращении спроса на товар наибольшие трудности испытывают фирмы, выпускающие некачественную или излишне дорогую продукцию. Гибкость механизма конкуренции проявляется в его мгновенной реакции на любые изменения обстановки во внешней среде. Быстро адаптируются к среде мобильные фирмы;
- определил основные условия эффективной конкуренции, включающие наличие большого количества продавцов и покупателей, исчерпывающую информацию, мобильность используемых ресурсов, невозможность каждого продавца оказывать существенное влияние на изменение рыночной цены товара (при сохранении его качества или качества сервиса);
- разработал модель усиления и развития конкуренции; доказал, что в условиях рыночных отношений возможно максимальное удовлетворение потребностей потребителей и наилучшее использование ресурсов в масштабе общества в целом.[1]

Однако сам термин «конкуренция» часто понимается экономистами в различных смыслах. Чтобы глубже понять сущность конкуренции, приведем ее определения, сформулированные некоторыми авторами.

[1] Смит А. Исследование о природе и причине богатства народов. – М., 1962

«Конкуренция есть стремление как можно лучше удовлетворить критериям доступа к редким благам», - считает современный американский экономист П. Хейне.[2]

Й. Шумпетер утверждал, что с позиций экономического роста конкуренция представляет собой соперничество старого с новым: новые товары, новые технологии, новые источники обеспечения потребностей, новые типы организации.[3]

К.Р. Макконел и С.Л. Брю считают, что конкуренция - это наличие на рынке большого числа независимых покупателей и продавцов, возможность для покупателей и продавцов свободно выходить на рынок и покидать его.[4]

Нобелевский лауреат по экономике 1974 года, австрийский ученый Фридрих А. фон Хайек отмечает, что конкуренция - процесс, посредством которого люди получают и передают знания. По его мнению, на рынке только благодаря конкуренции скрытое становится явным. Конкуренция ведет к лучшему использованию способностей и знаний. Большая часть достигнутых человеческих благ получена именно путем состязания, конкуренции. Конкуренция требует рационального поведения как условия пребывания на рынке. Конкуренция стимулирует рациональность.[5]

В своей книге «Конкуренция» М. Портер отмечает, что конкуренция -динамичный и развивающийся процесс, непрерывно меняющийся ландшафт, на котором появляются новые товары, новые пути маркетинга, новые производственные процессы и новые рыночные сегменты.[6]

Г.Л. Азоев под конкуренцией понимает соперничество на каком-либо поприще между отдельными юридическими или физическими лицами (конкурентами), заинтересованными в достижении одной и той же цели. С точки зрения предприятия такой целью является максимизация прибыли за счет завоевания предпочтений потребителей.[7]

Л.Ю. Юданов утверждает, что рыночная конкуренция - борьба фирм за ограниченный объем платежеспособного спроса потребителей, ведущийся ими на доступных сегментах рынка.[8]

Однако до сих пор отсутствует единое понятие «конкуренция». Разные авторы придерживаются одной из трех трактовок конкуренции: поведенческой, структурной и функциональной.

Поведенческая трактовка конкуренции - борьба за деньги покупателя путем удовлетворения его потребностей.

Структурная трактовка конкуренции - анализ структуры рынка для определения степени свободы продавца и покупателя на рынке (формы рынка) и способа выхода из него.

Функциональная трактовка конкуренции — соперничество старого с новым, с инновациями, когда скрытое становится явным.

Анализ структуры и содержания формулировок и трактовок понятия «конкуренция» позволяет сделать следующие выводы:

а) понятия «конкуренция», предложенные различными авторами, не в полной мере отвечают требованиям системности и комплексности, т.е. они характеризуют только один из множества аспектов конкуренции;

б) многообразие подходов к формулированию понятия: один автор под конкуренцией понимает соперничество (борьбу) фирм, то есть юридических лиц, другой - соперничество физических лиц, третий - как наличие на рынке достаточного количества продавцов и покупателей, четвертый - ситуацию, пятый - стремление, шестой - процесс и т.д.;

в) приведенные понятия не охватывают конкуренцию среди любых социальных, производственных и биологических систем;

г) понятия не отражают конкуренцию как единство статики и динамики соперни-

---

[2] Хейне П. Экономический образ мышления. – М.:Новости, 1991.

[3] Шумпетер И. Теория экономического развития. – М.: Прогресс, 1982.

[4] Макконелл К.Р., Брю С.Л. Экономикс. Принципы, проблемы и политика. Том 1/ Под ред. Пороховского А.А. - М., 1996.

[5] Хайек Ф.А. Познание, конкуренция и свобода. – СПб.: Пневма, 1999.

[6] Портер М. Конкуренция.: Пер. с англ.: - Изд.дом «Вильямс», 2001.

[7] Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика. – М.: Центр экономики и маркетинга, 1996.

[8] Юданов А.Ю. Конкуренция: теория и практика: учеб.пос. – 2-е изд. – М.: Гном-Пресс, 1998.

чества, выживания систем в заранее заданных или неопределенных условиях;

д) понятия не увязаны с законодательством.

Нами предлагается следующее определение: конкуренция - это процесс управления субъектами хозяйствования своими конкурентными преимуществами в соревновании с другими участниками рынка для достижения своих целей в рамках законодательства либо в естественных условиях.

По степени интенсивности конкуренция может быть:

– привлекательной, когда в данном сегменте субъект качественнее удовлетворяет свои потребности или получает прибыли больше, чем в предыдущем сегменте;

– умеренной, когда действия субъекта конкуренции поддерживают конкурентную среду в данном сегменте рынка;

– ожесточенной для объекта конкуренции, когда субъект поглощает, уничтожает либо вытесняет объект из данного сегмента;

– ожесточенной для субъекта конкуренции, когда объект (конкурент) поглощает, уничтожает либо изгоняет субъект из данного сегмента.

Формы конкуренции:

• предметная - конкуренция между товарами одной ассортиментной группы, между аналогичными объектами, удовлетворяющими одну и ту же потребность;

• функциональная - конкуренция между товарами (объектами) заменителями.

Методы конкуренции:

• на основе критерия повышения качества товара (неценовая);

• на основе критерия повышения качества сервиса товара;

• на основе снижения цены (ценовая);

• на основе снижения эксплутационных затрат у потребителя товара;

• на основе использования всех конкурентных преимуществ объекта и субъекта (интегральная).

Конкуренция может происходить на следующих уровнях:

• местном (в группе, отделе, организации и т.п.);

• региональном (районе, городе, области и т.п.);

• национальном (в стране);

• межнациональном (в нескольких странах);

• глобальном (в мировом масштабе, без конкретно определенных стран).

Факторы, влияющие на конкурентную борьбу:

1) размер рынка - чем больше, тем сильнее конкуренты;

2) темп роста рынка - быстрый рост облегчает проникновение на рынок;

3) мощности - излишние мощности приводят к падению цен;

4) препятствия для входа или выхода из рынка - барьеры защищают позицию фирмы, их отсутствие делает рынки уязвимыми для проникновения туда неконкурентоспособных новичков;

5) цена;

6) уровень стандартизации товаров - покупатели имеют преимущество, так как им легко переключиться с одного товара на другой;

7) мобильные технологические модули;

8) требования к размерам необходимых капитальных вложений -жесткие требования повышают риск, создают дополнительные барьеры входа - выхода;

9) экономия на масштабе - увеличивает долю рынка, необходимую для достижения конкурентоспособности товара;

10) быстрое обновление ассортимента выпускаемой продукции.

Конкуренция обязывает товар быть конкурентоспособным, а конкурентоспособность товара обусловливает саму конкуренцию. Существует диалектическая зависимость конкуренции от конкурентоспособности: второе вытекает из первого, образуя базу, которая в свою очередь, создает условия для произрастания первого. Конкурентоспособность является базой для возникновения конкуренции. Сама конкуренция, только возникнув, ставит границы и предъявляет свои требования к конкурентоспособности товара или услуги.

Современные концепции западной экономической мысли по-разному трактуют понятие «конкурентоспособность». Например, М. Портер предлагает отказаться от термина «конкурентная страна». «Главная цель государства в экономике - обеспечить своим гражданам достаточно высокий и повышающийся уровень жизни. Способность государства сделать это зависит не от какого-то аморфного понятия «конкурентоспособность», а от того, насколько продук-

тивно используются национальные ресурсы - труд и капитал. Продуктивность выражается в стоимости отдачи от единицы труда или капитала. Она зависит как от качества и характеристик продуктов, так и от эффективности, с которой такие товары производятся. В конечном счете, продуктивность - главная определяющая уровня жизни в стране, поскольку в ней – основной источник дохода на душу населения. Продуктивность людских ресурсов определяет их заработную плату, а продуктивность использования капитала – доход, который получают его владельцы.

Конкурентоспособность обусловлена эффективностью, с которой фирмы на местах используют мощности для производства товаров и услуг. Производительность и преуспевание в заданной местности определяются не тем, в каких отраслях конкурируют фирмы, а тем, каким образом они ведут конкурентную борьбу. Традиционные различия между высокой технологией и низкой технологией, между сферой производства и обслуживания имеют мало отношения к экономике, в которой практически все отрасли могут использовать передовые технологии и высококвалифицированный персонал для достижения высокого уровня производительности».

«Европейский форум по проблемам управления» определил, что конкурентоспособность - это реальная и потенциальная возможности фирм в существующих для них условиях проектировать, изготовлять и сбывать товары, которые по ценовым и неценовым характеристикам более привлекательны для потребителя, чем товары их конкурентов.

Международные экономические организации, такие как Всемирный экологический форум, Мировой банк оценивают конкурентоспособность экономики страны по 330 критериям, выделяя ряд определяющих факторов: совокупная мощь страны (экономический потенциал); интернационализация (степень участия в международной торговле и инвестиционных потоках); правительство (стимулирующая роль государства), финансы (функционирование рынка капиталов и качество финансовых услуг); инфраструктура (соответствие ресурсов базовым потребностям бизнеса); наука и технология (потенциал и результативность НИОКР); люди (численность и качество трудовых ресурсов). Конкурентоспособность экономики страны определяется как результат взаимодействия перечисленных факторов, особенностей хозяйственно-политической среды, организационных способностей и эффективности механизма функционирования экономики, её хозяйствующих субъектов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика. – М: Центр экономики и маркетинга, 1996. – 280 с.

2. Макконелл К.Р., Брю С.Л. Экономикс. Принципы, проблемы и политика. Том 1/ Под ред. Пороховского А.А. - М., 1996. – 527 с.

3. Портер М. Конкуренция.:Пер. с англ.: - Изд.дом «Вильямс», 2001. – 608 с.

4. Смит А. Исследование о природе и причине богатства народов. – М., 1962. – 684 с.

5. Хайек Ф.А. Познание, конкуренция и свобода. – СПб.: Пневма, 1999. – 287 с.

6. Хейне П. Экономический образ мышления. – М.:Новости, 1991. – 704 с.

7. Шумпетер И. Теория экономического развития. – М.: Прогресс, 1982. – 540 с.

8. Юданов А.Ю. Конкуренция: теория и практика: учеб.пос. – 2-е изд. – М.: Гном-Пресс, 1998. – 457 с.