

*Бакальская Е.В.,
кандидат экономических наук,
преподаватель кафедры экономики и организации производства
Ульяновского государственного университета*

Россия, г. Ульяновск

Безногова В.И.

*3 курс, факультет трансферных специальностей
Ульяновского государственного университета*

Россия, г. Ульяновск

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПРИРОДА КОНКУРЕНЦИИ

***Аннотация:** переход российской экономики на рыночные условия хозяйствования обусловил рост интереса теоретиков и практиков-экономистов к таким атрибутам рынка как конкуренция и конкурентоспособность предприятий. В этой связи необходимо выяснить, какова экономическая природа этих категорий.*

***Ключевые слова:** рыночная экономика, конкуренция, конкурентоспособность, конкурентные преимущества, факторы, влияющие на конкурентоспособность.*

***Annotation:** transition of the Russian economy to market conditions of managing caused growth of interest of theorists and experts economists to such attributes of the market as the competition and competitiveness of the enterprises. In this regard it is necessary to find out, what economic nature of these categories.*

***Keywords:** market economy, the competition, the competitiveness, competitive advantages, the factors influencing competitiveness.*

Конкуренция - это соревнование между субъектами экономики, заключающееся в борьбе за рынки сбыта товаров для получения наибольшей

выгоды и прибыли. Конкуренция является одним из самых результативных механизмов регулирования рыночной экономики, а также современной и законной формой борьбы за выживание.

Интерпретация понятия «конкуренция» свойственен для работ М. Портера. По мнению автора, суть конкуренции «выражается пятью силами:

- 1) угрозой появления новых конкурентов;
- 2) угрозой появления товаров-заменителей;
- 3) способностью поставщиков комплектующих изделий торговаться;
- 4) способностью покупателей торговаться;
- 5) соперничеством уже имеющихся конкурентов между собой.

Значение каждой из пяти сил меняется от отрасли к отрасли и предопределяет, в конечном счете, прибыльность отраслей» [1].

Конкурентная борьба за экономическое процветание и выживание есть экономический закон рыночного хозяйства. Это борьба среди продавцов, среди покупателей, между продавцами и покупателями. Продавцы хотят продать свои продукты подороже, но конкуренция вынуждает их сбывать свою продукцию дешевле, чтобы стимулировать покупательский спрос. Иногда на рынке применяется демпинг — продажа товаров по чрезвычайно низким (так называемым бросовым) ценам. В условиях усиления конкурентной борьбы для каждого продавца на первый план выходит задача сохранения и повышения собственной конкурентоспособности.

Главная функция конкуренции – регулирование рыночных цен, обеспечивающее рациональное распределение ресурсов и доходов. Рыночные цены неподвластны субъектам рынка и оценивают эффективность их деятельности. В конкурентной борьбе побеждает тот, кто предлагает рынку продукт данной потребительской ценности по более низкой цене. Следовательно, цена – главный объект конкуренции, а ценовая конкуренция – основной метод конкурентной борьбы.

Со стороны государства идет немаловажная помощь. Задача государства состоит в формировании и поддержании конкурентной среды, создании комфортных условий для развития конкурентных отношений и недопущении развития монополизма как преобладающего типа экономических отношений, способного затормозить развитие цивилизованных форм и добросовестных методов конкуренции и привести к негативным социально-экономическим последствиям.

Можно выделить следующие виды конкуренции в зависимости от соотношения спроса и предложения (разновидности совершенной и несовершенной конкуренции): чистая, олигополистическая, монополистическая.

Совершенная конкуренция относится к числу фундаментальных экономических понятий. Ее исследование предполагает понимание внутренних закономерностей развития экономической науки, т.е. обращение к методологии и истории экономической мысли, а также к учебникам экономической теории, на основе которых формируется современное экономическое мышление. Отношение к этому понятию двойственное. Его считают как эвристически полезным, так и не совместимым с реальным развитием экономической теории, в частности теории фирмы[2].

Чистая (второе название совершенная) конкуренция – это борьба за лидерство, которая происходит на рынке, где взаимодействуют остальные предприятия, которые производят однородные товары или услуги. На рынке чистой конкуренции ни покупатель, ни продавец не оказывает влияние на колебание или изменение текущих цен товаров или услуг.

Олигополистическая конкуренция – это конкуренция, которая характеризуется наличием на рынке нескольких продавцов, производящие однородный, стандартный или дифференцированный продукт или услугу. При таком положении рынка доступ на него затруднен и осуществляется контроль за ценами. Олигополистический рынок состоит из небольшого

числа крупных предприятий (от 2 до 24). Если два продавца, то это дуополия, или частный случай олигополии, ибо это уже не монополия. Верхний предел условно ограничен 24 хозяйствующими субъектами, так как с числа 25 начинается отсчет структур монополистической конкуренции[4].

Монополистическая конкуренция – одна из форм несовершенной конкуренции. Сочетание элементов монополии и конкуренции определяет поведение фирм на этом рынке, для обозначения которого экономисты не случайно используют название, включающее оба эти термина[3].

Многие отрасли российской экономики являются отраслями с монополистической конкуренцией. В частности монополистическая конкуренция имеет место в таких отраслях, как розничная торговля, оптовая торговля, строительство и др. Рынки с монополистической конкуренцией обладают низкими показателями концентрации. Участники рынков с монополистической конкуренцией — это предприятия малого и среднего бизнеса.

Таким образом, конкурентоспособность предприятия - это оцененная в данный момент времени реальная и потенциальная способность эффективного функционирования предприятия на рынке. Где предприятие может адаптироваться к условиям динамично развивающейся внешней среды по различным направлениям деятельности корпорации и реализовывать свой совокупный потенциал.

Использованные источники:

1. Иохин В. Я. Экономическая теория. - Экономистъ, 2006.- 861 с.
2. Портер М. Международная конкуренция / пер. с англ.; под ред. и с предисл. В. Д. Щетинина. М.: Международные отношения, 1993. - 896 с.
3. Стиглер Дж. Дж. Совершенная конкуренция: исторический ракурс // Теория фирмы. СПб.: Экономическая школа, 1995.- 350 с.
4. Тарануха Ю.В. Конкуренция и конкурентоспособность. Русайнс.М.,2015. - 34 с.