

Всероссийское СМИ

«Академия педагогических идей «НОВАЦИЯ»

Свидетельство о регистрации Эл №ФС 77-62011 от 05.06.2015 г.

(выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций)

Сайт: akademnova.ru

e-mail: akademnova@mail.ru

Миклашова Е.В. Теоретические подходы к определению конкуренции // Академия педагогических идей «Новация». Серия: Студенческий научный вестник. – 2017. – № 02 (февраль). – АРТ 29-эл. – 0,4 п.л. - URL: <http://akademnova.ru/page/875550>

РУБРИКА: ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

УДК 339.137.2

Миклашова Екатерина Викторовна

студентка 2 курса магистратуры, кафедра «Экономика»

Омский Государственный Университет Путей Сообщения, ОмГУПС

г. Омск, Российская Федерация

e-mail: ekaterinamiklashova@mail.ru

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ КОНКУРЕНЦИИ

Аннотация: В статье рассматриваются основные подходы к определению понятия конкуренция.

Ключевые слова: конкуренция, становление конкурентной среды.

Miklashova Ekaterina

2nd year student of Magistracy, the Department of "Economics"

Supervisor: .Isaenko, Ph.D., Associate Professor

Omsk State Transport University

Omsk, Russian Federation

e-mail: ekaterinamiklashova@mail.ru

Всероссийское СМИ

«Академия педагогических идей «НОВАЦИЯ»

Свидетельство о регистрации Эл №ФС 77-62011 от 05.06.2015 г.

(выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций)

Сайт: akademnova.ru

e-mail: akademnova@mail.ru

THEORETICAL APPROACHES TO THE DEFINITION OF COMPETITION

Abstract: In article the main approaches to determination of a concept the competition are considered.

Key words: competition, establishment of a competitive environment.

Одним из главных условий функционирования и развития рыночной экономики выступает конкуренция, представляющая собой «соперничество», «соревнование между выступающими на рынке предприятиями, имеющее целью обеспечить лучшие возможности сбыта своей продукции, удовлетворение разнообразных потребностей покупателей» [1]. Конкуренция является важнейшим элементом развития экономики страны. Однако, помимо общегосударственных задач, конкуренция имеет большое значение, как для организаций, так и для общества. В современных условиях рыночной экономики основной целью для любой фирмы является сохранение или расширение занимаемых позиций на рынке или его сегменте, стабильное получение прибыли или ее рост. Данные цели достигаются благодаря тому, как фирма будет вести конкурентную борьбу и использовать свои конкурентные преимущества, что определяет значимость и актуальность исследования понятия конкуренции.

Становление конкурентной среды требует соответствующего приспособления предприятий к новым для них условиям, разработки новых и корректировки применяемых методов хозяйствования, стратегии и тактики поведения на рынке, т.е. способности реализовать свои цели в противостоянии с конкурентами.

Всероссийское СМИ

«Академия педагогических идей «НОВАЦИЯ»

Свидетельство о регистрации Эл №ФС 77-62011 от 05.06.2015 г.

(выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций)

Сайт: akademnova.ru

e-mail: akademnova@mail.ru

Конкуренция является ключевым звеном в функционировании всего механизма рынка и рыночной экономики в целом. Ведущая роль конкуренции для функционирования рыночной экономики была установлена в рамках классической экономической теории в XVII в. А. Смитом, его знаменитым принципом «невидимой руки» [2]. Основные подходы к определению конкуренции представлены в таблице 1.

Таблица 1. Определения экономического содержания категории «конкуренции»

Автор	Определение конкуренции
1	2
А.Смит	Конкуренция - это «ниточки», дергая за которые «невидимая рука» рынка заставляет предпринимателей действовать в соответствии с неким «идеальным» планом развития экономики
Дж.Миль	Конкуренция - это регулировщик цен, заработной платы, ренты, она сама по себе является законом, который устанавливает правила этого регулирования
П.Хайне	Конкуренция есть стремление как можно лучше удовлетворить критериям доступа к редким благам
Ф. Найт	Конкуренция - это ситуация, в которой конкурирующих единиц много и они независимы
К. Р. Макконнелл, С. Л.Брю	Конкуренция - наличие на рынке большого числа независимых покупателей и продавцов и возможность для покупателей и продавцов свободно выходить на рынок и покидать его
Ф.Хайек	Конкуренция - это процедура открытия, благодаря которой скрытое становится явным. Она ведет к лучшему использованию знаний и способностей людей и стимулирует рациональность. Конкуренция приводит к увеличению эффективности и призывает к большей внимательности
Й.Шумпетер	Эффективная конкуренция - это динамическая конкуренция, когда за счет инноваций уменьшаются издержки производства и растет качество продукции, увеличиваются объемы производства и производительность труда, снижаются цены. Нововведения в продукте, технологии, организации производства и сбыта, управлении фирмой - это стержень конкуренции нового типа, значительно более эффективной, чем традиционная ценовая конкуренция; соперничество старого с новым, с инновациями
М. Вебер	Конкуренция - это «мирные попытки установления контроля над возможностями и преимуществами, которые также желаемы другими»

Всероссийское СМИ

«Академия педагогических идей «НОВАЦИЯ»

Свидетельство о регистрации Эл №ФС 77-62011 от 05.06.2015 г.

(выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций)

Сайт: akademnova.ru

e-mail: akademnova@mail.ru

М. Портер	Конкуренция - динамичный и развивающийся процесс, непрерывно меняющийся ландшафт, на котором появляются новые товары, новые пути маркетинга, новые производственные процессы и новые рыночные сегменты
Г.Л.Азоев	Конкуренция - это соперничество на каком-либо поприще между отдельными юридическими и физическими лицами (конкурентами), заинтересованными в достижении одной и той же цели
А.Ю.Юданов	Конкуренция - это борьба фирм за ограниченный объем платежеспособного спроса потребителей, ведущаяся ими на доступных сегментах рынка
Р.А.Фатхутдинов	Конкуренция - процесс управления субъектом своими конкурентными преимуществами для одержания победы или достижения других целей в борьбе с конкурентами за удовлетворение объективных или субъективных потребностей в рамках законодательства либо в естественных условиях. Конкуренция является движущей силой развития субъектов и объектов управления, общества в целом

Делая первые шаги к рассмотрению конкуренции как эффективного механизма ценового регулирования, А. Смит рассматривал ее как важнейший механизм обеспечения эффективности, пропорциональности и динамики рыночной экономики. Согласно его концепции, предприятие создает конкурентоспособный товар и экспортирует его, если издержки на его производство ниже, чем в других странах. Практически он предложил набросок модели совершенной конкуренции, впервые доказав, что конкуренция, уравнивая нормы прибыли, приводит к оптимальному распределению труда и капитала, оптимизирует экономическую эффективность.

Дальнейшее развитие идеи ценового регулирования рынка с помощью конкуренции принадлежат Д. Рикардо, разработавшему теоретическую модель совершенной конкуренции. Для ее описания автор сконцентрировал внимание на том, как функционирует рыночная конкурентная система в долгосрочной перспективе, абстрагировавшись от «деталей», связанных с государственным регулированием, монопольной властью, географическим

положением рынка, которые в долгосрочной перспективе не имеют решающего значения [3].

Свой вклад в концептуальные основы формирования рыночного хозяйства внес Дж. С. Милль, который отмечал: «Принимая во внимание то, что конкуренция является единственным регулировщиком цен, заработной платы, ренты, она сама по себе является законом, который устанавливает правила этого регулирования». Такой подход позволил Дж. С. Миллю внести существенный вклад в теорию конкуренции: он сформулировал уравнение международного спроса, дал классификацию ценовой эластичности спроса, разработал понятие экономии на масштабах альтернативных издержек [4]. В продолжение классиков экономической теории целый ряд исследователей анализировали совершенную конкуренцию. Применение сформулированного К. Марксом в «Капитале» закона прибавочной стоимости и средней нормы прибыли стало возможным на основе использования теории совершенной конкуренции.

В классической модели, получившей название «крест Маршалла», обоснован процесс автоматического установления равновесия на рынке с помощью совершенной (чистой) конкуренции и действия законов предельной полезности. Другой заслугой А. Маршалла является то, что он показал «условности» модели совершенной конкуренции и создал основы новой модели конкуренции - монополистической.

Оценивая достижения экономической науки с позиций XX века, Й.Шумпетер отмечал, что модель совершенной конкуренции объясняла только один вид конкуренции - ценовой, актуальность которого теряется при создании новых товаров, технологий [5]. Модель совершенной конкуренции не отражала корни конкуренции, динамику конкурентной борьбы, не учитывала важность временного фактора. В силу этих недостатков научная

мысль непреложно должна была обратиться к рассмотрению других типов рыночных структур и других форм взаимодействия участников рыночного обмена.

Экономическая мысль XVIII, XIX, начала XX века заложила основы научных представлений о сущности конкуренции, ее движущих силах. Механизмы конкуренции различаются в разных отраслях экономики и на различных товарных рынках. Как известно, традиционно выделяются четыре классических типа конкуренции, соответствующих структуре отрасли: совершенная (чистая), монополистическая, олигополия, чистая монополия.

Оценка роли конкуренции в рыночной экономике зависит от исходной точки зрения, в связи, с чем выделяются поведенческий, структурный и функциональный подходы. Поведенческая трактовка описывает конкуренцию как соперничество, возникающее между продавцами (покупателями) за наиболее выгодные условия продажи (покупки) товара. Основоположником такого подхода считается А. Смит, основные идеи структурной трактовки отражены в работах Д. Курно, Дж. Робинсон, Ф. Эджуорта. При структурном подходе акцент переводится с самой борьбы конкурентов на анализ структуры рынка и условий, господствующих на нем [6]. Функциональный подход, разработанный Й. Шумпетером, в центре внимания помещает роль конкуренции в экономике: именно механизм конкуренции вытесняет с рынка нежизнеспособных производителей.

В рамках экономического подхода под конкуренцией в рыночном хозяйстве понимается экономический процесс взаимодействия, взаимосвязи и борьбы собственников товаров и услуг за наиболее выгодные условия производства и реализации. Исследовательский интерес представляют определения конкуренции с экономических позиций. В таком ключе П. Самуэльсон трактует конкуренцию как тщательно разработанный, сложный

механизм координации, объективно реализуемой через систему цен и рынков. Конкуренция в трактовке П. Самуэльсона - это средство объединения знаний и действий миллионов разнообразных индивидуумов [7]. Синтез статической и динамической моделей конкуренции нашел свое отражение в работах Ф. Хайека. Он считает, что экономическая теория просто неправильно использует сам термин «конкуренция». Согласно его точке зрения, конкуренцию следует рассматривать более широко, не только и не столько в качестве стратегии взаимодействия фирм на рынке, но и в качестве движущей силы экономической жизни. Поэтому Хайек делает различие между конкуренцией как процессом динамическим по своей природе и конкурентным равновесием - статической версией модели рынка. Особое значение отводит несовершенству знания, невозможности обладания всей полнотой информации о существенных факторах рынка всеми участниками рыночных операций. Отсюда возникает и особая функция конкуренции - определение того, как наилучшим образом использовать знание, не имеющееся у каждого агента в полном объеме.

По определению М. Вебера, конкуренция - это «мирные попытки установления контроля над возможностями и преимуществами, которые также желаемы другими» [5]. В такой интерпретации конкурентная борьба имеет целью не обладание какими-либо возможными преимуществами и не получение их, а осуществление контроля над ними, что с нашей точки зрения верно и дополняет приведенные выше подходы к исследуемому понятию.

Для развития теории конкуренции и конкурентоспособности очень важное значение имеют инструменты определения силы конкуренции. В 70-е годы XX века теория конкуренции и конкурентоспособности получила развитие в работах М.Портера из Гарвардской школы бизнеса, который

комплексно рассмотрел методы формирования эффективных конкурентных стратегий и методы определения интенсивности конкуренции. [8].

Теория конкуренции М. Портера основывается на комплексном анализе методов формирования эффективных конкурентных стратегий и методов определения интенсивности конкуренции. Хотя конкурентные условия на различных рынках никогда не бывают одинаковыми, процессы соперничества на них аналогичны настолько, что можно использовать общую аналитическую схему для определения природы и интенсивности конкурентных сил. Он убедительно продемонстрировал, что состояние конкуренции в отрасли является результатом действия пяти конкурентных сил:

1. соперничество между конкурирующими продавцами в отрасли;
2. рыночные попытки компаний из других отраслей завоевать потребителей с помощью своих товаров-заменителей;
3. потенциальное появление новых конкурентов;
4. рыночная власть и средства воздействия, используемые поставщиками сырья;
5. рыночная власть и средства воздействия, используемые потребителями продукции[8].

Рассмотрев описанные подходы к определению понятия конкуренции, можно сделать вывод о том, что каждый из них включает в себе те или иные аспекты данного понятия. В основном приведенные выше определения не противоречат, а, скорее, дополняют друг друга, что не позволяет рассматривать их по отдельности в качестве достаточно цельной характеристики понятия конкуренции.

Проанализировав имеющиеся трактовки понятия «конкуренция» можно проследить три основных подхода. В первом случае конкуренция

Всероссийское СМИ

«Академия педагогических идей «НОВАЦИЯ»

Свидетельство о регистрации Эл №ФС 77-62011 от 05.06.2015 г.

(выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций)

Сайт: akademnova.ru

e-mail: akademnova@mail.ru

представляет собой саморегулирующийся процесс. Во втором подходе конкуренция рассматривается как соперничество на рынке за достижение наиболее благоприятных условий существования организации и максимизации прибыли. И третий подход выделяет социальную (потребительскую) направленность процесса ведения конкурентной борьбы.

Также хотелось бы выделить еще одно условие: соперничество организаций на рынке приводит к постоянному изменению условий хозяйствования и состояния рынка, и для ведения достойной конкурентной борьбы организации вынуждены приспосабливаться к сложившимся условиям. Другими словами, конкуренция является системообразующей составляющей рынка и рыночных отношений, она формирует спрос и предложение, ценообразование, экономическую модель рынка, активизирует инновационные процессы, то есть определяет конъюнктуру рынка. Таким образом, конкуренцию можно рассматривать как динамический процесс, в ходе которого организации вынуждены использовать новые технологии, привлекать инвестиции, адаптироваться к постоянно меняющимся условиям рынка.

Необходимо отметить, что в работах некоторых экономистов встречается определение конкуренции, которое характеризуется деятельностью организации в вытеснении и избавлении от конкурентов. Однако не стоит полностью соглашаться с данной точкой зрения. По моему мнению, конкуренция подразумевает собой скорее завоевание определенной части рынка, а не полное вытеснение конкурентов. По крайней мере, борьба на рынке ведется не в целях истребления конкурентов, это, скорее, является в некоторых случаях следствием, а не стремлением. Таким образом, обобщая, под конкуренцией можно понимать динамический процесс, в ходе которого его участники вступают в соперничество между собой для реализации более

выгодных условий своего существования и достижения преимуществ над конкурентами, в результате которого активизируются инновационные процессы, повышается эффективность деятельности организации, происходит вытеснение, вплоть до полного исключения менее эффективных предприятий.

Список использованной литературы:

1. Е.А. Оценка конкурентоспособности предприятия/ Е.А Иванова // Учеб.пособие. – Ростов-н/Д; Феникс 2012
2. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов/А.Смит//Антология экономической классики: сборник: -М.: Бизнес-Пресс, 2013.- Т.1.-С79-396
3. Рикардо Д. Принципы политической экономии и налогообложения. /Д.Рикарда// -Мн.:БГУ, 2014. – С.120-122
4. Мазилкина Е.И, Управление конкурентоспособностью/ Е.И Мазилкина, Т.Г Паничкина//– М.:Омега-Л, 2014
5. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. /Ф.Котлер// 2-е изд./ Пер.с англ. Под ред. С.Г. Божук. СПб., 2016. 464с
6. Плотицина Т.М. Определение конкурентоспособности предприятия /Т.М. Плотицина// Вестник Тамбовского государственного технического университета. 2012. Т.16 №1 С205-201
7. Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организации/Р.А. Фатхудинов// – М.:Эксмо, 2013. – 544с
8. Портер М. Конкуренция. /М.Портер// – М.: Изд.дом «Вильямс», 2014. 266с.

Дата поступления в редакцию: 06.02.2017 г.

Опубликовано: 08.02.2017 г.

*© Академия педагогических идей «Новация». Серия «Студенческий научный вестник»,
электронный журнал, 2017*

© Миклашова Е.В., 2017