

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К СОДЕРЖАНИЮ КАТЕГОРИИ «КОНКУРЕНЦИЯ»

Е.В. Зверева, канд. экон. наук, доцент

М.С. Блохин, студент

Петербургский государственный университет путей сообщения Императора Александра I

(Россия, г. Санкт-Петербург)

DOI:10.24412/2500-1000-2023-3-3-138-140

Аннотация. В данном исследовании рассмотрены взгляды отечественных ученых на категорию «конкуренция». В статье представлены сущность конкуренции, ее значимость с точки зрения влияния внутренних и внешних факторов развития любой организации, стремление организаций в повышении конкурентоспособности в условиях изменяющегося рынка и взаимодействия участников рынка, покупателей и продавцов. Рассмотрены различные подходы к сущностному содержанию категории «конкуренция», проанализированы точки зрения различных авторов в трактовке понятия «конкуренция», а также определения конкурентоспособности организации с целью выделения значимых критериев в оценке эффективности и достижения повышения показателей конкурентоспособности организаций в условиях рынка.

Ключевые слова: конкуренция, структурный подход, функциональный подход, поведенческий подход, спрос, предложение, равновесная рыночная цена, показатели конкуренции, стороны конкуренции, конкурентоспособность организации, формы конкуренции, функции конкуренции, конкурентное преимущество.

Эффективность функционирования предприятия зависит от его конкурентоспособности, способности не только отвечать и соответствовать требованиям конкурентного рынка, но и способности конкретного предприятия опередить своих основных конкурентов при определенных рыночных условиях. Конкурентоспособность предприятия как характеристика оценки конечных результатов деятельности предприятия на рынке является показателем относительным, где базой для сравнения выступают аналогичные показатели, используемые для оценки конкурентоспособности предприятий – конкурентов. Конкурентное преимущество предприятия является категорией динамической. Ее изменение во времени обусловлено как внешними, так и внутренними факторами, значительная часть которых может рассматриваться в качестве управляемых параметров. Конкурентное преимущество конкретного предприятия отражает эффективность использования его экономического потенциала.

В системе экономических категорий, сложность категории «конкуренция» объ-

ясняется многообразием существующих точек зрения изучения с позиций исследований различных школ и направлений. Рассмотрим основные понятия, отражающие содержание конкуренции, конкурентоспособности. Теоретические исследования сущности «конкуренции», отражающей ее содержание и являющейся важной экономической категорией в деятельности любой организации, рассмотрены в работах многих отечественных ученых. Общепринятым в понятии конкуренции считается определение, отражающее состязание, борьбу между экономическими субъектами за рынки сбыта продукции, товаров, услуг с целью не только завоевания данных рынков, но и достижения более высоких показателей доходов, прибыли и рентабельности работы предприятия.

Весьма интересной является точка зрения Гуляева Г.Ю., который утверждает, что необходимо комплексно рассматривать категорию «конкуренция», поскольку данный подход позволяет в полной мере отразить ее сущность, целостность и многогранность в контексте трех аспектов: структурного, функционального и пове-

денческого [3, с. 234]. Многие авторы солидарны с такой позицией и дают определения конкуренции именно сточки зрения данных подходов. Структурный подход основан на анализе структуры рынка, при котором экономические субъекты определяют степень свободы продавца и покупателя на рынке, определяется степень развития конкуренции и целесообразность государственного регулирования рыночных процессов. Согласно мнению Качалиной Л.Н., конкуренция является «экономической категорией, отражающей состязательность в условиях отсутствия монополии», отражает в своем видении категорию «конкуренции» в качестве структурного подхода [5, с. 85].

Функциональный подход заключается в реализации различных функций конкуренции, которые свойственны рыночной экономике и отражают состязание старого с новым (внедрение инноваций), проявляющихся в:

- охвате всех сфер экономики – производства, распределения, обмена и потребления;

- действию законов спроса, предложения, формирования рыночных цен;

- эффективном использовании ресурсов и затрат, с целью снижения себестоимости продукции, обеспечивая при этом расширение номенклатуры продукции, повышение ее качества, конкурентоспособности, прибыли и рентабельности работы предприятия;

- воздействию достижений научно-технического прогресса на катализаторы рынка, использование новейших технологий в части обеспечения конкурентных позиций и преимуществ на рынке.

Завьялов П.С. видит конкуренцию с точки зрения функционального подхода, как «состязательность хозяйствующих субъектов, предпринимателей, когда их самостоятельные действия эффективно ограничивают возможности каждого из них односторонне воздействовать на общие условия обращения товаров на соответствующем рынке» [4, с. 214].

Поведенческий подход характеризует, по сути, поведение продавца и покупателя на рынке, борьбу за деньги покупателя путем

удовлетворения потребностей покупателя. Азоев Г.Л., Борисов А.Б., Кулешова А.Б. отражают в определении понятия «конкуренция» содержание поведенческого подхода.

Азоев Г.Л. считает, что конкуренция – это «соперничество на каком-либо поприще между отдельными юридическими и физическими лицами (конкурентами), заинтересованными в достижении одной и той же цели» [1, с. 76].

По мнению Борисова А.Б., «конкуренция – состязание между экономическими субъектами: борьба за рынки сбыта товаров с целью получения более высоких доходов, прибыли, других выгод» [2, с. 321].

Кулешова А.Б. рассматривает конкуренцию, как «сопернические отношения между двумя или несколькими экономическими субъектами хозяйственной деятельности, проявляющиеся в виде стремления каждого из них обойти других в достижении единой цели, получить более высокий результат, оттеснить конкурента» [6, с. 98]. Таким образом, на основе поведенческого подхода конкуренция рассматривается, как процесс конкурентных взаимоотношений субъектов рынка.

Конкурентоспособность представляет способность продукции, товара соответствовать критериям конкурентного рынка, потребностям покупателей (качество продукции, потребительские ценности, технические характеристики и др.). Конкуренция имеет как положительные, так и отрицательные стороны.

К положительным сторонам конкуренции можно отнести:

- вносит вклад в развитие научно-технического прогресса, дозированно стимулирует застройщика пускать в дело прогрессивные технологии, рационально использовать ресурсы. В ходе ее выявляются экономически неэффективные производства, устаревшая техника, некачественные товары, брак в производстве;

- повышение качества товаров и услуг, борьба с дефицитом;

- снижение цен, влияние на ценовую дискриминацию, сговор и фиксированные цены;

- расширение свободы выбора потребителя;
- развитие гарантийного сопровождения от застройщика;
- внедрение новых форм корпоративного управления;
- применение инновационных технологий и методов производства;

К отрицательным сторонам конкуренции можно отнести:

- отсутствие экономической стабильности, развитие безработицы;
- выбытие компаний, неспособных конкурировать;
- обман дольщиков путем банкротства;
- критически влияет на окружающую среду, не стимулирует развитие производства товаров и услуг коллективного пользования

(школ, детских садов, социальных учреждений), сохранение невоспроизводимых ресурсов и др.

Таким образом, конкуренция является достаточно многогранной категорией, отражающей различные аспекты в своем сущностном выражении. Конкуренция обеспечивает функционирование рыночного механизма ценообразования, создавая возможность максимального удовлетворения потребностей и наилучшего использования ресурсов. Безусловно, конкуренции, как экономической категории принадлежит основная роль, ибо предприятие всегда заинтересовано в росте доли прибыли, которая в дальнейшем определяет его развитие и функционирование.

Библиографический список

1. Азоев Г. Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика. – М.: Центр экономики и маркетинга, 1996. – 208 с.
2. Борисов А. Б. Большой экономический словарь. – М.: Книжный мир, 2013. – 860 с.
3. Гуляев Г. Ю. Конкуренция: сущность и структура взаимосвязанных категорий // Научное обозрение. – 2014. – №12. – С. 234-241.
4. Завьялов П. С. Конкуренция – неотъемлемое свойство развитого рынка // Маркетинг. – 2007. – № 5. – С. 214.
5. Качалина Л. Н. Конкурентоспособный менеджмент. – М.: Эксмо, 2006. – 464 с.
6. Кулешова А. Б. Конкуренция в вопросах и ответах. – М.: ТК Велби: Проспект, 2014. – 256 с.

THEORETICAL APPROACHES TO THE CONTENT OF THE «COMPETITION» CATEGORY

E.V. Zvereva, *Candidate of Economic Sciences, Associate Professor*

M.S. Blokhin, *Student*

Emperor Alexander I St. Petersburg State Transport University

(Russia, St. Petersburg)

Abstract. *This study discusses the views of domestic scientists on the category of «competition». The article presents the essence of competition, its significance from the point of view of the influence of internal and external factors in the development of any organization, the desire of organizations in improving competitiveness in the conditions of the changing market and the interaction of market participants, buyers and sellers. Various approaches to the essential content of the «competition» category are considered, the points of view of various authors in the interpretation of the concept of «competition», as well as determining the competitiveness of the organization in order to highlight significant criteria in evaluating the effectiveness and achieve increasing indicators of the competitiveness of organizations in the market conditions, are considered.*

Keywords: *competition, structural approach, functional approach, behavioral approach, demand, offer, equilibrium market price, competition indicators, aspects of competition, organization's competitiveness, form of competition, competition functions, competitive advantage.*