

А.О. ЕГОРОВА, кандидат экономических наук, доцент, НГПУ им. К.Минина (Мининский университет), Нижний Новгород, e-mail: nesti88@mail.ru

Н.К. ЗОКИРОВА, доктор экономических наук, профессор, зам. дирек. по науке и инновациям, зав. каф. «Экономика труда и управление», филиал ФГБОУ ВПО «РЭУ им. Г.В. Плеханова» в г. Ташкент, e-mail: nodira28uz@mail.ru

АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ КОНКУРЕНЦИИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

A.O. Egorova, N.K. Zokirova

ANALYSIS OF COMPETITION INDUSTRIAL ENTERPRISES

В статье проанализированы и систематизированы определения «конкуренции», предложенные отечественными и зарубежными учеными в области стратегического менеджмента, на их основе раскрыта и уточнена сущность понятия «конкуренция». Рассмотрены ценовые и неценовые методы конкуренции. Приведены примеры методов конкуренции, используемых в практике деятельности промышленных предприятий. Обосновано, что формы и методы конкуренции должны постоянно совершенствоваться через поиск новых конкурентных преимуществ.

Ключевые слова: конкуренция, промышленные предприятия, конкурентные преимущества, форма, метод, стратегический менеджмент, экономическая сфера.

The paper analyzed and systematized the definition of "competition" proposed by domestic and foreign scholars in the field of strategic management, based on these discovered and refined essence of the concept of "competition". We consider the price and non-price competition. Examples are given of the methods of competition used in the practice of industrial activities. Substantiated that the forms and methods of competition must be constantly improved through the search for new competitive advantages.

Keywords: competition, industry, competitive advantage, forms, methods, strategic management, the economic sphere.

Развитие в России рыночных отношений, коренной переворот в курсе развития страны оказывают существенное влияние на все сферы жизнедеятельности. На современном этапе экономическая сфера является наиболее важной составляющей целенаправленного и эффективного развития российского общества. Экономическая сфера оказывает наиболее существенное влияние на все области человеческой деятельности. В результате произошло распространение применения экономических категорий на другие области деятельности. События последних лет особенно ярко обозначили роль конкуренции в развитии производительных сил и её универсальное воздействие на развитие национальной экономики и мирохозяйственные связи.

Главным содержанием функционирования экономической системы являются конкуренция и конкурентная борьба, выступающие ключевыми категориями в общей схеме категорий рыночного механизма.

Для разработки эффективных методов, принципов и инструментов формирования стратегии промышленных предприятий целесообразно использовать труды классической и неоклассической экономической школы, исследовавших модели рынков, процессы, протекающие на этих рынках, конкуренцию и методы конкуренции.

В настоящее время существует множество различных подходов к сущности понятия «конкуренция». При этом все они сводятся к трём основным: поведенческий, структурный, функциональный (таблица 1).

Таблица 1 — Подходы к сущности понятия «конкуренция»

Название подхода	Сущность подхода	Авторы
Поведенческий	Конкуренция рассматривается как честное без сговора соперничество, которое ведется между покупателями и продавцами за наиболее выгодные условия продажи товара. Конкуренция рассматривается как борьба за редкие экономические блага, т.е. их количество меньше потенциальной потребности общества	А. Смит, А. Маршалл, П. Хайне, Г. Муром, У. Джевонсон
Структурный	Конкуренция рассматривается с точки зрения анализа состояния рынка, его структуры и условий, которые господствуют на нём. Представители структурного подхода заложили основы четырех типов рынка: совершенной конкуренции, монополистической конкуренции, олигополии и монополии	Ф. Эджуорт, А. Курно, Дж. Робинсон, Э. Чемберлен, Ф. Найт, К.Р. Макконел, С.Л. Брю
Функциональный	Конкуренция рассматривается как динамичный развивающийся процесс, на котором появляются новые товары, производственные процессы и рыночные структуры	М. Портер, А. Стрикленд, А. Томпсон, И. Ансофф

Каждый из рассмотренных в таблице 1 подходов имеет свои отличительные особенности, раскрывающие взгляды авторов на сущность и влияние конкуренции. Однако общей чертой вышерассмотренных подходов является то, что они направлены на создание конкурентных преимуществ, обеспечивающих получение максимальной прибыли.

Анализ отечественной и зарубежной научной литературы, показал, что в настоящее время отсутствует общепринятое понятие конкуренции. Это объясняется тем, что современная экономическая наука ещё не достаточно полно осмыслила данную категорию и поэтому на сегодняшний день учёными в области стратегического менеджмента даются различные определения понятия «конкуренция», которые представлены в таблице 2.

Таблица 2 — Определение понятий «конкуренция»

Автор	Содержание понятия
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.П.Градов	Конкуренция – это система институтов – норм и правил, регулирующих взаимодействия конкурирующих фирм с субъектами внешней среды (микро и макросреды)
Федеральный закон № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (в	Конкуренция – соперничество хозяйствующих субъектов, при котором самостоятельными действиями каждого из них исключается или ограничивается возможность каждого из

редакции от 28.12.2013)	них в одностороннем порядке воздействовать на общие условия обращения товаров на соответствующем товарном рынке
С.И.Ожегов, Н.Ю.Шведова	Конкуренция – это соперничество за достижение больших выгод и преимуществ
М.Портер	Конкуренция – это динамичный и развивающийся процесс, непрерывно меняющийся ландшафт, на котором появляются новые товары, новые пути маркетинга, новые производственные процессы и новые рыночные структуры
Толковый экономический и финансовый словарь	Конкуренция – это стояние взаимоотношений, при котором происходит свободное, полное и достоверное сопоставление всех хозяйствующих субъектов в плане как предложения, так и спроса на товары и услуги, средства производства и капиталы
Р.А.Фатхутдинов	Конкуренция – стремление как можно лучше удовлетворять критериям доступа к редким благам
А.Ю.Юданов	Конкуренция – это борьба фирм за ограниченный объём платежеспособного спроса потребителей, ведущаяся ими на доступных сегментах рынка
Экономический словарь	Конкуренция – это соперничество между производителями товаров и услуг за рынок сбыта, завоевание определенного сегмента рынка

Анализируя подходы авторов к сущности понятия «конкуренция» можно сделать вывод о том, что большинство определений носит фрагментарный характер, описывая лишь часть свойств данного понятия. С одной стороны, конкуренция рассматривается, как процесс соперничества/сопоставительности за наиболее выгодные условия сбыта продукции, с другой стороны, как характеристика модели или строения рынка, необходимой для предсказания поведения продавцов и покупателей на том или ином рынке.

На наш взгляд, наиболее полным и отражающим сущность данного понятия будет следующее определение конкуренции.

Конкуренция – это постоянно развивающийся процесс соперничества между различными субъектами рынка, основанный на использовании конкурентных преимуществ и обеспечивающий достижение поставленных стратегических целей деятельности.

Данное понятие отличается от уже существующих в научной литературе следующими положениями:

Во-первых, термин используется не для описания существующего поведения субъектов рынка, а для характеристики модели/структуры рынка;

Во-вторых, в определении обозначен конкретный результат, который должен быть получен в результате конкурентной борьбы;

В-третьих, данное понятие показывает, что формы и методы конкуренции должны постоянно совершенствоваться через поиск новых источников конкурентных преимуществ.

В современных условиях промышленные предприятия функционируют в высоко конкурентной рыночной среде. Конкуренция возникает в случае, если у одной или нескольких компаний получается удовлетворить потребности потребителей лучше, чем у других компаний. Российская практика свидетельствует о том, что участие предприятий в конкуренции является лишь незначительным этапом, основная цель предприятий – завоевании монопольного положения на определенном рынке.

Самая жесткая конкуренция возникает между промышленными предприятиями, предлагающими однородную продукцию и услуги. В одних отраслях промышленности предприятия конкурируют по цене, а в других отраслях конкурентная борьба идет по

неценовым показателям, таким как качество, надежность товара, уровень сервиса, гарантийный срок, известность торговой марки, послепродажное обслуживание. Приведем примеры промышленных предприятий использующих методы ценовой и неценовой конкуренции (таблица 3).

Таблица 3 — Методы конкуренции, используемые промышленными предприятиями

Ценовая конкуренция	Неценовая конкуренция
ОАО «Лукойл», ОАО «АвтоВаз», ОАО «Татнефть», ОАО «Елецкий сахарный завод», ОАО ОПК «Оборонпром» и др.	ОАО «Вимм-Билль-Данн», ОАО «Калужский турбинный завод», ОАО «РУСАЛ», ОАО «ММК», ОАО «Газпром» и др.

На наш взгляд, ценовая конкуренция высокоразвита у предприятий нефтяной промышленности, машиностроения и агропромышленного комплекса. Слаборазвитой конкуренцией характеризуются предприятия газовой промышленности, электроэнергетики, металлургии и химической промышленности. Основным мероприятием, направленными на преодоление чрезмерно высокой концентрации и монополизации деятельности промышленных предприятий является установление контроля за соблюдением предоставления и раскрытия информации о деятельности предприятий и их ценообразовании.

В зависимости от направления деятельности предприятия, его размера, способов ведения конкурентной борьбы могут применять любые методы конкуренции, в основе которых могут лежать конкурентные преимущества.

Интенсивность конкуренции промышленных предприятий зависит от того, насколько активно они пытаются изменить ценовые и неценовые показатели (снизить цену, улучшить характеристики товара, предлагать новые модели товаров, повышать уровень обслуживания потребителей и т.д.). Как правило, конкуренты прибегают к дифференциации своей продукции/услуг и стремятся усилить свои позиции за счет слабых сторон конкурентов.

На сегодняшний день существует множество различных факторов, уменьшающих конкуренцию промышленных предприятий. Основными из них являются:

1) создание крупных производственных единиц и объединений, корпораций и холдингов приводит к сведению конкурентной борьбы к соперничеству между ограниченным числом участников;

2) используя современные методы торговли, организации производства и рекламы предприятия стремятся добиться чрезвычайного разнообразия товаров, вступая тем самым в противоречие с однородностью рынка, требуемой для идеальной конкуренции;

3) отсутствует «свобода вхождения» в производственный сектор в силу ряда причин, таких как наличие трудностей с накоплением капитала по причине ограниченности сбережений, возможность существующих предприятий пользоваться субсидиями, которые продлевают их существование и делают более проблематичным успех новых предприятий.

Поводя итог необходимо отметить, что независимо от интенсивности конкуренции каждое предприятие нуждается в конкурентной стратегии, обеспечивающей достижение превосходства над конкурентами и укрепляющей отношения с потребителями. Основой успеха стратегии предприятия является устойчивое конкурентное преимущество, выражаемое в превосходстве над конкурентами по количеству клиентов и возможностям противодействовать влиянию конкурентных сил.

ЛИТЕРАТУРА

1. Азоев, Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика.- М.: Центр экономики и маркетинга, 1996.-208 с.: ил.
2. Алехина, О., Удалов, Ф., Губанов, Д. Управление промышленным предприятием: стратегический и оперативный аспекты/О. Алехина, Ф. Удалов, Д. Губанов//Проблемы теории и практики управления.-2012.-№3.- с.82-88.
3. Градов, А.П. Национальная экономика.- М.: Издательский дом «Питер», 2005.- 528 с.
4. Бернар, И., Колли, Ж.К. Толковый экономический и финансовый словарь. Французская, русская, английская, немецкая, испанская терминология: В 2-х т.т.- Т.1: Пер. с фр.- М.: Междунар. отношения, 1994.- 784 с.
5. Головинский, П.А. Инновационное управление системами с неограниченной конкуренцией//Управление большими системами. Сборник трудов. 2007. №18. С.30-40.
6. Каплан, Роберт С., Нортон, Дейвид. Стратегическое единство: создание синергии организации с помощью сбалансированной системы показателей: Пер. с англ.-М.: ООО «И.Д. Вильямс», 2006.- 384 с.: ил.-Парал. тит. англ.
7. Кобец, Е.А. Управление конкуренцией//Известия Южного федерального университета. Технические науки. 2003. №5 (34). С.45-46.
8. Конкуренция. Инновации. Конкурентоспособность: учеб. Пособие для студентов вузов, обучающихся по направлениям «Менеджмент», «Экономика»/Философова Т.Г., Быков В.А.; под ред. Т.Г. Философовой.-2-е изд. перераб. и доп.- М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2008.- 295 с.
9. Богатырева, Н. Конкурентный потенциал организации: влияние позиционирования/Н. Богатырева//Проблемы теории и практики управления.-2011.-№2.-с.104-109.
10. Лоскутова, М.В. Анализ теорий конкуренции и конкурентоспособности//Социально-экономические явления и процессы. 2011. №9. С.101-106.
11. Мальцева, О.В. Анализ проблем и оценка уровня развития конкуренции в России// JOURNAL OF ECONOMIC REGULATION. 2014. №1. С.69-76.
12. Методологические аспекты государственного и корпоративного управления: монография/ Д.Н. Лапаев, В.П. Кузнецов, Г.А. Морозова; Нижегород. гос. техн. ун-т. им. Р.Е. Алексеева.- Нижний Новгород, 2013.-255 с.
13. Портер, Майкл Э. Конкуренция.: Пер. с англ.- М.: Издательский дом «Вильямс», 2006.- 608 с.: ил. - Парал. тит. англ.
14. Рубин, Ю.Б. Конкуренция: упорядоченное взаимодействие в профессиональном бизнесе/Ю.Б. Рубин.- М.: Маркет ДС, 2008.- 464 с.
15. Ожегов, С.И., Шведова, Н.Ю. Толковый словарь русского языка.- М: Издательство "Азъ", 1992.-357 с.
16. Томпсон, А.А., Стрикленд, А.Дж. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа, 12-е издание: Пер. с англ.- М.: Издательский дом «Вильямс», 2007.- 928 с.
17. Федеральный закон № 135-ФЗ "О защите конкуренции" (в редакции от 28.12.2013)
18. Фатхутдинов, Р.А. Стратегическая конкурентоспособность: Учебник/Р.А. Фатхутдинов.- М.:ЗАО «Издательство «Экономика»», 2005.-504 с.
19. Экономический словарь/А.И. Архипов [и др.]; отв. ред. А.И. Архипов.- 2-е изд., перераб. и доп.- Москва: Проспект, 2010.-672 с.
20. Юданов, А.Ю. Конкуренция: теория и практика. Учебно-практическое пособие. - 2-е изд., испр. и доп. - М.: Ассоциация авторов и издателей «Тандем», издательство «ГНОМ-ПРЕСС», 1998. - 384 с.

© Егорова А.О., Зокирова Н.К., 2014