

УДК 334.723

Колесников А.В.,

студент

3 курс, факультет налогов и налогообложения

Финансовый университет при Правительстве РФ

Россия, г. Москва

Хугаева А.М.,

студентка

3 курс, факультет налогов и налогообложения

Финансовый университет при Правительстве РФ

Россия, г. Москва

Черкасова М.Д.,

студентка

3 курс, факультет налогов и налогообложения

Финансовый университет при Правительстве РФ

Россия, г. Москва

Научный руководитель: к.э.н., доцент Романова Н.В.

О ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В УСЛОВИЯХ КОНКУРЕНЦИИ

Аннотация: Данная статья посвящена одной из основных проблем в современной экономике - проблеме ведения предпринимательской деятельности в условиях конкуренции. В статье рассмотрены факторы конкурентоспособности предприятия. Оценены основные способы конкурентоспособной борьбы. По результатам данного исследования сформулирован вывод о роли конкуренции в ведении предпринимательской деятельности.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентоспособность предприятия, факторы конкурентоспособности предприятия, подходы к систематизации конкурентоспособности.

UDC 334.723

Kolesnikov A. V.,

student

3rd year, faculty of taxes and taxation

Financial University under the Government of the Russian Federation

Russia, Moscow

Khugaeva A. M.,

student

3rd year, faculty of taxes and taxation

Financial University under the Government of the Russian Federation

Russia, Moscow

Cherkasova M. D.,

student

3rd year, faculty of taxes and taxation

Financial University under the Government of the Russian Federation

Russia, Moscow

Scientific supervisor: candidate of Economics, associate Professor

N. V. Romanova

ABOUT BUSINESS ACTIVITY IN A COMPETITIVE ENVIRONMENT

Abstract: This article is devoted to one of the main problems in the modern economy - the problem of doing business in a competitive environment. The article considers the factors of enterprise competitiveness. The main methods of

competitive struggle are estimated. Based on the results of this study, a conclusion is drawn about the role of competition in conducting business.

Keywords: *competition, enterprise competitiveness, enterprise competitiveness factors, approaches to systematization of competitiveness.*

Рыночная экономика, в частности сфера предпринимательства, неразрывно связана с конкуренцией. Ведь именно благодаря конкуренции определяются самые важные параметры прогресса рыночной экономики, поэтому государство пытается создать необходимые условия для здорового противоборства на рынке. Соперничество за покупателей и необходимые ресурсы приводят к усовершенствованию хозяйственной деятельности. Там, где создаются наиболее равные условия, достигается наибольший успех.

Говоря о конкуренции, необходимо дать определение этому понятию. Под конкуренцией предполагают противоборство хозяйствующих субъектов, где обособленные действия каждого сводятся к исключению или же ограничиванию возможности воздействия в одностороннем порядке на условия обращения товаров на соответствующем товарном рынке.

Если рассматривать конкуренцию с точки зрения предпринимательской деятельности, то стоит заострить внимание на том, что она подразумевает собой борьбу за получение одного и того же намерения между предпринимателями. Эта борьба заключается в соперничестве предпринимателей, при котором основой их поведения является намеренное побуждение к занятию лучшего положения через ограничение возможностей противников. Такой тип соперничества имеет три отличительных фактора (рис. 1):



Рисунок 1 – Отличительные факторы конкуренции

Сущность конкуренции состоит в том, что при ограничении на рынке способностей отдельно взятого конкурента в занятии монопольного расположения, она содействует активизации предпринимательской функции, принуждая каждого бизнесмена к нахождению иных методик, ведущих к превосходству.

Конкуренция способствует к действию предпринимателей во имя общих интересов. Она является неким системным фактором, подталкивающим к постоянному совершенствованию, задает критерии эффективности, и кроме того, выступает в качестве одного из методов экономического контроля.

Конкуренция во многом определяет развитие предпринимательской деятельности:

1) Возникают новые ветви и отрасли предпринимательства, появляются новые бизнес-структуры, так как удерживается рыночная

власть каждого конкурента. Таким образом, достигается равновесие устремлений предпринимателей, которые действуют только для своей выгоды.

2) Обеспечиваются равные принципы состязательности, что говорит о том, что конкуренция способствует борьбе с монополизацией, т.е. она направлена на исключение абсолютного доминирования единственного конкурентного преимущества. Конкуренция позволяет существовать множеству компаний на рынке. Крупные фирмы обосновываются благодаря эффекту масштаба, тогда как мелкие фирмы, имея некоторую экономическую слабость, удерживаются за счет предпринимательской гибкости. Многие компании, специализирующиеся на том или ином роде занятий, выигрывают из-за умения приспособливаться, а фирмы-новаторы стараются быть «на плаву» за счет внедрения новшеств до того, как этим воспользуется кто-то другой, иными словами, добиваются успеха, являясь первопроходцами.

3) Обеспечивается непрерывное улучшение форм и способов хозяйствования. Конкуренция устанавливает критерии эффективности и направляет предпринимателей на исследование наиболее подходящих условий хозяйствования, тем самым она является движущим фактором развития предпринимательской функции.

4) Поддерживается многообразие видов предпринимательской деятельности. Это позволяет конкуренции выступать конъюнктурой, поддерживающей рассредоточение экономической власти, а также показателем степени осуществления принципа равных критериев хозяйствования. Многообразие форм в предпринимательстве определяется показателем интенсивностью конкуренции.

Стоит также не забывать про функции конкуренции. Выделим таких три (рис. 2):



Рисунок 2– Функции конкуренции

Функции конкуренции, состоящие из:

- регулирующая функция заключается в том, чтобы компания смогла устоять во время борьбы за покупателя за счет предоставления продукции, которая будет необходима этому самому покупателю;
- функция мотивации. Конкуренция для компании имеет как положительные стороны, в частности, она помогает развивать бизнес, совершенствовать его и добавлять новшества, так и отрицательные стороны, так как несет в себе риски:
 - а) производственные затраты для товаров могут и увеличиваться, и уменьшаться. Это приводит к развитию процесса деятельности компании. Требуется грамотная стратегия управления, чтобы при меньших затратах не получалось хуже качество производимых товаров и услуг;

б) риск предприятия потерять клиентуру или обанкротиться вовсе. Компании необходимо быстро и четко реагировать на явления, происходящие на рынке, улавливать приоритеты потребителей, следить за спросом покупателей, чтобы избежать максимальных убытков.

- функция контроля заключается в том, что происходит контроль ценообразования и экономического состояния компаний. Конкуренция позволяет покупателю самому выбрать, у какого производителя брать товар или услугу. Более совершенная конкуренция приводит к более справедливой цене.

Взаимодействие предпринимательства и конкуренции имеет двусторонний характер. Предпринимательство оказывает интенсивное влияние на конкуренцию. Если конкуренция определяет разнообразие предпринимательских структур, то это разнообразием влияет на поддержание интенсивности конкуренции, с одной стороны, и развитие форм и методов конкуренции, с другой. Следствием развития предпринимательства стал сдвиг в центр приложения конкурентных усилий от форм ценовой конкуренции к бесценным методам борьбы, которые сменяются борьбой за лидерство на рынке.¹

Одновременно с этим конкуренция не обладает свойствами, присущими самоорганизации, и не может поддерживать условия соперничества. Она не является результатом слаженных действий точно так же, как и не является следствием поведения хозяйствующих субъектов. Конкуренция создает такие условия, которые приводят к неизбежному росту власти у конкретных предпринимателей, что приводит к возникновению монополии на рынке. И, тем не менее, это не означает, что соперничество исключается, наоборот, возникает потребность в поддержании конкурентной среды извне как условия ее сохранения.

¹ Studme.org [Электронный ресурс]. -

URL: https://studme.org/131367/ekonomika/konkurenciya_predprinimatelstvo

Поэтому конкуренция должна рассматриваться не как способ стихийного упорядочения рынка, а как упорядоченная система, в которой восстанавливаются конкурентные условия для бизнеса, в том числе посредством обязательных мер регулирования. И именно в такой ситуации можно говорить о том, что конкуренция является эффективным координатором и фактором, побуждающим предпринимательство развиваться.

Американский экономист Майкл Портер в 80-ые годы прошлого столетия представил «Модель пяти сил конкуренции» - модель анализа позиции предприятия в отношении своих конкурентов. Она представляет в себе пять основных факторов, при помощи которых можно добиться успеха в конкурентной борьбе и, опираясь на которые, можно рационально управлять бизнесом:

- угроза вторжения новых игроков – конкурентов;
- рыночная власть покупателей;
- рыночная власть поставщиков;
- опасность появления товаров-заменителей²;
- внутриотраслевая конкуренция или уровень конкурентной борьбы.

Предприниматель должен ориентироваться на эти пять сил М.Портера, преодолев которые, он сможет построить эффективную стратегию защиты своего бизнеса от конкурентных факторов.

Также М. Портер предложил три подхода к систематизации конкурентоспособности компании:

1) Первый подход рассматривается с точки зрения связи факторов конкурентоспособности компании с факторами производства. Выделяют несколько основных групп:

² ITeam [Электронный ресурс]. – URL: <https://blog.iteam.ru/model-analiza-majkla-portera/> (дата обращения: 01.06.2018)

- человеческие ресурсы – количество работников, их квалификация, заработная плата;
- физические ресурсы – реальные технические ресурсы, которые необходимы для организации предоставления ТРУ;
- интеллектуальные ресурсы (ресурсы знаний) – сумма наработанных знаний работников, часть человеческого капитала, совокупность ресурсов, которые несут нематериальную основу и в дальнейшем помогут в укреплении позиции компании;
- финансовые ресурсы (денежные ресурсы) – сумма всех денежных средств, имеющихся у компании для осуществления необходимых видов деятельности;
- инфраструктура - набор взаимосвязанных обслуживающих структур или объектов, которые составляют и обеспечивают основу для функционирования системы, совокупность предприятий, систем управления, связей и т.д.

2) Второй подход опирается на степень специализации производства. По этому делению факторов, выделяют два вида:

- общие факторы – в данную группу относятся факторы, которые используются, как правило, в обширном диапазоне секторов экономики и которые дают преимущества ограниченного характера;
- специализированные факторы – факторы, способные создать долгосрочную основу для обеспечения конкурентоспособности компании.

3) Третий подход так же делит факторы на две группы:

- основные факторы, объединяющие природные ресурсы, климатические условия, географическое положение страны, неквалифицированную и полуквалифицированную рабочую силу, заемный капитал;

- развитые факторы, в том числе современная инфраструктура обмена информацией, высококвалифицированные кадры и исследовательские отделы университетов, занимающиеся сложными высокотехнологичными дисциплинами.

Американские экономисты А.А.Томпсон и А.Дж. Стрикленд опираются на следующие факторы, которые говорят о способности конкурировать на рынке:

- качество и характеристика производимого товара или услуги;
- имидж компании, его репутация;
- производственные мощности;
- технологии, используемые на производстве;
- возможность распространения своей продукции;
- инновационные возможности;
- финансовые ресурсы, которыми владеет компания;
- издержки в сравнении с соперниками на рынке;
- обслуживание клиентов.

В свою очередь, французские экономисты А. Олливе, А. Дайан и Р. Урсе выделяют восемь ключевых факторов конкурентоспособности компании³:

- концепция товаров и услуг, на которую опирается производитель;
- качество, соответствующее высоким показателям лидеров на рынке. Зачастую, выявляются благодаря сравнительным тестам и опросам;
- цена с возможной наценкой;
- собственные и заемные финансы;
- торговля стороной коммерческих методов и средств деятельности;

³ Сысоева Е.А. Факторы конкурентоспособности предприятия: подходы и составляющие//Экономические науки.2010.№10.С.283

- внешняя торговля фирмы, которая выстраивает необходимые отношения с властью, СМИ, общественным мнением;
- предпродажная подготовка, заключающаяся в способности фирмы угадывать и выявлять то, к чему будут расположены будущие потребители, а также в способности убеждать этих самых потребителей в своей исключительности;
- послепродажное обслуживание, которое в дальнейшем формирует постоянную клиентуру фирмы.

Наиболее популярный подход деления факторов конкурентоспособности предприятия основывается на способности влияния компании на них. Благодаря этой классификации выделяют две группы: внешние и внутренние факторы.

1) Внешние факторы подразумевают под собой малую долю зависимости от компании. Их также можно разделить на два типа:

- внешние факторы прямого воздействия. Сюда относятся поставщики, потребители, посредники, конкуренты, власть, тип и емкость рынка;
- внешние факторы косвенного воздействия. В эту категорию можно отнести состояние экономики, политические, правовые, социальные и культурные факторы, природные и климатические условия, демографическую ситуацию в стране и мире.

2) Внутренние факторы в большинстве своем решаются руководством компании. В эту группу относятся следующие факторы, влияющие на способность компании конкурировать:

- система и качество менеджмента;
- система управления;
- маркетинговая деятельность;
- имидж предприятия;
- экономическая безопасность;

- корпоративная культура;
- финансовая, инвестиционная и инновационная деятельность и др.

Находясь в условиях конкуренции, предприниматель стремится на длительное время занять главенствующую позицию, поэтому каждый из них старается создать наиболее верную стратегию для достижения успеха. Ну и, конечно, стоит упомянуть о методах конкурентной борьбы (табл. 1):

1. Наиболее распространенным способом борьбы с конкурентами является манипулирование ценами. Заключается она в том, что предприниматель может понизить цену, ввести распродажу или даже предоставить потребительский кредит своим клиентам. Такой метод зачастую используют, чтобы увеличить количество потребителей или же убрать соперников с рынка.	2. Наиболее эффективным способом привлечения клиентов будет повышение качества товара или услуги. Высокое качество продукции осложняет возможность выиграть другой компании, что приводит к новому циклу развития всех компаний в этой нише рынка, и качество предоставляемых товаров и услуг автоматически увеличивается.	3. Еще одним способом борьбы является грамотно составленная рекламная компания предприятия. СМИ и общественное мнение имеют огромное влияние на репутацию и имидж компании. Именно поэтому с помощью хорошей рекламы можно не только сформировать нужное мнение потребителя о товаре или услуге, но и привести большое количество клиентов.	4. Также существуют способы, основанные на обмане, подкупе, махинациях и т.д.
--	--	---	---

Таблица 1 – Методы конкурентной борьбы

Настоящим профессионализмом в предпринимательской деятельности считается способность укрепления позиций своей компании за счет действий конкурентов. Например, за счет поглощений колебаний спроса или за счет вытеснения конкурентов на невыгодные им сегменты рынка.

Бывают ситуации, когда зависимость от естественных факторов, таких как сезонность, приводит к не лучшим последствиям предпринимателя. Например, производитель может не справиться с натиском покупателей, и из-за высокого спроса и нехватки ресурсов качественное выполнение заказов может резко сократиться и перестать соответствовать требованиям клиентов. Или же, наоборот, в несезон оборудование может простаивать просто так. И именно наличие конкурентов в момент наибольшего спроса будет очень выгоден для предприятия.

Ограничение эгоистичных заявлений и обеспечение равных конкурентных условий – это признаки, которые отражают творческую роль конкуренции, которая одновременно выступает в качестве благодатной почвы для предпринимательства. Кроме того, рассредоточение экономической власти определяет разнообразие организационных форм предпринимательства, а равенство корпоративных принципов контрастирует с абсолютным доминированием любых преимуществ этих форм.

Использованные источники:

1. Ю.Б.Рубин. Конкуренция в предпринимательстве Рубин Ю. Б., 2018 ISBN 978-5-4257-0246-3 Университет «Синергия», 2018
2. «Факторы конкурентоспособности предприятия: подходы и составляющие» - текст научной статьи специальности «Экономические и управление», Е.А. Сысоева
3. «Факторы конкурентоспособности предприятия» - текст научной статьи специальности «Организация и управление», А.В. Борщева, С.В. Ильченко
4. https://studme.org/177925/finansy/konkurenciya_biznese#312

5. https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%90%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D0%B7_%D0%BF%D1%8F%D1%82%D0%B8_%D1%81%D0%B8%D0%BB_%D0%9F%D0%BE%D1%80%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%B0