

Ли Нань, студент магистратуры

2 курс, кафедра экономической теории и менеджмента

Московский Педагогический Государственный университет

Россия, г. Москва

СОВРЕМЕННЫЕ УСЛОВИЯ КОНКУРЕНЦИИ НА МЕЖДУНАРОДНЫХ РЫНКАХ

Аннотация: Статья посвящена рассмотрению современных условий конкуренции на международных рынках. Рассмотрены современные теории конкуренции. Охарактеризованы условия конкуренции международных компаний в глобальной экономике. Описаны стратегии обеспечения конкурентных преимуществ.

Ключевые слова: конкуренция, международный рынок, глобальная экономика, конкурентные преимущества, конкурентные стратегии.

Li Nan, Master 's Student

2 course, Department of Economic Theory and Management

Moscow Pedagogical State University

Russia, Moscow

CURRENT COMPETITION CONDITIONS IN INTERNATIONAL MARKETS

Annotation: The article is devoted to consideration of modern conditions of competition in international markets. Modern theories of competition are considered. The conditions of competition of international companies in the global economy are described. Strategies to ensure competitive advantage are described.

Key words: competition, international market, global economy, competitive advantages, competitive strategies.

Конкуренция – это и способ хозяйствования, и такая форма существования капитала, при которой один индивидуальный капитал

соперничает с другим, и механизм автоматического регулирования пропорций общественного производства¹.

В экономической науке сложились три основных подхода в исследовании конкуренции:

- поведенческий (А. Смит, Д. Рикардо, К. Маркс, У. Маршалл): «конкуренция есть стремление как можно лучше удовлетворить критериям доступа к редким благам»²;
- структурный (Ф. Эджуорт, А. Курно, Д. Робинсон, Э. Чемберлин, М. Портер): акцент смещается с борьбы конкурентов друг с другом на анализ структуры рынка, условий, господствующих на нем,
- функциональный (Д. Бейн, Э. Мейсон, Й. Шумпетер): основная характеристика конкуренции – выполняемые ею экономические функции.

Конкуренция бывает трех видов: функциональная, видовая и предметная. Также в экономике принято разделять конкуренцию по ее методам на ценовую и неценовую. Конкуренция может существовать на рынке совершенной конкуренции, монополистической конкуренции и олигополистической конкуренции. В условиях монополии конкуренция отсутствует³.

В связи с усилением конкуренции на глобальных рынках, фирмы должны выявлять факторы конкурентоспособности и вырабатывать соответствующие стратегии.

В классическом понимании, конкуренция в любой отрасли характеризуется взаимодействием пяти основных сил: отраслевыми факторами, угрозой появления новых игроков, угрозой появления товаров-заменителей, рыночной властью покупателей, рыночной властью

¹ Девяткин Е.А. Теория и практика конкуренции. – М.: ЕАОИ, 2018. – 232 с. – С. 8.

² Андреюк Н.В., Загайнова Н.Л. Теория инноваций и теория конкуренции: содержание и реалии новой экономики // Вестник ПГТУ. 2013. № 3(19). С. 28.

³ Девяткин Е.А. Теория и практика конкуренции. – М.: ЕАОИ, 2018. – 232 с. – С. 27.

поставщиков¹. В современных условиях глобальной конкуренции не важны размер, мощь, эффект масштаба, местонахождение фирмы². Международные компании вынуждены учитывать как данность не собственные конкурентные преимущества, но в основном конкурентные слабости. Модель пяти сил конкуренции Портера модифицируется. Прежде всего, экономические изменения подталкивают фирмы к переходу от конкуренции к сотрудничеству и более тщательному изучению партнеров, создаются стратегические альянсы, в которые входят прямые конкуренты³.

Конкурентоспособность является одним из наиболее важных факторов обеспечения устойчивого развития экономики предприятия.

Основные факторы, определяющие конкурентоспособность современной компании, локализуются в категории интеллектуального капитала, являющегося главной характеристикой в контексте ресурсной концепции. К ним относятся инновации, человеческие ресурсы, организационно-экономические характеристики.

Российский ученый Н.В. Голубева систематизировала выделяемые разными авторами конкурентные стратегии (Таблица 1)⁴.

Таблица 1 – Классификация конкурентных стратегий компаний

№ п/п	Авторы подхода	Принцип классификации	Рассматриваемые стратегии
1	Котлер Ф., Дойль П.	Конкурентная позиция компании на рынке	Лидер рынка, претендент на лидерство, последователь, обитатель ниши
2	Трейси М., Вирсема Ф.	Форма удовлетворения потребительских предпочтений	Функциональное превосходство, тесная связь с потребителем, лидирующая

¹ Портер Майкл Конкурентная стратегия. Методика анализа отраслей и конкурентов. – М.: Альпина Паблишер, 2019. – 453 с. – С. 30.

² Бисикало Е.Э. Основные подходы к оценке конкуренции в переходной экономике // Baikal Research Journal. 2011. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osnovnye-podhody-k-otsenke-konkurentsii-v-perehodnoy-ekonomike> (дата обращения 29.12.2019).

³ Кудина М.В., Кузьмин С.С. Развитие парадигм роста фирмы. // Экономические науки. 2014. № 119. С. 11-14.

⁴ Голубева Н.В. Формирование стратегии конкуренции компании на отраслевом рынке. Автореферат дисс. к.э.н. – Новосибирск, 2007.

		позиция по товарам	
3	Портер М.	Создание конкурентного преимущества	Лидерство в издержках, дифференциация продукции, фокусирование
4	Майлс Р., Сноу Ч.	Позиция компании относительно развития товаров и рынков	Разведчик, защитник, аналитик, реакционер
5	Раменский Л.Г., Фризевинкель Х.	Специфика производства	Силовая, нишевая, приспособленческая, пионерская

Среди факторов повышения конкурентоспособности международных компаний можно отметить прямые иностранные инвестиции, осуществление сделок слияния и поглощения, реализация стратегических соглашений, использование эффекта экономии на масштабах, дифференциацию товара или услуги, диверсификацию деятельности, корпоративное управление, внедрение инноваций¹.

Сделки слияния и поглощения как одна из стратегий повышения конкурентоспособности компаний ведут к монополизации рынка. На уровне национальных и мировой экономики идет борьба с монополизацией. Одним из показателей концентрации рынка является индекс Херфиндаля-Хиршмана.

В итоге хотелось бы подчеркнуть, что международная компания, следуя разработанным стратегиям, может обеспечить свою конкурентоспособность, но при этом одна должна соответствовать критериям устойчивости: в росте прибыли и выручки, платежеспособности и финансовом состоянии, производственно-хозяйственной деятельности и ресурсного обеспечения, производственно-технической базы и осуществления инвестиционных программ.

Использованные источники:

¹ Мозговой А.И. Формирование конкурентных преимуществ российских транснациональных корпораций в условиях глобализации // Управление. 2019. № 3. С. 33.

1. Андреюк Н.В., Загайнова Н.Л. Теория инноваций и теория конкуренции: содержание и реалии новой экономики // Вестник ПГТУ. 2013. № 3(19). С. 28.
2. Бисикало Е.Э. Основные подходы к оценке конкуренции в переходной экономике // Baikal Research Journal. 2011. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osnovnye-podhody-k-otsenke-konkurentsii-v-perehodnoy-ekonomike> (дата обращения 29.01.2022).
3. Голубева Н.В. Формирование стратегии конкуренции компаний на отраслевом рынке. Автореферат дисс. к.э.н. – Новосибирск, 2007.
4. Девяткин Е.А. Теория и практика конкуренции. – М.: ЕАОИ, 2018. – 232 с.
5. Кудина М.В., Кузьмин С.С. Развитие парадигм роста фирмы. // Экономические науки. 2014. № 119. С. 11-14.
6. Мозговой А.И. Формирование конкурентных преимуществ российских транснациональных корпораций в условиях глобализации // Управление. 2019. № 3. С. 33.
7. Портер Майкл Конкурентная стратегия. Методика анализа отраслей и конкурентов. – М.: Альпина Паблишер, 2019. – 453 с.