DOI: 10.17117/na.2016.11.01.225

<http://ucom.ru/doc/na.2016.11.01.225.pdf>

Поступила (Received): 24.11.2016

Макоева М.А. К вопросу о классификации форм конкуренции

Makoeva M.A. To the issue of classification of forms of competition

В статье предпринята попытка классифицировать формы и методы конкурентной борьбы в условиях рыночно ориентированной экономики. Автором предложена классификация видов конкуренции по объекту, по методам и по уровням конкурентной борьбы
Ключевые слова: конкуренция, компания, рынок, отрасль

The article attempted to categorize the forms and methods of competitive struggle in the conditions of market-oriented economy. The author proposed a classification of competition by object, methods and levels of competition

Key words: competition, company, market, industry

Макоева Мадина Аслановна

Магистрант

Кабардино-Балкарский государственный университет им. Х.М. Бербекова
г. Нальчик, ул. Чернышевского, 173

Makoeva Madina Aslanovna

Master

Kabardino-Balkarian state university named H.M. Berbekov
Nalchik, Chernyshevsky st., 173

В современных условиях ключевым механизмом, определяющим эффективность функционирования рынка, является конкуренция. Конкуренция объединяет факторы, которые стимулируют развитие рыночных отношений и формируют критерии эффективности производственной и сбытовой сферы.

В процессе исследования выявлены следующие подходы к определению этого многоаспектного понятия (рис 1.).

Федеральный закон «О защите конкуренции» трактует конкуренцию как «соперничество хозяйствующих субъектов, при котором самостоятельными действиями каждого из них исключается или ограничивается возможность каждого из них в одностороннем порядке воздействовать на общие условия обращения товаров на соответствующем товарном рынке» [2]. Данный подход рассматривает конкуренцию как деятельность, направленную на ограничение деятельности соперников на рынке без учета заинтересованности компаний в достижении собственных целей в конкурентной борьбе.

На практике существует множество видов конкуренции. Нами предпринята попытка их классифицировать.

По объекту конкурентных усилий выделяются следующие виды конкуренции:

1) предметная – конкуренция между товарами одной ассортиментной группы, между аналогичными объектами;

2) видовая – возникает между различными разновидностями товара, удовлетворяющими одну и ту же потребность;

3) функциональная – конкуренция между товарами (объектами)-заменителями.

Рис.

1. Подходы к определению конкуренции [1, с.78]

Вторая классификационная группа – это выделение видов конкуренции по методам ведения конкурентной борьбы.

В настоящее время наибольшее распространение получили два метода ведения конкурентной борьбы – ценовая и неценовая конкуренция. Суть ценовой конкуренции состоит в попытках привлечь потребителя, предлагая более низкие цены, чем у конкурентов.

Неценовая конкуренция также имеет целью привлечение потребителей, однако, в данном случае во главу угла ставится не ценовой фактор, а потребительская ценность товара. Реализовать стратегию неценовой конкуренции возможно следующими способами, в том числе посредством повышения качественных характеристик товара, обеспечение удовлетворения потребностей потребителей более эффективным чем конкуренты, способом, разработкой новых видов продукции, повышением качества сервиса, управления продвижением и пр.

Длительное время из этих методов конкуренции преобладала ценовая конкуренция. Сейчас ситуация изменилась в пользу неценовой конкуренции.

Однако, несмотря на преобладание способов и методов неценовой конкуренции, ценовая конкуренция не исчезла полностью. Ее факторы реализуются в высокотехнологичных отраслях, где наблюдается быстрое снижение издержек производства, а также в международной торговле.

Следующей классификационной группой нами выделены виды конкуренции по уровню реализации. Согласно нашей классификации, конкуренция осуществляется на следующих уровнях:

- местном (микро-уровень);
- региональном (мезо-уровень);

- национальном (макро-уровень);
- межнациональном;
- глобальном (рис.2):

Рис.

2. Классификация форм конкуренции

Для современного понимания конкуренции и формирования конкурентной среды следует отметить, что основной единицей здесь является отрасль, «то есть группа конкурентов, производящих товары или услуги и непосредственно соперничающих между собой» [3, с.273].

Существуют различия в степени интенсивности конкуренции в различных отраслях. В одних отраслях и сферах деятельности большинство компаний получают высокие прибыли, для других отраслей характерны убытки, и только некоторые компании способны избежать их. Соответственно, в благополучных отраслях конкуренция носит относительно мягкий характер. Напротив, в неблагополучных отраслях идет ожесточенная борьба, нацеленная на полное вытеснение конкурентов с рынка.

Список используемых источников:

1. Долинская М.Г., Соловьев И.А. Маркетинг и конкурентоспособность промышленной продукции. М.: Изд-во стандартов, 2008. 125 с.
2. Федеральный закон от 26 июля 2006 г. N 135-ФЗ «О защите конкуренции».
URL: <http://base.garant.ru/12148517/>
3. Ковалев А.И., Привалов В.П. Анализ финансового состояния предприятия. М.: Центр экономики и маркетинга, 2008. 208 с.