

*Доклад для 5-ой международной научно-практической
конференции по теме:
«Поддержка конкуренции:
экономические и юридические механизмы
обеспечения баланса интересов
производства и потребления»
январь 2022 год*

Конкуренция как системообразующий элемент обеспечения баланса интересов производства и потребления

Учебники экономики утверждают, что конкуренция является системообразующим элементом рыночной экономики, обеспечивает баланс интересов производства и потребления. Но на практике честная конкуренция встречается далеко не всегда, что прослеживается как на макро-, так и на микроуровне.

Тот факт, что несколько крупных игроков могут разделить между собой рынок ритейла, телекоммуникационных, добывающих, сервисных или других услуг, еще не значит, что между ними налажено взаимодействие, тождественное книжной конкуренции. При детальном изучении структуры собственности можно обнаружить, что конкурирующие предприятия имеют одного мажоритарного акционера, через цепочку посредников скрыто заключают долгосрочные договоры о стратегическом сотрудничестве, ведут совместную деятельность, связанную с планированием и реализацией тех или иных проектов. Результатом становится сосредоточение индустрии в одних или нескольких руках, что, несмотря на наличие конкуренции с юридической точки зрения, с фактической имеет явные признаки сговора, что приводит к монополизации рынка.

С другой стороны, может иметь место иная крайность: конкуренция может быть недобросовестной. В частности, предприятия из самых разных сфер прибегают к распространению ложных, неточных и искаженных сведений о своих конкурентах, некорректному сравнению, введению в заблуждение. В ход идут также технические способы - приобретение и использование исключительного права на средства индивидуализации, незаконное использование, разглашение конфиденциальной информации. Это реализуется преимущественно через PR-службы, бюджеты на проведение мероприятий составляют значимую графу затрат.

Почему же тогда конкуренцию считают элементом, который обеспечивает интересы производства, а значит, каждого конкретного производителя, если во многих случаях она значительно усложняет процессы продаж, позиционирования и, собственно, производства? Вероятно, в современном динамично меняющемся мире само понятие конкуренции отличается от того, как его трактовали еще несколько десятилетий назад.

В наше время скорость внедрения научных и технических инноваций оказывается более важной, чем обеспечение конкурентоспособности классическими методами. К примеру, торговая сеть, которая внедрит кассы самообслуживания и вокруг этого построит рекламную кампанию, совсем не упоминая о качестве или стоимости продуктов, что традиционно является объектом соответствующих рекламных кампаний, вероятно, не только сэкономит бюджет, но и привлечет больше внимания по сравнению с конкурентами, которые будут использовать стандартную связку “товар - реклама”.

Подобное прослеживается и в других индустриях. Например, региональная компания занимается торговлей. Ассортимент – авто - мототовары, снегоходы, мотовездеходы, мотоциклы, аксессуары. Одним из способов превзойти конкурентов является заключение прямых договоров с производителями и

крупными поставщиками. Конкретно в данном случае предприятие будет конкурентоспособным, если напрямую сотрудничает с такими компаниями, как “Polaris”, “CFMOTO”, “BAJAJ”, “Русская механика”. В этом случае важен акцент не столько на товаре, сколько на способе его получения, а именно на том, чтобы ассортимент был широким, а цена закупки ниже, чем у конкурентов.

По этой причине выигрышная стратегия конкурирования в современной экономике - это не только борьба за предоставление лучшего сервиса или производство лучшего товара, но эксплуатация инновационных разработок и предоставление на основе этого принципиально иного сервиса. В отдельных случаях подобный подход позволяет не просто выделиться среди конкурентов, но занять монопольную позицию. Классическим примером реализации подобной стратегии является опыт легендарного автомобилестроителя Генри Форда, который вместо “более быстрых лошадей”, которые, как он сам утверждал, у него бы запросила целевая аудитория, если бы он исследовал потребительский спрос, предложил миру то, чего никто не ожидал - автомобиль.

Но подобные явления, как было замечено, могут приводить и в отдельных случаях приводят к монополии, что является крайне отрицательным фактором, если только речь не идет о государственной монополии.

Справиться самостоятельно с монополизацией рынка, пускай даже это является результатом инновационного подхода и не влечет за собой никаких серых схем, задействования административного ресурса и тому подобного, участники могут быть не в силах. По этой причине регуляция данных явлений - вотчина государства, которое реализует свою власть посредством антимонопольного комитета и разного рода ограничивающих законодательных инициатив. Таким образом, обеспечивается конкурентоспособность продукта или сервиса предприятий, заведомо уступающих по степени использования инноваций, технических средств, интеллектуальных ресурсов. На таком

макроуровне при условии корректного антимонопольного регулирования действительно можно говорить о том, что конкуренция является как раз тем системообразующим элементом обеспечения баланса интересов производства и потребления, которым она должна быть согласно теоретическим определениям.

Но рассматривать вопросы конкуренции корректно с точки зрения не столько производителей, сколько потребителей, ведь в конечном итоге подобные инициативы должны быть направлены не только на создание благоприятной рыночной обстановки, но, прежде всего, на то, чтобы каждый потребитель имел доступ к качественным товарам и услугам по адекватной стоимости. В данном случае крайне важную роль играет внутриотраслевая конкуренция, представляющая собой соперничество между производителями, которое в конечном итоге приводит к возникновению равновесной цены, которая в свою очередь уравнивает спрос и предложение. Таким образом, внутриотраслевая конкуренция действительно является мощным механизмом обеспечения баланса интересов производства и потребления.

Но на практике обеспечение внутриотраслевой конкуренции влечет за собой и обратный эффект, а именно приводит к сокрытию разного рода технологических секретов, порождению коммерческих тайн, наличию патентов на разработки, которые могли бы положительно сказаться на повышении эффективности производства и снизили итоговую стоимость продукции для конечного потребителя. Это прослеживается в разных сферах, в частности, в фармакологической индустрии, когда технология производства определенного медикамента защищена патентом и применяется одной компанией, что приводит к ее доминирующей позиции.

С юридической точки зрения, это корректно, но с фактической, подобная защита авторского права приводит к необходимости вынужденного внедрения неэффективных технологических и иных процессов на протяжении многих лет и

десятилетий. Классическим примером подобного противостояния являются разбирательства вокруг права производить аспирин и подобные ему вещества. В данном случае обеспечение внутриотраслевой конкуренции путем патентного законодательства и защиты авторских прав приводит к тому, что страдают, по крайней мере, с финансовой точки зрения, сотни миллионов граждан.

В Российской Федерации применяются разные инструменты обеспечения наличия и развития конкуренции. Также большое внимание уделяется их совершенствованию.

Прежде всего, это таможенно-тарифное и нетарифное регулирование. Его первоначальная задача - защита внутреннего рынка, при этом обеспечение возможностей для реализации продукции иностранных производителей.

Важнейшим способом обеспечения конкурентной среды является налоговая политика. Обеспечение конкуренции на глобальном уровне возможно лишь в том случае, если налоговая политика способствует привлечению иностранного капитала, а законодательная база вселяет уверенность в его сохранность и возможность освоения. Актуальными вопросами, которые еще предстоит решить нашей стране, является упрощение процедур предоставления налоговой отчетности, сокращение срока возмещения НДС, создание и активное продвижение посредством СМИ и через другие каналы программ налогового стимулирования предприятий, работающих в самых разных сферах. Это может иметь не только экономический, но социальный и другие эффекты. Например, во многих странах налоговые льготы предоставляют компаниям, которые применяют зеленые технологии, уменьшают выбросы и при этом работают в самых разных сферах, занимаясь производством самых разных товаров.

Задействование конкуренции как системообразующего элемента, который обеспечивает баланс интересов производителей и потребителей, можно обеспечить и путем внедрения госпрограмм развития отдельных отраслей. Если в

определенной отрасли, где наблюдается дефицит, созданы прозрачные условия для ведения коммерческой деятельности, при этом реализуются программы отраслевого развития наряду с обеспечением конкуренции, в выигрышной позиции оказываются все, начиная с государства, включая всех участников цепочки производства товара или оказания услуги, и заканчивая конечным потребителем.

Таким образом, грамотная политика в области конкуренции приводит к повышению эффективности деятельности предприятий, созданию прозрачной конкурентной среды и повышает уровень жизни граждан.

Список использованной литературы:

- 1) Березов, Н. И. Конкуренция в экономике / А. И. Березов. – М.: Ника-Центр, 2018. – 768 с.
- 2) Качалин В.В. Культура конкуренции/ В.В. Качалин // Мировая экономика и междунар. отношения. - 2011. - № 7. - С.26-32.
- 3) Сурнина К.С. Конкуренция в предпринимательстве / К.С. Сурнина // APRIORI. Серия: Гуманитарные науки. – 2018. – № 1. – С. 4.
- 4) Алтухова, А. Т. Факторы повышения конкурентоспособности предприятия / А. Т. Алтухова //– М.: Ника-Центр, –2017.–№ 9.– С.35–38.
- 5) Что такое конкуренция? Виды конкуренции. Кто такие конкуренты и как с ними бороться? - Статья на сайте kompanion.online
- 6) Конкуренция в бизнесе - статья на сайте eduklgd.ru