

Тимирьянова В.М.

соискатель, ассистент кафедры экономики и управления на предприятиях торговли, Уфимский институт (филиал) Российского государственного торгово-экономического университета

ОДИН В ПОЛЕ

сила и уровень конкуренции

Конкуренция является настолько многогранным понятием, что до сих пор нельзя говорить о том, что постижение ее сущности завершено. В литературе часто встречаются такие понятия как уровень, сила, интенсивность конкуренции, но, как правило, они не конкретизированы и объединяют в себе целую совокупность аспектов конкурентоспособности, причем при оценке внешней среды практически никогда не используется вся глубина и широта этих понятий.

Нередко встречается фраза «острая конкурентная борьба». Но что означает это понятие, и как определяется степень остроты? Считается, что ответ на этот вопрос дает классификация рынка в зависимости от количества работающих предприятий. Так, если на рынке действует одно предприятие (монополия) – конкуренции нет, если два предприятия (олигополия) – она слабая, если много предприятий (полиполия) – она сильная, острая (1).

В других работах дается оценка уровню конкуренции, зависящему от следующих факторов:

- наличие большого числа конкурирующих фирм, силы которых примерно равны;
- скорость внедрения на рынок новых фирм;
- уровень постоянных издержек;

- стадии развития рынка;
- стадии развития основных участников рынка (2).

В данном случае сила взаимодействия предприятий, сила их борьбы совмещены с описанием среды. В результате очень тяжело определить уровень конкуренции. Так, на развитом рынке с маленьким количеством фирм он является низким. То же можно сказать и о развивающемся рынке с большим числом соперничающих компаний.

Нередко в литературе упоминается интенсивность конкуренции. Считается, что она уменьшается по мере перехода рынка от двухсторонней полиполии к двухсторонней монополии (3). Но иногда бывает так, что среди трех предприятий, работающих на достаточно узком рынке, разворачивается намного более острая конкурентная борьба

ба, нежели на большом рынке с огромным количеством компаний. Необходимо отдельно выделить понятия «сила конкуренции» и «уровень конкуренции», конкретизировать их. Первое характеризует напряженность, существующую между конкурентами, остроту борьбы. На ее силу влияют: концентрация предприятий (4), неравенство распределения доходов, количество зарегистрированных хозяйствующих субъектов на 10000 человек, рентабельность на анализируемом рынке. Чем выше концентрация

предприятий, равнее распределяются доходы, ниже рентабельность, тем сильнее конкуренция.

Уровень конкуренции характеризует качество конкуренции и развитие рынка. В табл. 1 представлены основные параметры оценки уровня конкуренции.

Для наглядности по уровню конкуренции распределены разные регионы и местности РФ (табл. 2.). Следует отметить, что в пределах каждого уровня сила конкуренции может постоянно изменяться, усиливаться или спадать. При увели-

Таблица 1

Оценка уровня конкуренции

Наименование	Уровень конкуренции				
	Высокий	Выше среднего	Средний	Ниже среднего	Низкий
Зрелость рынка	Развитый		Формирующийся		Неразвитый
Уровень жизни населения	Высокий	Выше среднего	Средний	Ниже среднего	Низкий
Качество потребляемых товаров, влияние цены и уровня обслуживания на покупательские предпочтения	Важны: высокое качество, уровень обслуживания, широта и глубина ассортимента		Важны: высокое качество, широта и глубина ассортимента, цена	Основным является оптимальное соотношение цены и качества	Приобретается все, что есть, вне зависимости от цены и качества, дефицит товаров. Другой вариант: важна цена даже в ущерб качеству товара.
Применяемые методы конкурентной борьбы, форма конкуренции	Сложные, многофакторные		Ценовые, демпинговые методы, встречается недобросовестная конкуренция		Ценовые, демпинговые методы, встречается недобросовестная конкуренция. Высокая криминализация рынка

**Распределение регионов, городов и местностей
по уровню конкуренции**

Уровень конкуренции	Примеры регионов, местностей РФ
Высокий	
Выше среднего	Мегаполисы с высоким уровнем доходов и потребления (Москва, Санкт-Петербург). Развитая инфраструктура.
Средний	Маленькие и средние города с градообразующим предприятием. Средний уровень доходов и потребления. Высокая предпринимательская активность. Стерлитамак, Набережные Челны и мн. др.
Ниже среднего	Маленькие и средние города без градообразующего предприятия. Низкий уровень доходов и потребления. Высокая предпринимательская активность.
Низкий	Сельская местность с преимущественно натуральным хозяйством, существующие здесь предприятия (особенно торговые) испытывают сильное давление со стороны покупателей и поставщиков. В то же время, наблюдается практически полное отсутствие конкурентов, что связано, в первую очередь, с размерами рынков.
	Деревни старообрядцев (не пускают торговлю и редко выходят за пределы территории для удовлетворения нужд).

чении объемов потребления или при уходе с рынка одного из предприятий давление со стороны конкурентов, при условии отсутствия новых, ослабевает.

Конечно, конкуренция остается, при этом ее уровень, в отличие от силы, неизменен. Начинается борьба, связанная с желанием максимизировать свою прибыль, но нет агрессивности, которая присутствует между предприятиями, борющимися за выживание на рынке, когда доходность приближается к нулю. Применяются несколько другие методы конкурентной борьбы,

реже встречаются случаи недобросовестной конкуренции. Но такое состояние рынка не постоянно и очень скоро в рынок, где выросла доходность капитала, обязательно захочет войти новое предприятие. В этом случае сила конкуренции нарастает, т.к. появившаяся структура посягает на доли прежних конкурентов, начинается перераспределение рынка, падает доходность. Однако это необязательно скажется на уровне конкуренции. Таким образом, совокупность аспектов категории «конкуренция» намного шире, нежели кажется на

первый взгляд. В настоящее время предприятиями все больше ощущается усиление конкурентной борьбы, все чаще приходится задумываться о собственной позиции и завоевании безусловных преимуществ на рынке.

Оценка конкурентно среды во всей ее многогранности является необходимым условием для разработки стратегии предприятия. Анализ силы и уровня конкуренции дает полную картину рынка, позволяет судить о его привлекательности для инвесторов, выявлять будущие опасности, строить прогнозы дальнейшего развития. Также это дает возможность сравнивать разные рынки, что представляет интерес для специалистов, занимающихся вопросами оценки внешней среды и конкурентоспособности торговой сети.

Литература

1. Азоев Г.Л., Чекленков А.П. Конкурентные преимущества фирмы. – М.: Типография «Новости», 2000. – 256 с. – ISBN: 5-88149-045-2.
2. Розничные торговые сети: стратегии, экономика и управление: учебное пособие. / Под ред. А.А.Есютина и Е.В. Карповой. – М.: КноРус, 2007. – 424 с. – ISBN 978-5-85971-705-7.
3. Светульников С.Г. Методы маркетинговых исследований. – СПб.: Изд-во ДНК, 2004. – 349 с. – ISBN: 5-901562-33-х.
4. Приказ Федеральной антимонопольной службы от 25 апреля 2006 г. №108 «Об утверждении Порядка проведения анализа и оценки состояния конкурентной среды на товарном рынке».

рп

Timiryanova, V.M.

PhD student, assistant lecturer, Dept. of Economics and Retail Outlet Management, Ufa Institute (branch), Russian State Trade and Economics University

Strength and level of competition

 *One often comes across the concepts of level, strength and intensity of competition in literature, but these normally lack specific definitions and cover a broad spectrum of competition aspects. The assessment of external environment does not take advantage of the full scope of the concepts. The paper formulates the concepts of strength and level of competition, identifies factors affecting them, and describes their manifestations. Rating markets in terms of competition strength and level lends depth to the analysis of competitive environment, at the same time enabling it to yield more information and draw comparisons between markets.*