

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
**«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ
Н.Г.ЧЕРНЫШЕВСКОГО»**

Кафедра экономической теории
и национальной экономики

Конкуренция как регулятор рыночной экономики

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

Студентки 4 курса 463 группы
направления 38.03.02 Экономика
профиль экономика предпринимательства
экономического факультета
Имашевой Марии Максутовны

Научный руководитель

к.э.н., доцент _____ Е.В. Коротковская

Заведующий кафедрой

к.э.н., доцент _____ Е.В. Огурцова

Саратов 2019 год

Введение. В современной экономике к основным проблемам относятся ослабление государственного регулирования конкуренции, отсутствие механизмов формирования конкурентной среды и развития конкурентных отношений. Что так же подчеркивает актуальность темы ВКР.

В долгосрочной программе экономического развития России в период до 2025 года конкуренция в отраслевых сегментах провозглашена главным экономическим регулятором модернизации экономики и выхода с товарами и услугами на международные рынки. Существует так же острая необходимость создания современных стимулов экономического развития с использованием цифровых конкурентоспособных технологий, а так же изучения мирового опыта конкурентной борьбы, ее форм, методов и выработки собственного пути экономического развития с учетом национального менталитета в условиях быстрой трансформации экономики России. В этой связи исследование в работе конкуренции как регулятора рыночной экономики является своевременным и актуальным.

Актуальность темы исследования обусловлена тем, что конкуренция является основным фактором существования и функционирования рынка в современной экономике России. В условиях включения России в мировые хозяйственные отношения, связанные с развитием конкуренции, на первый план выходят процессы создания и исследования конкурентных механизмов взаимодействия хозяйствующих субъектов, что требует всестороннего научного анализа.

Целью бакалаврской работы является исследование конкуренции как регулятора рыночной экономики, выявление особенностей развития конкуренции, ее форм и видов в экономическом хозяйстве России для разработки мер по ее регулированию.

Задачи исследования:

- раскрыть сущность конкуренции на различных этапах социально-экономического развития общества;
- выявить новые мировые тенденции в развитии конкуренции, ее форм

и методов на современном этапе в условиях движения к постиндустриальному развитию общества, глобализации мирового хозяйства;

- оценить конкурентные отношения в современной экономике России;
- рассмотреть развитие конкуренции в птицеводческой отрасли на примере деятельности холдинговой компании Акционерного общества «Саратов птица»;
- выявить динамику конкуренции в птицеводстве и ее особенности в Саратовской области.

Работа состоит из введения, главы 1. «Теоретические основы конкуренции как регулятора рыночной экономики», главы 2. «Развитие конкуренции в птицеводческой отрасли», заключения и списка использованных источников.

Полученные результаты, сделанные автором обобщения и выводы расширяют представления о конкуренции как факторе, влияющем на рыночные отношения между хозяйствующими субъектами экономики России. Выполненный автором анализ конкурентной среды и складывающихся отношений между хозяйствующими субъектами в птицеводстве Саратовской области может быть использован при разработке региональных программ демонополизации, развития конкурентной среды и конкурентных отношений, повышения конкурентоспособности региона.

Основное содержание работы. В первой главе исследованы эволюционные процессы конкурентных отношений от идеалистически совершенной конкуренции, которая трактовалась как:

- 1) равный и полный доступ всех участников рынка к информации;
- 2) бесконечное множество продавцов и покупателей на рынке, каждый из которых в отдельности не сможет влиять на рыночную цену;
- 3) каждый производитель специализируется на выпуске однородного продукта.

До состояния, где определяющим фактором конкурентной эволюции является инновационная деятельность фирм. Внимание сфокусировано на связи научно-технического прогресса и структуры рынка. В основе высокой конкурентоспособности стран лежит инновационные конкурентные преимущества. В конкурентной борьбе побеждает тот, кто принимает нестандартные решения. Успех в конкуренции основан на «интеллектуальном лидерстве», при условии владения ключевыми компетенциями.

В главе показано, что конкурентные отношения обладают несколькими свойствами или признаками.

Во-первых, конкурентные отношения представляют собой взаимодействие соперничающих сторон, обусловленное ограниченностью природных и других ресурсов и доступа к ним. Участники рынка вынуждены становиться конкурентами за эти блага.

Во-вторых, конкурентные отношения изначально являются конфликтным взаимодействием субъектов рынка. Конфликтующие стороны нацелены на ослабление и/или подавление соперников ради обеспечения собственной пользы.

В-третьих, у конкурирующих сторон существуют сходные цели, связанные с получением желаемых условий для воспроизводственной деятельности.

Так же в главе показаны разнообразные классификации конкурентных преимуществ. Основными видами конкурентных преимуществ являются¹:

- 1) ресурсные: наличие доступа к дешевому и качественному сырью; отлаженная система эффективного использования ресурсов; поставщики;
- 2) технологические: имеющееся современное оборудование, эффективно влияющие на производительность и качество товаров;

¹ Ипатова, А.В., Ахмерова, А.Р. Конкуренция как стимул роста и развития экономики / А.В. Ипатова, А.Р. Ахмерова // В сборнике: 1917 год в судьбах народов России Сборник материалов научной сессии студентов и аспирантов всероссийской научно-практической конференции с международным участием. С. 402-404. ISBN: 978-5-7477-4567-4.

патентованные технологии;

3) интеллектуальные (управленческие): высококвалифицированные работники; наличие оптимальной системы менеджмента;

4) рыночные: возможность доступа к рынкам; высокая доля рынка, каналов распределения; наличие рекламы, эффективной системы сбыта и послепродажного обслуживания;

5) инновационные: обеспечиваются за счет применения в производственной деятельности хозяйствующего субъекта результатов НИОКР и позволяют формировать разнообразие ассортимента выпускаемой продукции с усовершенствованными характеристиками;

6) культурные: характеризуются близостью менталитета стран; позволяют субъектам хозяйствования успешно функционировать в странах с близкой культурой.



Рисунок 1 – Классификация основных видов конкуренции²

В связи с представленной классификацией государство в плане управления конкурентными преимуществами выступает как неэффективный предприниматель, тем не менее, компании с государственным участием

² Нечаева, О.А., Бакальская, Е.В. Конкуренентоспособность как фактор развития рыночной экономики / О.А. Нечаева, Е.В. Бакальская // Аллея науки. - 2017. - Т. 2. - № 16. - С. 222-226. eISSN: 2587-6244

входят в список 12 крупнейших корпораций России. Такая ситуация ставит барьеры на пути возникновения новых игроков на рынке, точнее сказать, делает это, практически, невозможным. Кроме того, присутствие государства, как предпринимателя, к примеру, в банковском секторе, создает неравные условия для развития конкурентных отношений.

Несмотря на незначительную долю госсектора в общей сумме всех предприятий, которая составляет не более 2%, государству принадлежит значительная доля рынка в целом более 50%.

Наибольшего конкурентного преимущества в современной экономической реалии возможно достигнуть если предприятие будет использовать современные инновационные технологии, основанные на цифровых технологиях.

В работе выявлено, что наиболее важным экономическим параметром при оценке состояния предприятия является его конкурентный потенциал. Конкурентный потенциал предприятия формируется за счет совокупности ресурсов, которые оно уже использует и может реально привлечь для достижения своих стратегических целей.

Анализ состояния инновационных предприятий производящих и осуществляющих реализацию продуктов и услуг показал, что необходимо для оценки конкурентоспособности предприятия применить формулу, которая имеет следующий вид:

$$КП = 1,0 K_1 + 0,4 K_2 + 0,7 K_3$$

где $K_1 \dots K_3$ – показатели, представленные в таблице 1.

Таблица 1 – Основные показатели, влияющие на конкурентоспособность инновационного предприятия³

Наименование показателя	Формула для вычисления	Условные обозначения
-------------------------	------------------------	----------------------

³ Калитин Б.С., Кузьмич М.С. Математическая модель экономического равновесия с учетом конкуренции в рыночной экономике / Б.С. Калитин, М.С. Кузьмич // Белорусский экономический журнал. 2017. № 1 (78). С. 143-152. ISSN 1818-4510.

Возможность внедрения инноваций, (K_1)	N_I	Количество высоко конкурентных производств на предприятии, связанных с инновациями
Качество системы подготовки и переподготовки кадров, (K_2)	$K_c = \frac{L^*}{L}$	L^* – число работников, прошедших систему подготовки и повышения квалификации связанных цифровыми технологиями; L – общее число работников.
Финансовая устойчивость, (K_3)	$U = \frac{CC}{O}$	CC – собственный капитал; O – все обязательства предприятия (кредиты, займы и кредиторская задолженность)

В работе было показано что влияет на развитие конкуренции в современных условиях, а именно:

✓ В секторе МСП России малые предприятия лидируют по обороту и количеству занятых. Оборот на 1 работника у таких предприятий выше, чем у микропредприятий, что может указывать на их большую эффективность и конкурентоспособность.

✓ Слабо развита структура МСП по масштабу предприятий и видам деятельности что не способствует развитию конкуренции на отраслевых рынках: 42,7% МСП действуют в сфере торговли и 45% МСП сосредоточено в 10 субъектах РФ.

✓ Более $\frac{3}{4}$ предприятий МСП сконцентрировано всего в трех областях что не способствует развитию конкуренции: торговле, строительстве и обрабатывающей промышленности. В 2017 г. по данным Росстата торговля заняла 57% от суммарного оборота сектора МСП. Обрабатывающие производства – 10,6%. В обрабатывающих производствах по обороту с отрывом лидирует пищевая промышленность – более 1 трлн. руб. На 2-м месте производство готовых металлических изделий с 675 млрд. руб.

✓ Среди основных проблем предприниматели называют

экономические факторы – растущие издержки и снижение спроса, однако на первом месте – экономическая неопределенность.

✓ Нагрузка на малые и средние предприятия выше, чем нагрузка на крупный бизнес. Это не дает сектору МСП конкурентно развиваться, стимулирует их не к росту, а к дроблению и уходу в теневой сектор.

✓ Неэффективность системы тарифообразования на услуги естественных монополий распределяется в первую очередь на МСП, что сильно влияет на конкурентность товаров и услуг.

✓ Снижение государственной поддержки МСП приводит к снижению конкурентоспособности на товарных рынках перед крупными хозяйствующими субъектами. При этом, из этой программы финансируются важнейшие проекты в большинстве регионов – создание инновационной инфраструктуры.



Рисунок 2 - Рейтинг факторов с точки зрения оказания сдерживающего влияния на развитие конкуренции в производстве (оценка по пятибалльной шкале)⁴.

⁴ Подольская И.А. Конкуренция как основа рыночной экономики / И.А. Подольская // В сборнике: развитие социального и научно-технического потенциала общества Сборник

Во второй главе проведен анализ состояния птицеводческой отрасли в РФ и Саратовской области на примере АО «Саратов Птица».

Согласно проведенным исследованиям конкурентоспособность холдинга зависит от размера выручки, получаемой от продаж производимой предприятием продукции, на которую оказывают следующие факторы:

- профицит куриного яйца в РФ связанный с устойчивым ростом объемов внутреннего производства, он оказывает влияние на рыночную цену продукции, и затрудняет процесс сбыта продукции;
- низкий темп прироста цен на продукцию, относительно прошлых лет, из-за перенасыщения отечественного рынка товарного яйца;
- невысокий объем внешней торговли по сравнению с объемами национального производства и значительного роста затрат на производство из-за удорожания кормов;
- сложившаяся экономическая ситуация в стране (кризис), изменение курса национальной валюты, от которого зависят цены на упаковку, ветеринарные препараты, генетический материал (цыплят) и т.д.;
- падение покупательской способности населения, в результате чего наблюдается снижение потребительского спроса на продукцию эмитента;
- жесткая нормативная база в сфере экологии;
- развитие политических и торговых отношений со странами СНГ, беспрепятственная торговля со странами участницами ЕАЭС.

Анализ состояния птицеводческой отрасли показал, что в 2016 г профицит куриного яйца в РФ составил 4 037,1 млн. шт.

Топ-10 дефицитных областей в РФ за I полугодие 2017 г: - Московская область 555,89 млн. шт./мес.; - Самарская область 68,71 млн. шт./мес.; - Краснодарский край 61,00 млн. шт./мес.; - Ставропольский край 43,74 млн. шт./мес.; - Республика Дагестан 37,09 млн. шт./мес.; - Тверская область 29,61 млн. шт./мес.; - Волгоградская область 26,19 млн. шт./мес.; - Приморский

край 24,81 млн. шт./мес.; - Республика Башкортостан 24,78 млн. шт./мес.; - Республика Крым 24,41 млн. шт./мес.

Нами была проведена оценка потребительского спроса на мясо куриное потребляемое в Саратовской области. При расчете потребительского спроса использовалась логарифмическая функция, характеризующая зависимость потребления от цен и доходов населения.

Функция потребления рассчитывалась с помощью корреляционно-регрессионного анализа. Модель была построена на квартальных данных по Саратовской области за период начиная с 2000 года по 2018 год, т.е. у нас получилось 72 ряда динамики потребления.

Расчет был произведен по интегральному показателю конкурентоспособности предприятия, с использованием основных групп средневзвешенных показателей конкурентоспособности предприятия, который можно произвести по формуле:

$$K_{КП} = a * \mathcal{E}_П + b * \Phi_П + c * \mathcal{E}_С + d + K_T,$$

где $K_{КП}$ – коэффициент конкурентоспособности предприятия;

$\mathcal{E}_П$ - значение критерия эффективности производственной деятельности предприятия;

$\Phi_П$ – значение критерия финансового положения предприятия;

$\mathcal{E}_С$ – значение критерия эффективности организации сбыта и продвижения товара на рынке;

K_T – значение критерия конкурентоспособности товара;

a, b, c, d – коэффициенты весомости критериев.

Заключение. В работе предложены некоторые выводы:

Птицеводческая отрасль Саратовской области работает с профицитом по товарной продукции и разрабатывает стратегические программы продвижения продукции птицеводства на соседние рынки в том числе за пределы РФ

Основным недостатком многих птицеводческих предприятий Саратовской области по-прежнему остается отсутствие собственного

кормопроизводства, что влияет на конкурентоспособность и отражается на себестоимости продукции.

Главным определяющим фактором при выборе мяса птицы среди других видов мяса, является его сравнительно низкая цена причина состоит в низкой покупательской способности населения.

Динамика развития конкуренции показала, что птицеводческая отрасль обеспечила потребителя на 98%, что в ближайшие годы приведет отрасль к перепроизводству, поэтому необходимо производителю искать новые рынки или производители будут вынуждены поднять отпускные цены на продукцию для избежание кризиса перепроизводства.