

УДК 339.137.2

## КОНКУРЕНЦИЯ КАК ФАКТОР ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА

Вахидова В.П., студентка гр. БИО-ЭБ-21, 3 курс

Научный руководитель: Корженевская Е.И., к.э.н, доцент

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Технологический университет имени дважды Героя Советского Союза, летчика-космонавта А.А. Леонова»  
г. Королев

Экономический рост – это долговременное увеличение реального ВВП, как в абсолютных значениях, так и в расчёте на душу населения. Стоит отметить, что экономический рост является важнейшим показателем развития экономики любого государства.

Есть различные способы добиться экономического роста. Эти способы определяют его тип: экстенсивный или интенсивный. При экстенсивном типе для роста применяются такие методы, как увеличение площади производства, найм дополнительных сотрудников и прочие количественные способы. При интенсивном росте применяются новые технологии, повышается производительность рабочих и другие способы, направленные на качественное улучшение.

Экономический рост можно легко увидеть по его показателям, которые бывают количественными и качественными. К количественным относят ВВП, увеличение которого является основным критерием экономического роста. ВВП, в свою очередь, влияет на качественные показатели. Так, при росте ВВП на душу населения растёт уровень жизни в государстве.

Для экономического роста необходимы следующие факторы: наличие природных ресурсов, наличие трудовых ресурсов, наличие капитала, уровень технологий (прогресс), факторы спроса и факторы эффективности [4]. Также, экономический рост невозможен без такого фактора как конкуренция. Конкуренция – это соперничество между участниками рыночного хозяйства за лучшие условия производства, купли и продажи товаров [5].

Конкуренция проявляется в следующих функциях: регулирующая, стимулирующая, распределительная, контролирующая [3]. Так, первая функция позволяет рынку саморегулироваться исходя из запросов потребителей, в отличие от случаев монополизации, когда производители могут игнорировать желания своих клиентов.

Следующая функция проявляется в финансовой мотивации участников рынка производить необходимые для потребителей товары по лучшему соотношению цены и качества, при котором при минимальных издержках будет возможно получение максимальной прибыли.

Функция распределения проявляется в том, что доходы компаний формируются во многом исходя из их вложений в производство какого-либо продукта: чем больше производитель вложил средств в создание наиболее подходящего для потребителей товара, тем больше получится извлечь средств с реализации данной продукции.

Функция контроля заключается в невозможности установления несправедливых цен при честной, совершенной конкуренции.

Очевидно, что конкуренция оказывает значительное влияние на экономический рост любого государства, так как именно благодаря конкуренции невозможен застой ни в отдельной отрасли экономики государства, ни во всей экономике в целом. Конкуренция вынуждает производителей товаров и услуг устанавливать справедливые цены, что увеличивает покупательскую способность населения, а вынужденное стремление всех производителей к наилучшему соотношению цены и качества, которое вынуждает постоянно повышать эту характеристику повышает интерес населения к отечественной продукции. Доказательством необходимости и значимости конкуренции является потеря 2,5% ВВП ежегодно в сферах с недостаточно развитой конкуренцией [1]. Например, в газовой сфере из-за практически полностью монопольного положения ПАО «Газпром» РФ недополучает финансовых ресурсов в количестве около 0,4% всего ВВП [1].

При высоком уровне конкуренции население предпочитает приобретать национальную продукцию импортной, потому что иностранным поставщикам из-за различных издержек в виде таможенных пошлин и других факторов становится крайне сложно конкурировать с местными производителями. Это предпочтение населения благоприятно сказывается на экономике, так как средства остаются внутри государства, а не уходят за границу. В результате этого эти средства будут потрачены на уплату различных налогов, развитие отечественных компаний, их расширение, наем новых специалистов, проведение различных исследований для улучшения продукта.

Помимо роста за счет внутренних потребителей экономика получает возможность роста благодаря внешним потребителям. В стране с более совершенной конкуренцией потребители вынуждены развивать свой продукт значительно быстрее, чем в странах с более низким уровнем конкуренции. Так потребители в странах с менее совершенной конкуренцией будут отдавать предпочтение лучшему товару. Таким образом, конкуренция позволяет оттягивать средства иностранных покупателей из экономики их стран в отечественную экономику, что также положительно сказывается на экономическом росте.

Стоит отдельно отметить, что конкуренция способствует развитию науки. Зачастую исследование новых технологий для улучшения товара является чрезвычайно дорогостоящим процессом, результат которого может не окупить вложения. В случае если конкуренция недостаточно совершенна, производители не будут должным образом вкладываться в науку, потому что это будет оцениваться не как получения конкурентного преимущества, а как потенциально упущенная прибыль. В случае же более совершенной экономики

вложения в научные исследования являются фактором, обеспечивающим выживание производителя на рынке, а такая важность исследований обеспечивает значительный приток средств в академическую среду. Благодаря этому повышается не только конкурентоспособность национальных товаров, но и увеличивается число высококвалифицированных специалистов, которые в современной экономике ценятся очень высоко и даже государства ведут борьбу между собой за такой ресурс.

Нельзя не обратить внимание, что при всех положительных чертах конкуренция оказывает на рынок и негативное воздействие. Например, в результате колебания цены из-за смещения равновесия спроса и предложения некоторые производители могут оказаться неспособны к существованию в новых условиях. Так, некоторые предприниматели потеряют вложения, а их сотрудники пополнят число безработных граждан, увеличение которых отрицательно сказывается на экономическом росте.

При нарушении стабильности на определенном рынке более крупные компании могут этим воспользоваться, чтобы уничтожить своих конкурентов. Так, самые крупные участники рынка могут выкупать своих менее устойчивых конкурентов. Ещё одним способом избавления от конкурентов может быть демпинг цен, в том числе до уровня, при котором продажи происходят в убыток. Очевидно, что при установлении таких цен менее крупные предприниматели не смогут конкурировать и разорятся.

Стремление к получению конкурентных преимуществ для увеличения доли рынка может приводить и к разорению очень крупных предприятий. Например, если предприниматель решит вложиться в дорогостоящее научное исследование, результаты которого себя не окупят, а конкурентами будут проведены другие исследования, позволяющие создать более интересный для потребителя товар. Проблема в такой ситуации заключается в том, что компания из-за больших вложений в другой вектор развития просто не сможет переориентироваться быстро, а кроме временных затрат для смены вектора развития потребуется и значительные финансовые вложения. Часто это может привести к банкротству, или, как минимум, к потере значительной доли рынка, которое, вероятно, приведет к сокращению штата и резкому падению дохода. Такая ситуация произошла с компанией KODAK, которая недооценила перспективы развития рынка цифровых фотокамер, сделав упор на продажу пленочных продуктов. В результате один из самых весомых участников рынка оказался на грани банкротства. Это приводит к росту безработицы, снижению налоговых поступлений, а также может увеличить отток специалистов из этой компании к иностранным конкурентам.

Исходя из вышеописанного очевидно, что конкуренция при саморегуляции вероятнее всего приведет к монополизации рынка и замедлению экономического роста. Именно поэтому во всех странах есть государственные органы, обеспечивающие поддержание здоровой конкуренции. В России таким органом является Федеральная антимонопольная служба.

В случае возникновения ситуаций, описанных выше, Федеральная антимонопольная служба России реагирует и на случаи нарушения антимонопольного законодательства. В качестве примера такого нарушения можно выделить образование картелей. «Картель» - тайная договоренность, конкурирующих в пределах одного товарного рынка предпринимателей, направленная на получение сверхприбыли и ущемляющая интересы потребителя [2]. Картельный сговор - одно из самых серьезных нарушений антимонопольного законодательства [2].

В качестве примера картельного сговора можно привести следующую ситуацию: Мариинский театр проводит торги на реконструкцию здания под гостиницу. На аукцион заявляются три участника: ООО «Рекондор», ООО «Топливная Компания «Сатурн» и ООО «ГрантСтрой» [2].

«Рекондор» и «Топливная Компания «Сатурн», зная, что заявки компаний будут отклонены из-за отсутствия необходимых документов резко с перерывом в несколько секунд снижают начальную цену контракта более чем на 95% - с 5 миллионов до 222 тыс. руб. Заказчик признает заявки компаний, не соответствующими аукционной документации и государственный контракт заключается с третьей компанией «ГрантСтрой» с минимальным снижением цены [2].

За подобные нарушения предусмотрен административный штраф 1% до 15% от суммы выручки предприятия. По итогам рассмотрения этого дела на три организации был наложен административный штраф на общую сумму 2,9 млн рублей [2].

Подводя итоги всего вышеописанного, можно сделать вывод, что конкуренция оказывает огромное влияние на развитие государства не только в экономической сфере, но и в научной, а также в некоторых других. Но нельзя забывать, что если не контролировать конкуренцию, то рынок может быть монополизирован, и сразу после этого все преимущества конкуренции исчезнут. Монополисту неинтересно стремиться максимально удовлетворить запросы потребителей, так как у потребителей просто нет возможности выбрать замену. Поэтому монополист будет стремиться установить значительно завышенные цены за посредственное качество предлагаемого товара. В связи с такими рисками, а также существованием естественных монополий, а также возможностей различных сговоров и прочих нарушений принципов конкуренции в России приняты антимонопольные законы и основана Федеральная антимонопольная служба, которая контролирует рынок и предотвращает незаконные действия его участников. Федеральная антимонопольная служба – важный орган, без которого конкуренция не приносила бы никакой пользы экономике, так как со временем рынок во всех сферах удалось бы монополизировать узкому кругу предпринимателей. Я считаю, что в качестве одного из векторов развития Федеральной антимонопольной службы РФ может быть работа для поиска способов максимально снизить количество естественных монополий, потому что, как было описано выше, в таких сферах происходят значительные потери ВВП. Это позволит увеличить конкуренцию на рынке, которая, как

раннее было описано, является значительным фактором экономического роста  
– одного из главных показателей развития всего государства.

### Список литературы

1.А. Шаститко, С. Голованова, П. Крючкова, А. Курдин, В. Новиков, М. Овчинников, Н. Павлова Последствия слабой конкуренции: количественные оценки и выводы для политики Экспертно-аналитический доклад // ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПОЛИТИКА. 2012. Москва. №6. URL: [http://www.ep.ranepa.ru/pdf/EP\\_6-2012.pdf](http://www.ep.ranepa.ru/pdf/EP_6-2012.pdf) (дата обращения: 30.10.2023).

2.КАРТЕЛЬНЫЙ СГОВОР: ЧЕМ ОПАСЕН И КАК С НИМ БОРОТЬСЯ? 2016. URL: <https://fas.gov.ru/publications/1595> (дата обращения: 30.10.2023).

3.Николаева, И. П. Экономическая теория : учебник / И. П. Николаева. – 5-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2021. – 330 с. : ил., табл., граф. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684327> (дата обращения: 30.10.2023). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-04318-5. – Текст : электронный.

4.Ускова, Т. В. Экономический рост: сущность, факторы, пути ускорения : учебное пособие / Т. В. Ускова, Е. В. Лукин ; Вологодский научный центр РАН. – Вологда : ВолНЦ РАН, 2018. – 141 с. : схем., табл., ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=499729> (дата обращения: 30.10.2023). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-93299-412-2. – Текст : электронный.

5.Экономическая теория: микроэкономика - 1, 2. Мезоэкономика : учебник / Г. П. Журавлева, В. В. Громыко, М. И. Забелина [и др.] ; под общ. ред. Г. П. Журавлевой ; Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова. – 10-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2021. – 934 с. : ил., табл., схем., граф. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684200> (дата обращения: 30.10.2023). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-04124-2. – Текст : электронный.