

САЛИХОВА РЕГИНА РАФАИЛЕВНА
к.э.н., доцент ФГБОУ ВО «Казанский государственный
энергетический университет», г. Казань, Россия,
e-mail: regina-salixova@list.ru

DOI:10.26726/1812-7096-2024-4-197-203

ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ТРАНСФОРМАЦИИ КОНКУРЕНЦИИ В ТОРГОВЛЕ

Аннотация. В статье исследуются процессы трансформации конкуренции во внутренней торговле. Предметом исследования является конкуренция и аспекты ее трансформации в торговле. Цель исследования – выявить направления трансформации конкуренции в торговле в современных условиях, определить влияние внешней и внутренней среды на трансформационные процессы конкуренции в торговле. Методология исследования основана на анализе научно-методической литературы, статистических данных и практических примеров. В ходе исследования определены условия эволюции теории конкуренции. Результатом исследования является обоснование основных организационно-экономических аспектов трансформации конкуренции в торговле. Область применения результатов включает внутреннюю торговлю. Выводы исследования свидетельствуют о необходимости дальнейшего исследования трансформации теории конкуренции в современных условиях.»

Ключевые слова: торговля, теория конкуренции, трансформация конкуренции, условия развития теории конкуренции.

SALIKHOVA REGINA RAFAILEVNA
Ph.D. in Economics, Associate Professor, Kazan State
Power Engineering University, Kazan, Russia,
e-mail: regina-salixova@list.ru

ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC ASPECTS TRANSFORMATION OF COMPETITION IN TRADE

Annotation. The article examines the processes of transformation of competition in domestic trade. The subject of the study is competition and aspects of its transformation in trade. The purpose of the study is to identify the directions of the transformation of competition in trade in modern conditions, to determine the influence of the external and internal environment on the transformational processes of competition in trade. The research methodology is based on the analysis of scientific and methodological literature, statistical data and practical examples. In the course of the study, the conditions for the evolution of the theory of competition are determined. The result of the study is the substantiation of the main organizational and economic aspects of the transformation of competition in trade. The scope of application of the results includes internal trade. The conclusions of the study indicate the need for further research on the transformation of competition theory in modern conditions."

Keywords: trade, competition theory, transformation of competition, conditions for the development of competition theory.

1. Введение

Оформление концепции конкуренции, понимания (трактовки) ее сущности, процесса протекания в экономических условиях произошло в конце XV – начало XVII вв. Впоследствии, развитие концепции конкуренции, умозаключений, отражающих объективно существующие отношения и связи, возникающие в процессе конкурентной борьбы, обусловило возникновение теории конкуренции.

Основные постулаты теории конкуренции, которых придерживались представители экономических научных школ представлены в таблице 1.

Таблица 1

Эволюция теории конкуренции

Научные школы\ общественные тенденции	Постулаты теории конкуренции
Меркантилизм	Ранний меркантилизм характеризовался административными методами регулирования торговых процессов посредством полного ограничения импорта товаров и экспорта золота из страны. Поздний меркантилизм противопоставлял системе денежного баланса систему активного торгового баланса. Изменилась и роль государства в регулировании внешних торговых процессов: административное (прямое) регулирование сменилось экономическим (косвенным). Концепция меркантилистов определила роль государства в качестве создателя условий конкурентной борьбы.
Физиократы (Ф.Кенэ) ¹	Предметом научных исследований физиократов выступало взаимодействие экономических субъектов в условиях полной свободы принятия экономических решений.
Классическая теория политической экономии (А.Смит, Д.Рикардо, Буагильбер) [5,с.137]	Буагильбер резко критиковал экономическую политику протекционизма, считая, что экономика развивается естественным путем (аналогично законам природы). Адам Смит считал, что под влиянием конкуренции устанавливается рыночная цена «на естественном уровне» - это важнейшее условие развития богатства. Свобода выбора должна быть предоставлена всем в трудовых и торговых отношениях. Дэвид Рикардо автор теории «сравнительных преимуществ». Современная интерпретация этой теории ограничена следующими факторами: интенсивное государственное вмешательство в экономику, не учтен технологический прогресс и затраты на транспортировку товаров, не учтена емкость рынка и тип конкурентных отношений внутри страны в разных отраслях, отсутствие факта экономического разрыва стран, участвующих в мировой торговле.
А.Маршалл [7,с.172]	А. Маршалл обосновывал, что конкуренция – это оптимальная экономическая среда для функционирования фирм. Свободная конкуренция – это особый организационный институт. А. Маршалл установил, что фирмы стремятся продать свой товар на таком рынке, на котором они могут сами устанавливать цены. Этот тезис можно считать предпосылкой к развитию теории несовершенной конкуренции. В сфере распределения (торговли, услугах) и производстве предприниматели имеют свои рынки сбыта, которые каждый из них старается сохранить, но также и расширить его за счет появления новых агентов «спроса», используя для этого различные рычаги: ценовую стратегию, рекламу, уникальность товара. Такая позиция со стороны «предложения» предопределила в начале XX века появления нового типа конкурентного рынка «монополистическая конкуренция».
Ротбард, Кирцнер [6,с.59]	Согласно динамическому подходу, эффективность (результативность) экономических субъектов (в т.ч. индивидов и государства) зависит от их способности к созидательной творческой деятельности. Предпринимательство – действующая сила, которая создает условия стихийности, но впоследствии и координирует.

Теория конкуренции, как предмет исследования, рассматриваемая в трудах представителей различных научных школ, претерпела значительные изменения: произошла эволюция от статического исследования конкуренции, ее ценовых аспектов до развития теории динамической конкуренции, выдвигения на первый план ее неценовых методов; обосновано и доказано существование различных типов конкурентных рынков; определена роль творческой деятельности предпринимателя, являющаяся стимулом трансформации конкуренции. Таким образом, можно заключить, что теория конкуренции как предмет исследования трансформировалась в условиях развития научной мысли, новых исследований и открытий представителей научных школ, происходило постепенное расширение границ научного поиска, но в тоже время, помимо «внутренней» трансформации, теории конкуренции подвергалась и внешнему воздействию (например, переход к более совершенным, модернизированным типам общества), поскольку развитие концепций и теорий не может происходить в отрыве от их практического применения. Схематично данную тенденцию можно представить в следующем виде (рис. 1). Научные концепции и теории, приведенные нами выше, явились поэтапным формированием современной теории конкуренции, в том числе и в сфере товарного обращения.

¹ Кенэ Ф. Избранные экономические произведения. — М.: Соцэкгиз, 1960.

2. Основная часть

2.1 Организационно-экономические аспекты трансформации теории конкуренции

Изменения, происходящие в системе общественных отношений, трансформируют и саму систему общественного воспроизводства; в связи с этим меняется представление о характере, роли конкуренции, рыночном поведении хозяйствующих субъектов, то есть происходящие изменения условий внешней среды, влияют на происходящие процессы внутри системы общественного воспроизводства. В данном случае важно определить происходит ли процесс развития внутри системы, либо данные изменения – это процесс приспособления к меняющимся условиям.



Рис. 1. Условия эволюции теории конкуренции

Применительно к реалиям современных общественных условий, отметим, что интенсификация конкуренции, «жесткость» характера и процесса протекания конкуренции; современные хозяйствующие субъекты, сталкиваются не только с соперничеством внутри страны, но и «внешним» соперничеством, создают (или стремятся создать) новые комбинации для повышения жизнеспособности фирмы.

Основываясь на вышеизложенное, сформулируем основные организационно-экономические аспекты трансформации конкуренции в торговле. :

– Появление и увеличение количества объектов конкуренции. Развитие технологий и появление системы поточной организации производства, в том числе (есть и другие тенденции), обусловили рост производства товаров и услуг. Рост спроса, дифференциация товаров, услуг, культурные особенности потребления, социальная мобильность вкупе с технологической конвергенцией привели к возникновению «новых товаров», высокотехнологичных товаров. Этот факт, в свою очередь, определил развитие как новых рынков и отраслей, так и развитие родственных и поддерживающих отраслей «новых товаров».

– Появление новых субъектов конкуренции. Либерализация внешнеэкономических отношений, мировой торговли, финансовой сферы, свободное движение капиталов и ряд других условий предопределило выход национальных предприятий на международный рынок, расширив сферу их присутствия, а значит и их экстенсивное развитие. Такая тенденция снижает степень влияния субъектов конкуренции друг на друга, поскольку при увеличении их количества, рыночная власть снижается, снижается и степень концентрации конкуренции, возрастает степень интенсивности конкурентной борьбы.

– Изменение структуры, состава внутренней торговли, углубление специализации торговых организаций, интенсивное внедрение информационных технологий в торговлю. Технологическое совершенствование сферы производства логически предполагает и необходимость трансформации сферы товарного обращения, а значит и в торговле. И здесь, необходимо учитывать,

что в торговле производственный процесс заменяется торгово-технологическим, с сопутствующим дополнением набора услуг по доведению товаров до конечных потребителей. Распределение произведенных товаров осуществляется посредством торговых организаций: оптовых, розничных. Современная сфера обращения товаров представляет собой сложный механизм, состоящий из различных элементов, входящих в состав как розничной, так и оптовой торговли. Стоит отдельно отметить, возрастающую роль информационных (в особенности электронных) систем в сфере товарного обращения. Естественно, что в силу так называемого «информационного неравенства» или «информационного разрыва» страны имеют различные возможности использования данного ресурса, такая ситуация присуща и отдельным регионам внутри страны. Однако, отметим, что современные экономические системы предполагают, в том числе и формирование единого информационного пространства, что обуславливает изменение характера конкурентной борьбы, придавая ей «виртуальный образ».

– Трансформация условий (барьеров) входа на рынок. При явной тенденции роста интенсивности конкуренции, должна проследиваться тенденция снижения входных барьеров на рынки. Развитие транснационального производства, трансграничной торговли обусловили тенденцию «взаимоприспособления» субъектов экономической деятельности, проявляющуюся в создании международных стандартов макроэкономической политики, посредством вступления стран в различные международные организации (МФВ, ВБ, МБРР, ВТО и т.д.), которые в силу своей сущности и облегчают вход на международные рынки.

Но в тоже время тенденции «растворения» национальных границ в мировой экономике противостоит контртенденция к их закреплению [1, с.14], проявляющаяся в создании на территории государства, а также на «экспансированных» территориях наиболее благоприятных условий экономической деятельности, то есть создаются условия для защиты интересов «своих организаций» на территории страны и за ее пределами.

К таким условиям могут относиться создание определенных препятствий (барьеров) в различных сферах общественной жизни. Эти барьеры могут относиться к группе структурно-технологических (транспортные издержки, недостаточная мобильность капитала), к группе поведенческих (обусловленные взаимодействием экономических агентов, в том числе, возросший региональный протекционизм внутри стран как защитная реакция внутреннего рынка) [3, с.5].

Тогда, применительно к современным условиям приведем классификацию конкуренции и конкурентных отношений по следующим уровням (рис 1.2.2).

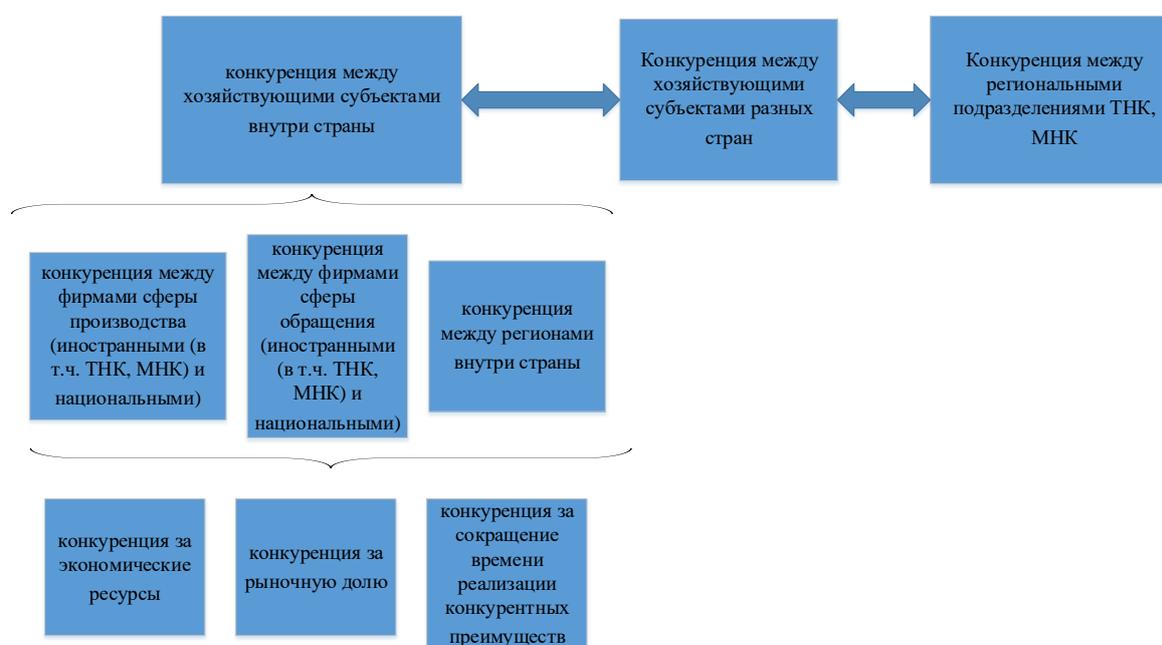


Рис.1.2.2. Уровни конкуренции и конкурентных отношений

2.2 Внешние и внутренние условия развития внутренней торговли

Суммируя приведенные автором основные организационно-экономические аспекты трансформации теории конкуренции в торговле, выделим, что происходит расширение экономического пространства за счет территориальной экспансии, происходит так называемый «горизонтальный рост конкурентного поля». Однако такая формулировка не вполне отражает уже существующую тенденцию специализации, международного разделения труда, а также появления новых способов ведения хозяйственной деятельности, например, развитие электронного бизнеса, как процессов и механизмов, углубляющих конкурентную борьбу. Поэтому, на наш взгляд, помимо горизонтального роста, происходит и вертикальный рост конкурентного поля, что в любом случае означает его расширение и интенсификацию конкуренции.

Однако, в исследовании Гордеева В.А., Шкиотова С.В. обосновывается гипотеза о взаимосвязанных тенденциях - это «сжатие» конкуренции на внутреннем рынке при «расширении» на внешнем (глобальном) рынке [2, с.38]. Мы разделяем данную позицию исследователей. Эта диалектическая тенденция порождается естественными рыночными процессами, когда хозяйствующие субъекты, стремящиеся обладать большей рыночной долей, «укрупняют» свою деятельность, происходит концентрация производства с последующей специализацией производственных и управленческих функций. При таком развитии экономических событий происходит образование монополий. В то же самое время, хозяйствующие субъекты на национальном рынке имеют тенденцию к укрупнению как способ защиты от монополий (транснациональных корпораций), активно «захватывающие зарубежные рынки». Таким образом, на внутреннем рынке происходит сокращение количества хозяйствующих субъектов как следствие их консолидации и интеграции. Это и объясняет процесс «сжатия» конкуренции на внутреннем рынке. Напротив, обратная тенденция присуща глобальному рынку, поскольку одним из способов развития и «роста» хозяйствующего субъектов является его экстенсивное развитие, проявляющееся через «захват» новых территорий и новых рынков.

Современные монополии, представленные в виде транснациональных корпораций, многонациональных корпораций, имеют международный статус. Экономический интерес таких компаний может распространяться на самые различные страны. Среди крупнейших ТНК следует выделить Apple Inc, Microsoft, Alphabet Inc, Amazon, Facebook, Alibaba Group. Приведенные ТНК являются не только компаниями, работающими в сфере производства, но и в сфере товарного обращения, поэтому актуальным является более детальное исследование влияния трансформации конкуренции на функционирование внутренней торговли, особенности ее развития в современных условиях рыночных отношений. Необходимость такого исследования также обусловлена ролью торговли в товарном обращении, что было рассмотрено нами в предыдущем параграфе.

Интерпретируя выявленные нами условия эволюции конкуренции в торговле, заключим, что внутренняя торговля также подвержена влиянию различных условий (в т.ч. внешних и внутренних), обуславливающих ее развитие и функционирование. По нашему мнению, влияние внешней среды условно можно разделить на три блока (рис. 3):

– социально-экономическая политика государства, влияющая на развитие внутренней торговли посредством совокупности методов (установление требований к организации и осуществлению торговли, антимонопольное регулирование, информационное обеспечение, государственный контроль (надзор), муниципальный контроль в этой области).

– степень развития инфраструктуры торговли и ее элементов. Формирование качественной торговой инфраструктуры обуславливает повышение эффективности процесса и деятельности субъектов товарного обращения. Развитие торговой инфраструктуры также во многом зависит от проводимой экономической политики государства, что находит подтверждение в принятой Стратегии развития торговли до 2025 года². Важно отметить, что по данным исследований, проводимых InfraOne, выявлена зависимость: чем выше уровень развития инфраструктуры, тем выше качество развития торговли в конкретном субъекте исследования (город, регион, округ и т.д.);

Современные процессы глобализации представляют собой усиливающуюся интеграцию

² www.consultant.ru

национальных рынков товаров и услуг в мировое сообщество. Среди предпосылок развития глобализации можно отметить: курс на либерализацию экономики стран постиндустриального типа (политика фритредерства в различных ее проявлениях), возрастание роли информационных технологий в экономике, главным образом в торговле (внутренней и внешней); увеличение динамики международной торговли, появление прогрессивных методов продажи товаров, ускоряющих их оборачиваемость; международная миграция рабочей силы; трансформация социокультурной сферы и ряд других. Свободная международная торговля обуславливает появление все большего числа торговых объектов, осуществляющих торговую деятельность. Как следствие, торговые организации стремятся использовать различные средства, обеспечивающие не только их «выживаемость», но и развитие, наращивание конкурентных преимуществ, что обуславливает трансформацию торговли.



Рис. 3. Влияние внешней и внутренней среды на развитие торговли

По нашему мнению, влияние внутренней среды торговли на ее развитие обусловлено протекающими естественными процессами в условиях рыночной экономики: стремление к увеличению рыночной доли (образование олигополий в торговле), проявление санирующей функции рынка через прекращение деятельности неэффективных торговых организаций; под влиянием интенсивности конкурентных отношений происходит поиск конкурентных преимуществ субъектами торговли; осуществляется развитие торговых организаций посредством использования интенсивных (мобилизация внутренних резервов, использование эффекта внешних воздействий, повышение эффективности инвестиций) и экстенсивных (слияние, укрупнение, расширение, интеграция, создание объединений и т.д.) способов [4, с. 50]. Отдельно отметим, влияние социально-экономической политики государства, степени развития инфраструктуры, глобализации и естественные рыночные процессы, протекающие в торговле, обуславливают формирование направлений и определенных тенденций в развитии внутренней торговли. При этом, по нашему мнению, определяющим является взаимообусловленное, двустороннее влияние внешних и внутренних условий на развитие внутренней торговли.

3. Выводы

Интенсивность конкуренции в торговле вынуждает предпринимателей изыскивать новые формы, способы, методы эффективного распределения товаров и услуг. Так, последние 10 лет функционирования торговли характеризуются стремительным ростом дистанционной торговли (в первую очередь, за счет развития электронной торговли), интенсивное и быстрое развитие которой стало возможным за счет внедрения информационных технологий в деятельность торго-

вых организаций. Столь быстрое развитие дистанционной торговли обуславливает необходимость регулирования данной формы торговли посредством нормативно-правовых актов. Регулирование электронной торговли осуществлялось следующими нормативно-правовыми документами: Федеральным законом 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок», Федеральным законом 94-ФЗ «О размещении заказов на поставки товаров», Приказом Минэкономразвития России № 54 «Об утверждении Порядка проведения открытых торгов». Указанные документы регулируют лишь узконаправленные предписания. В октябре 2020 года на рассмотрение в Государственную Думу был внесен проект приказа «Об электронной торговле», расширяющий сферу регулирования данной формы торговли. Также, следует отметить, что и проводимая социально-экономическая политика государства оказывает влияние на внутренние условия развития торговли. Так, в период COVID-19 торговые организации вынуждены были изыскивать новые методы взаимодействия с потребителями. К таким методам можно отнести стремительное распространение услуг по доставке товаров потребителям, увеличение количества мобильных приложений, предоставляющих разнообразные услуги потребителям, внедрение систем бесконтактного обслуживания потребителей и т.д. Отдельно, по нашему мнению, стоит отметить и влияние глобализации на развитие внутренней торговли, которое обуславливает развитие зарубежных торговых организаций (в основном интегрированных торговых структур) в России, развитие трансграничной торговли (в первую очередь электронной).

Литература

1. Ганин С.Д. Торговый протекционизм и защита внутреннего рынка/дисс. кандидата экономических наук// Москва, 2002. – С.14
2. Гордеев В.А. Национальная конкурентоспособность в условиях глобализации: монография / В.А. Гордеев, С.В. Шкиотов. – Ярославль: Изд-во ЯГТУ, 2009. – 191 с.
3. Евтюхов С.А., Лукьянов С.А. Экономическая глобализация и проблемы национальной и международной безопасности. // Проблемы современной экономики. №4 (36). – 2010г.
4. Иванов Г.Г. Развитие торговых организаций в современной экономике: Монография/Г.Г. Иванов, А.О. Зверева. – 3-е изд. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2020. – С.50
5. Классика экономической мысли: Сочинения. Петти У., Смит А., Рикардо Д., Кейнс Дж., Фридмен М. М.: Изд-во ЭКСМО-Пресс, 2000.- 896 с. (Серия «Антология мысли»).
6. Конкуренция и предпринимательство / Израэл М. Кирцнер; Пер. с англ. под ред А.Н. Романова; [Пер. с англ. А.В. Куряева, Д.А. Бабушкин]. - М. : ЮНИТИ, 2001. - 238, [1] с.; 21 см. - (Geu); ISBN 0-226-43776-0
7. Маршалл А. Принципы экономической науки / А. Маршалл. – М., 1993, - Т.3 – С.172

References

1. Ganin S.D. Trade protectionism and protection of the domestic market/dissertation of the Candidate of Economic Sciences// Moscow, 2002. – p.14
2. Gordeev V.A. National competitiveness in the context of globalization: monograph / V.A. Gordeev, S.V. Shkiotov. Yaroslavl: Publishing House of YAGTU, 2009. – 191 p.
3. Yevtyukhov S.A., Lukyanov S.A. Economic globalization and problems of national and international security. // Problems of the modern economy. No.4 (36). – 2010.
4. Ivanov G.G. The development of trade organizations in the modern economy: A monograph/G.G. Ivanov, A.O. Zvereva. – 3rd ed. - M.: Publishing and Trading Corporation "Dashkov and K", 2020. – p.50
5. Classics of economic thought: Essays. Petty W., Smith A., Ricardo D., Keynes J., Friedman M. M.: EKSMO Press Publishing House, 2000.- 896 p. (The Anthology of Thought series).
6. Competition and entrepreneurship / Israel M. Kirzner; Translated from English. edited by A.N. Romanov; [Trans. A.V. Kuryaeva, D.A. Babushkin]. - M. : UNITY, 2001. - 238, [1] p.; 21 cm. - (Geu); ISBN 0-226-43776-0
7. Marshall A. Principles of economic science / A. Marshall. – M., 1993, - Vol. 3 – p. 172