

Махсумов Сайфуллохужа Одилбекович,
студент, магистрант, Пензенский филиал
ФГОБУ ВО Финансовый университет при
Правительстве Российской Федерации

ПОНЯТИЕ И СУЩНОСТЬ КОНКУРЕНЦИИ

Аннотация. Конкуренция - один из важнейших элементов рыночного механизма. Рыночные отношения создают в обществе среду, в которой различные экономические субъекты пытаются реализовать свои экономические интересы. В этом процессе неизбежно возникает конфликт интересов участников рынка. На самом деле конкуренция-это борьба, противостояние интересов. Как и в других видах борьбы, конкуренция не исключает возможности действий противника, направленных исключительно на противодействие достижению поставленных вами целей. Конкуренция между субъектами рынка осуществляется за лучшие условия производства и торговли, за покупку и продажу товаров, за привлечение покупателей, за получение большей прибыли, чем другие.

Ключевые слова: Конкуренция, Соперничество.

Соперничество в экономической борьбе на рынке обусловлено следующими объективными условиями: полная самостоятельность каждого производителя на основе частной собственности на средства производства, зависимость интересов от конъюнктуры рынка, приоритет в борьбе за покупателей над другими производителями. Конкурентная борьба является важнейшим элементом механизма регулирования рынка. В результате конкуренции за один и тот же товар возникает общая (рыночная) цена. В рыночной системе конкуренция вынуждает производителя и продавца обеспечивать спрос. Увеличение потребительского спроса на товар значительно повышает его цену на рынке по сравнению с его стоимостью. Полученная в результате прибыль по сути является сообщением производителю о том, что обществу необходимо большое количество такого продукта. Только конкуренция может одновременно расширить производство и снизить цену товара. Конкуренция вынуждает предпринимателя внедрять наиболее эффективные технологии производства, создавая при этом условия, способствующие техническому прогрессу.

В рамках классической экономической теории конкуренция выступает как неотъемлемый элемент рыночного механизма. Когда продавцы и отдельные покупатели соревнуются на рынке за более выгодную покупку и продажу, соответственно, А. Смит трактовал эту конкуренцию как категорию поведения. Конкуренция – это «невидимая рука " рынка, которая координирует действия его участников. Таким образом, другой стороной конкуренции является движущая сила для каждого участника, личная мотивация, стремление к достижению положительного для себя результата. Противостояние соперникам не должно и не может быть целью самого соревнования. Это должно быть вторичным результатом предпринимаемых усилий по достижению результатов, приносящих пользу самому себе.

Список литературы:

1. Международный маркетинг: учебник и практикум для вузов / А. Л. Абаев [и др.]; под редакцией А. Л. Абаева, В. А. Алексунина. – Москва: Издательство Юрайт, 2020. – 362 с.
2. Завгородняя, А. В. Маркетинговое планирование: учебное пособие для вузов / А. В. Завгородняя, Д. О. Ямпольская. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2020. – 340 с. <https://urait.ru/bcode/454471>



3. Завьялов, П. С. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах: учебное пособие / П. С. Завьялов. - Москва : ИНФРА-М, 2019. - 336 с. <https://znanium.com/catalog/product/987774>.

