

УДК 339.13

НЕГАТИВНЫЕ ПОСЛЕДСТВИЯ КОНКУРЕНЦИИ В УСЛОВИЯХ ВЫСОКО КОНКУРЕНТНЫХ РЫНКОВ

Бесман Т.А.

Научный руководитель – старший преподаватель Самосюк Н.А.

Конкуренция способствует развитию экономической системы. Она заставляет снижать затраты производства путем экономии ресурсов, роста производительности труда, улучшения трудовой дисциплины. Улучшается качество продукции, выравниваются цены. Несмотря на вышеперечисленные положительные эффекты, конкурентная среда оказывает не только позитивное, но и негативное влияние на рынок.

К негативным последствиям конкуренции можно отнести концентрацию производства, приводящую к монополиям. Конкуренция усиливает борьбу капиталов за уменьшение затрат на производстве. Это снижает платежеспособный спрос населения. Определенные сложности существуют с контролем мощных ТНК в совокупности с их колоссальными возможностями влияния на рынок.

Отдельное место среди негативных последствий конкуренции сегодня занимает активный рост мирового рекламного бюджета. Реклама помогает предприятию поддерживать свой имидж и повышать объемы реализации товаров. Однако, противоречия заложены в одном из ключевых экономических понятий – понятии ограниченности ресурсов. Многие компании вынуждены тратить значительное количество ресурсов на рекламное продвижение своих продуктов только для того, чтобы удержаться на рынке. Ситуация с затратами на рекламу на крупных рынках напоминает «перетягивание каната» – рекламные бюджеты компаний растут не для того, чтобы расширить существующий рынок, а для того, чтобы удержать текущие позиции компании на рынке.

Сложившаяся ситуация близка к одной из глобальных проблем человечества – гонке вооружений, что является бессмысленным противостоянием за обладание большей военной мощью.

Конкуренция является эффективным механизмом саморегулирования рынка. Однако, рост затрат на продвижение товара и рекламных бюджетов не всегда оправдан, так как значительная часть ограниченных ресурсов направлена только на компенсацию эффекта от рекламы конкурента, без повышения реальной ценности товаров для потребителей.

Сгладить эти негативные последствия можно за счет увеличения инвестиций в инновационное развитие и научно-техническую деятельность за счет снижения затрат на рекламу.