

Мифтахутдинова Алсу Мансуровна

канд. филос. наук, доцент

Ляпкина Алина Владимировна

канд. экон. наук, доцент

ФГБОУ ВО «Чувашский государственный университет
им. И.Н. Ульянова»

г. Чебоксары, Чувашская Республика

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ КОНКУРЕНЦИИ НА РЫНКЕ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ

***Аннотация:** в статье рассмотрены особенности совершенствования конкуренции на рынке продовольственной продукции. Авторами предложены способы решения данной проблемы на примере современного российского продовольственного рынка.*

***Ключевые слова:** конкуренция, рынок, продовольственные продукты.*

Мировая история защиты и развития конкуренции начинается с древних времен в разных формах и проявлениях, однако современный этап становления конкурентного правопорядка отсчитывается с момента принятия Актов Шермана (1890) и Клейтона (1914) в США. Позже к этой инициативе приобщились другие страны. Активная же фаза распространения конкурентного правоприменения началась во второй половине XX века, в том числе с момента формирования ЕС. Сегодня в более чем 120 странах мира внедрена система защиты конкуренции в предпринимательской деятельности. Ярким примером эффективности конкурентной политики стала реформа этой сферы в Австралии, Южной Корее, Мексике, Южноафриканской республике и других странах. Так, к примеру, в Австралии пересмотр законодательства и приоритезация правоприменительной практики в сфере конкуренции привела к росту ВВП на 2,5%. В Мексике, при содействии Организации экономического сотрудничества и развития, внедрена программа развития телекоммуникационного сектора путем развития конкуренции, что привело к уменьшению цен на мобильный интернет

на 75% и привлечению дополнительные 50 млн абонентов в течение четырех лет [1, с. 22].

В последние годы компании из развивающихся стран играют все более активную роль в процессах глобализации бизнеса, не только участвуя в международной торговле, но и осуществляя прямые инвестиции в экономику других стран. Прямые зарубежные инвестиции позволяют компаниям из развивающихся стран получить доступ к новым рынкам сбыта, к новым технологиям, к известным торговым маркам, а также к дополнительным источникам ресурсов.

С целью преодоления таких вопиющих вызовов национальной безопасности и экономике необходимо, как минимум:

- проанализировать законодательство на наличие ограничений в конкуренции и внести соответствующие изменения;
- провести исследование состояния конкуренции на стратегических рынках государства, обратить особое внимание на рынки энергетики, сельского хозяйства, ритейла, фармацевтики и здравоохранения, жилищно-коммунального хозяйства и транспорта;
- в случае выявления нарушений, провести расследование и пресечь противоправные действия;
- проанализировать решения регуляторов и других органов государственной власти относительно возможных нарушений правил конкуренции и отменить их в случае неправомерности;
- обеспечить неотвратимость наказания за доказанные правонарушения, что, в частности, будет обеспечивать превентивный эффект в антимонопольном правоприменении.

Такие первоочередные действия приведут к росту ВВП, созданию новых рабочих мест, внедрению инноваций, повышению социальных стандартов населения и совершенствованию инвестиционного климата, что является крайне необходимым в ситуации, когда поступления от россиян, работающих за рубежом, почти в четыре раза превышают объем прямых иностранных инвестиций в страну лет [2, с. 17].

Существует необходимость безотлагательного качественного анализа состояния конкуренции на рынках сельскохозяйственной земли и сельскохозяйственной продукции в России. Руководители государства уже не раз говорили о намерении внедрения рынка земли уже к концу 2019 года. Сам по себе такой шаг является прогрессивным, однако в условиях искаженной конкуренции может привести к увеличению рыночной власти крупных аграрных компаний за счет ограничения возможностей малого и среднего предпринимательства, фермеров.

Россия (для стран Восточной Европы) является наиболее крупными инвесторами среди стран с развивающейся или переходной экономикой. Значительный рост прямых инвестиций получил достаточно широкое рассмотрение в рамках экономических исследований.

С развитием в России частного сектора экономики все более актуальной задачей для заграничных учреждений Российской Федерации становится исследование инвестиционных возможностей за рубежом. С точки зрения закрепления на внешних рынках и создания условий для оказания экономического влияния на другие страны задача по изучению условий выхода на зарубежные рынки является стратегической.

Потребность в новых рынках сбыта, в первую очередь, стала ощущать российская пищевая промышленность, дальнейший рост которой стал сдерживаться их нехваткой.

Наиболее сложным вопросом во взаимоотношениях производителей и экспортного организатора является обеспечение интересов партнёров в перспективе, т.е. при достижении положительного результата. Для экономической заинтересованности российской компании-организатора экспорта, эффективного управления последующим экспортом продукции необходимо совершение принципиального действия – регистрация оригинального товарного знака производителя и новых товарных знаков на правах общей собственности российского производителя и российского экспортёра, для совместного владения, пользования и распоряжения ими на чужой территории лет [3, с. 17].

По нашему мнению, только объединённые, коллективные, совместные действия производителей и организаторов экспорта позволят российской продукции (особенно пищевой) выйти на рынок. Только объединённая работа, основанная на совместном интересе, позволит вести единую ценовую политику, эффективно защищать свою интеллектуальную собственность и другие интересы, осуществлять сертификацию продукции, своевременно модернизировать технологии и т. п.

Рассмотрим вопросы продовольственной конкуренции на конкретном примере. Российские транснациональные компании (ТНК) сравнимы по зарубежным активам, темпам их роста, а также по количеству сотрудников за границей с конкурентами из других стран БРИК. В то же время они сильно отстают от крупнейших в мире ТНК из развитых стран, зато растут гораздо быстрее них.

Большая часть зарубежных активов российских лидеров по масштабам бизнеса за рубежом приходится на Европу (52%), но стоит отметить рост значимости Северной Америки, Африки и Австралии и Восточных стран.

Российские ТНК представляют в первую очередь добывающие отрасли: 80% зарубежных активов приходится на три нефтегазовых концерна и девять горнодобывающих и металлургических компаний, появляются и в таких отраслях, как агропромышленность, программное обеспечение, машиностроение и игорная индустрия.

Текущий финансовый кризис и перспектива глобального замедления экономического роста уже сегодня негативно отражаются на международном развитии российского бизнеса.

Тем не менее, большинство ведущих ТНК настроены продолжать экспансию. Дальнейшее развитие ситуации можно свести к трем возможным сценариям. В наиболее пессимистичном из них российским ТНК придется продать свои зарубежные подразделения, чтобы расплатиться с долгами. Напротив, в оптимистичном сценарии, при условии достаточного доступа к заемным средствам, российские компании могут воспользоваться снижением цен на активы. Тре-

тий, наиболее реалистичный сценарий подразумевает период экономии и реструктуризации, за которым последует возобновление экспансии.

Компании, выходящие на внешние рынки, часто сталкиваются с совершенно новыми задачами, связанными с необходимостью адаптации к новым внешним условиям работы компании, что обуславливает необходимость рассмотрения стратегического управления интернационализацией в контексте стратегического управления компанией.

Таким образом, международный имидж российских компаний формируют несколько крупных концернов энергетической и сырьевой отрасли и тяжелой промышленности. Их интернационализация, т.е. инвестиционная активность за рубежом и открытие внешних рынков, идет быстрыми темпами. Участие малых и средних российских предприятий на внешнем рынке ограничено странами СНГ ввиду их географической и культурной близости, за счет чего сглаживается недостаток опыта деятельности таких компаний на иностранных рынках и ограниченность ресурсов, а также снижается степень рисков. При выборе стратегии выхода на рынок они делают ставку на рыночные или технологические ниши.

Список литературы

1. Авдокушин Е.Ф. Новая экономика / ВСЭИ; под ред. проф. Е.Ф. Авдокушина, проф. В.С. Сизова. – М.: Магистр, 2019.
2. Авдокушин Е.Ф. Внешнеэкономические стратегии России в отношении стран БРИК / Е.Ф. Авдокушин, М.В. Жариков // Вятский социально-экономический институт. – 2018. – №1 (5).
3. Акулич И.Л. Международный маркетинг – М.: Высш. шк., 2016.
4. Толоконникова Н.В. Развитие российско-китайского инвестиционного сотрудничества. // IV ежегодная Всероссийская с международным участием научно-практическая конференция студентов «Человек. Общество. Экономика: проблемы и перспективы взаимодействия»: материалы научно-практической конференции. 22 апреля 2010 г. / под ред. Е.В. Ожгибесовой – Пермь: АНО ВПО «Пермский институт экономики и финансов», 2010. – С. 81–82.