

image not found or type unknown



Конкурентное действие в предпринимательстве— осознанное, намеренное действие субъекта предпринимательства, которое прямо адресовано одному конкуренту, группе или совокупности конкурентов, или косвенно затрагивает их интересы в сфере предпринимательской деятельности. Выделяют 4 типа конкурентных действий, такие как действие, противодействие, содействие и бездействие.

Воздействие на соперников производится участниками рынка для усиления конкурентных позиций на целевых секторах (сегментах) рынка, укрепления конкурентного потенциала и превосходства в выполнении конкурентных действий. В качестве примера воздействия можно привести уже канувшую в лету историю конкуренции социальной сети «ВКонтакте» и компании Mail.ruGroup, у которой в свою очередь есть своя социальная сеть «Одноклассники» и ряд других IT-проектов. Планомерно год за годом Mail.ruGroup выкупала акции «ВКонтакте» и в конечном итоге поглотила и стала полным владельцем этой социальной сети. Эффективность этого воздействия была доказана временем.

Другим примером воздействия может служить деятельность АО «Тинькофф Банк» или «Tinkoff Credit System». На фоне классических банков, работающих по большей части оффлайн, был создан первый в России банк, который работает полностью онлайн, у которого даже до относительно недавнего времени не было своих банкоматов. С момента запуска TCS начала вести активное сотрудничество с партнерами «Химмашбанка», что позволило на старте привлечь значительные инвестиции за счет различных инструментов кредитования как извне, так и внутренних для партнеров. И вот в 2009 году TCS выходит на рынок вкладов и начинает выпуск дебетовых карт, оставляя в основе кредитные инструменты. В 2010 году TCS снова внедряет инновационную на тот момент технологию – запускает приложение для iOS и Android с функционалом интернет-банка, тем самым инициировав «эпоху мобильного банкинга». Да, у нескольких других банков (ВТБ, Альфабанк, UniCredit) на тот момент аналогично были запущены приложения, но они имели меньший функционал, были ограничены по платформам, или даже устройствам (как в случае Сбербанка). С 2014 года TCS активно сотрудничает с БКС, предоставляя своим пользователям инструменты инвестирования, но уже в 2016 году первым среди отечественных банков получает брокерскую лицензию.

Противодействие участников рынка конкурентам имеет ответный характер. Оно проявляется посредством защиты участниками рынка собственного положения в конкурентной среде и обычно направлено на сдерживание соперников и вследствие этого на удержание за собой приемлемых конкурентных позиций на целевых секторах (сегментах) рынка, недопущение ослабления своего конкурентного потенциала в интересах соперников, сохранение и поддержание позитивной репутации на рынке.

Ярким примером противодействия может служить конкурентное взаимодействие между российским сервисом такси Яндекс и американским Uber. В Россию Uber пришел в 2013 году, спустя два года после запуска «Яндекс.Такси». На старте к отечественной системе было подключено около 1000 водителей, через год их число увеличилось вдвое, а к 2013 году доля «Яндекс.Такси» на московском рынке легальных перевозок приближалась к 20% и продолжала расти (выручка составила \$4,2 млн)

В России Uber начал привычную игру, используя демпинг для увеличения рыночной доли. В сентябре 2014 года запустился сервис UberX, где стоимость минимального заказа составляет 99 рублей — вдвое меньше, чем у конкурентов. Но, несмотря на все усилия, догнать «Яндекс.Такси» не удавалось. К концу II квартала 2015 года, по данным Bloomberg, «Яндекс» располагал в Москве 15000 машин, в распоряжении Uber было в пять раз меньше.

Другой пример противодействия это пример конкуренции ПАО НК «Роснефть» и ПАО «Лукойл». ПАО «Лукойл» является одним из серьезных конкурентов на рынке добычи нефти. ПАО НК «Роснефть» предпринимала неоднократно попытки приобрести акции ПАО «Лукойл», однако это у нее не получилось. ПАО «Лукойл» на текущий момент сохраняет свою независимость.

Взаимное рациональное бездействие субъектов предпринимательства наблюдается, как правило, когда каждая из сторон не в состоянии ни изменить баланс сил с помощью воздействия на конкурентов, противодействия им, ни достичь взаимных договорённостей с соперниками, или если соперники плохо изучены. К нему можно отнести отношения авиакомпании S7 и Аэрофлот. Компании работают в разных регионах и в разных сегментах авиаперевозок. Так как рынок авиаперевозок в России находится на стадии активного развития(беру момент до пандемии) авиакомпании почти не конкурируют и не мешают друг другу.

Взаимное содействие состоит в принятии на себя сторонами взаимных обязательств в сочетании с приостановлением мер взаимного воздействия и противодействия, а также в совершении совместных действий против третьей стороны.

Например, код-шеринговые рейсы авиакомпаний. Код шеринг это широко распространённая в гражданской авиации практика, когда две и более авиакомпаний выполняют совместный рейс на определённых договорённостях. Авиакомпания аэрофлот выполняет совместные рейсы с огромным количеством других компаний, таких как Air France , Air Baltic, KLM, Delta и др.

Так же несмотря на то, что Билайн, МТС, Мегафон и Теле2 являются конкурентами на рынке связи, данные компании также сотрудничают между собой. Например, ПАО ВымпелКом (бренд Билайн), ПАО «МТС» (NYSE: MBT, MOEX: MTSS), и Tele2, альтернативный оператор мобильной связи, подписали соглашение о строительстве инфраструктуры в петербургском метрополитене для обеспечения пассажиров голосовой связью и скоростным мобильным интернетом на всем пути следования.