

Лебедева Елена

Студент

УИУ РАНХИГС

Lebedeva Elena

Student

UIU RANEPА

«РАЗВИТИЕ КОНКУРЕНЦИИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ»

«DEVELOPMENT OF COMPETITION IN MODERN CONDITIONS»

Аннотация: В данной статье наглядно рассматривается структура конкуренции, ее причины, развитие конкуренции в современных условиях и особенности конкуренции предпринимателей, а также основные особенности конкуренции в рыночной экономике.

Ключевые слова: развитие, конкуренция, экономика, особенности.

Abstract: This article clearly examines the structure of competition, its causes, the development of competition in modern conditions and the features of competition among entrepreneurs, as well as the main features of competition in a market economy. Keywords: development, competition, economy, features.

Abstract: This article clearly examines the structure of competition, its causes, the development of competition in modern conditions and the features of competition among entrepreneurs, as well as the main features of competition in a market economy.

Keywords: development, competition, economy, features.

Главными задачами и целями экономической политики РФ в основном являются:

увеличение экономического роста и достижение полной занятости населения, повышение стандартов всех слоев населения, стабилизация цен на продукты, устойчивости национальной валюты и внешнеэкономический баланс.

Приобретение данных монолитнее в внушительной границе объединено с состоянием заделов и возможностями выработки

конкурентоспособного предпринимательства. Для характеристики предпринимательства большое значение располагает отраслевая направленность предприятий, доказывающая про их включенности в воспроизводственный ход страны.

Основной объем незначительных предприятий воздействует в области торговли и общественного питания. Возможно выработать рецепт о том, что сейчас торговля и общественное питания представляются устанавливающей сферой энтузиазма бизнеса. Но доля предприятий торговли и коллективного питания в размере выделяемой незначительным бизнесом продукции и в общей численности, позаимствованных для незначительных предприятиях кардинально далее их части в корпоративные численности предприятий. Так, после предоставленным по 2019 г. по предприятиям торговли и коллективного кормления размер сооруженной ими продукции в 1,7 раза, а всеобщая часть позаимствованных в 1,3 раза меньше их части в корпоративном числе незначительных предприятий. Незначительные предприятия сферы торговли и общественного кормления не глубже прочих предприятий, их экономический и социальный спецэффект в расчете для одно начинание ниже, нежели не касаясь частностей по малому бизнесу. Сходственное расположение в большой ступени обусловлено многочисленностью предприятий подтвержденного профиля, больше высоким ватерпасом конкуренции, которая принуждает агрессивно ревизовать стоимости и количество занятых. Оттого уровень и стати конкуренции промежду незначительных предприятий в области торговли спрашивают специализированного внимания с сторонки основных и региональных органов власти, дабы сэкономить или приспособлять толчок трейдерских услуг. Совершенствование услуг проводит к росту затрат и снижению рентабельности. Конкуренция доставляет обстоятельный эффект, иногда ее участники разыскиваются в равных исходных соглашениях

сравнительно доступности товаров, энергоносителей и др. Дефицит, например, кое-каких вариантов провиантов или монопольные цены на них благодаря одностороннего числа оптовых поставщиков устанавливают собственников незначительных магазинов в неодинаковые условия.

В неравных соглашениях очутились предприятия торговли и общественного питания, исполняющих социальные функции (магазины для ветеранов, школьные и общественные столовые). Обеспечение конкурентоспособности незначительного предпринимательства не касаясь частных, в том количестве и в торговле, вероятно исключительно около выработке определенных соответственных течений народнохозяйственной политики как федеральных, аналогично областных властей. Вероятны два вида подмоги царством малого предпринимательства. Первый разновидностей – пространное национальное регулирование деловитости незначительных предприятий совместно с протекционистской политикой в их пользу. Второй разновидностей – ослабленное национальное регулирование базарных соглашений с тем, дабы формирующаяся конкуренция самостоятельно надиктовала «кому быть, а кому не быть» на рынке яко субъекта хозяйствования. Это необходимо обдумывать в разработке общегосударственной политики подмоги незначительного предпринимательства. Сформировавшаяся безжалостная и сложная конструкция налогообложения очутилась исключительно нелегкой для малых предприятий не касаясь частных, и особенно для предприятий торговли, исполняющих общественные функции. Возможно договориться с теми изыскателями заморочек незначительного бизнеса, какие считают, что предоставление льгот незначительным трейдерским предприятиям, исполняющим социальные функции – это метод обеспечения им равных соглашений в острой конкуренции, а совсем не способ создания им оранжерейных условий.

Экономическая поддержка, субвенции ответственны существовать гибкими, дифференцированными, обдумывать не исключительно производственные способности предприятий, однако и их общественную значимостей в обществе. Должно приумножить активность федеральных и региональных фондов подмоги незначительного предпринимательства на ипотечном поручительном обеспечении предприятий незначительного бизнеса. Представляемые события помогут увеличить конкурентоспособность предприятий сферы торговли и общественного питания, их народнохозяйственный и социальный эффект.

Использованные источники:

1. Агаркова Л.В. Пути улучшения финансового состояния. Экономика. Бизнес. Банки. №2.2018. 79-85 с.
2. Анисимова Ю.А. Мёнккёнен А. Методы управления дебиторской задолженностью на промышленных предприятиях. Экономика и управление, 2017. 78с.
3. Басовский Л.Е. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности. Учебное пособие. НИЦ ИНФРА-М, 2014. 366 с.
4. Бердникова Т.Б. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учебное пособие .Москва. Инфра – М, 2015. 265с.
5. Зороастрова И.В. Экономический анализ фирмы и рынка. Учебник для студентов вузов. ЮНИТИ-ДАНА. 2013. 286 с.