



## Eseju konkurss "Progress sākas tur, kur ir konkurence"

### Skolēnu kategorija: 1. vieta

#### Anastasija Mašņuka

Ilūkstes Sadraudzības vidusskola

#### "Progress sākas tur, kur ir konkurence"

Kas ir konkurence manā izpratnē? Domāju konkurences definīcijai varētu būt vairāki interpretējumi. No vienas puses konkurence skatāma tieši ekonomikas griezumā kā attīstību veicinošs faktors. No citas puses tās varētu būt ražošanas sacensības, ko kādreiz ir akcentējis skotu ekonomists Ādams Smits. Taču es konkurenci redzu trijos aspektos. Manuprāt, konkurences pamatfunkcija ir tieši stimulēt ražotājus attīstīties un pilnveidoties. Tāpat, jebkurā gadījumā, bez konkurences tirgus vienkārši nepastāv. Kā arī katram ražotājam būtu jāpiedomā pie situācijas, kad tirgū, kurā viņš strādā, nav konkurences. Šāda situācija var veidoties dažādu iemeslu dēļ. Preces kvalitāte, pieejamība ir tikai daži no konkurences neesamības iemesliem. Šāds īsumā ir mans konkurences redzējums, taču konkrētāk es to gribētu apskatīt, pievērsties konkrētiem piemēriem un argumentiem. Dažreiz līdzības ir labākais veids kā aptvert un izskaidrot neizskaidrojamo. Tāpēc piedāvāju savu skatījumu uz konkurenci.

Konkurenci es iedomājos kā divus ezerus un zvejnieku. Tātad, viens ezers ir bez konkurences, pie kura zvejnieks atnāk ar tukšu spaini, makšķeri un domā: "Hm! Man šeit nav konkurentu, esmu pārliecināts, ka tieši šajā ezerā nozvejošu sev vakariņas". Sēž stundu, divas, nu jau diena pagāja, un neko šajā dienā viņam neizdevās nozvejot. Tad zvejnieks nolemj aiziet uz citu ezeru, kur zina, ka vienmēr ir daudz citu izcilu zvejnieku un zivju arī ir daudz, taču pie sevis klusi nodomā: „ Nu bet ko es te nozvejošu, man tik daudz konkurentu!". Viņš apsēžas un sāk zvejot. Pēc neilga laika zivis sāka uzķerties! Un viņš sāka meklēt resnākus tārpiņus – vēl nozvejo! Tad viņš izdomā kā savādāk varētu nozvejot vēl vairāk zivju. Paņem tīklus – sanāk, nozvejo vēl. Nu un jau vakarā viņam ir pilns spainis ar zivīm. Šajā gadījumā pilns spainis ar zivīm varētu būt pilns maks ar naudu, kuru cilvēks pelna konkurējot. Šādā veidā, ieraugot konkurentus, cilvēkam parādās motivācija kļūt labākam par saviem sāncensiem, iedziļināties, domāt, pilnveidoties. Līdz ar to, rezumējot iepriekšējo domu, jāsaka, ka, konkurējot un attīstoties vienam uzņēmumam, konkurē un attīstās valsts ekonomika kopumā.

Mūsdienās daudzi meklē savu biznesa nišu, kurā nav konkurences, jo domā, ka tā varētu vienkāršāk strādāt un pelnīt vairāk. Bet vai tā tas ir? Reālajā dzīvē, daudz grūtāk iet uzņēmumam, kurš piedāvā unikālu preci, jo tad patērētājiem ir mazāk izvēles iespēju un viņi, visdrīzāk, izvēlēsies cita veida preci, kuras cenu var salīdzināt dažādiem pārdevējiem un izvēlēties

piemērotāko. Konkurence vienmēr nodrošina patērētāju brīvu izvēli.

Attīstība un progress ar konkurenci ir cieši saistīti. Kad uzņēmums sāk attīstīties, tas cenšas sevi reklamēt, atrast labākus darbiniekus, ja tie ir nepieciešami, komunicēt un sacensties. Konkurence tā ir vienmēr sacensība starp dažādām organizācijām, kuras rezultātā var dabūt lielāku peļņu, atņemot to konkurentam. Tajā pašā laikā, konkurējot, ražotājiem ir jādomā arī par to, lai produkts būtu noderīgs, izdevīgs un kvalitatīvs arī patērētājiem. Nebeidzamais riņķa ceļš, kurā katrs posms ir cieši saistīts ar iepriekšējo vai nākamo.

Jāsaka, ka ar konkurenci es sastopos savā ikdienā arī. Kaut vai tepat, skolā. Kad klase piedalās kādā ārpusstundu konkursā, tā pārvēršas par vienu lielu komandu, kura kopīgiem spēkiem sāk cīnīties par pirmo vietu, par labāku rezultātu. Visapkārt ir konkurence, jo turpat blakus piedalās un konkurē ar mums citu klašu skolēni. Tas motivē ar katru konkursu mācīties rīkoties pareizāk, runāt saprotamāk vai arī skriet ātrāk, rīkoties gudrāk. Un, ja pat nesanāk sasniegt to mērķi vai vinnēt spēli, ar katru nākamo reizi klase gribēs cīnīties spēcīgāk un pretiniekam acīs teikt: „Šoreiz mums arī sanāks!”

Tātad, no manis teiktā var secināt, ka konkurence ir neatņemama organizācijas vai uzņēmuma, cilvēces sastāvdaļa, ar kuru veiksmīgi jācenšas tikt galā. Jābūt „gudram zvejniekam” un jāprot atrast „pareizais ezers”, taču arī jāatceras, ka konkurencei ir jābūt godīgai!