

УДК 338.2

## ПОНЯТИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КАК ОБЪЕКТА УПРАВЛЕНИЯ КОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ

Надеин Виталий Викторович

магистрант

Кубанский государственный аграрный университет, Краснодар

*author@apriori-journal.ru*

**Аннотация.** В статье проанализированы основные подходы к определению конкуренции. Кроме того, в результате проведенного анализа работ по данной тематике представлены трактовки понятия конкурентоспособности и предложено авторское понимание данной категории.

**Ключевые слова:** коммерческая организация, конкуренция, конкурентоспособность, управление, конкурентная борьба.

---

## CONCEPT OF COMPETITIVENESS AS OBJECT OF MANAGEMENT OF THE COMMERCIAL ORGANIZATIONS: THEORETICAL APPROACHES

Nadein Vitaly Viktorovich

undergraduate

Kuban state agricultural university, Krasnodar

**Abstract.** In article the main approaches to competition definition are analysed. Besides, as a result of the carried-out analysis of works on this subject interpretations of concept of competitiveness are presented and the author's understanding of this category is offered.

**Key words:** commercial organization, competition, competitiveness, management, competitive fight.

Перспективность развития коммерческих организаций определяется использованием не только экономического, культурного и природного потенциала, но и уровнем конкуренции. Именно конкуренция выступает в роли своеобразного инструмента для развития бизнеса, в условиях которой организация стремится найти пути совершенствования своей деятельности для завоевания конкурентного преимущества. В России в последнее время происходит резкое усиление конкурентной борьбы на рынке, а это, в свою очередь, вынуждает коммерческие организации к наиболее эффективным действиям, которые будут способствовать успешной деятельности предприятия в целом. В связи с этим, актуальность повышения конкурентоспособности организации очевидна. Сохранить предприятию свою долю на рынке, улучшить свои финансовые результаты, в конечном счете, обеспечить выживаемость в современных условиях позволит только высокий уровень конкурентоспособности.

Проблематика конкурентоспособности раскрыта в трудах многих отечественных и зарубежных исследователей. В их числе: Г.Л. Багиев, В.И. Беляев, И.К. Беляевский, Т.А. Бурцева, Т.А. Гайдаенко, Е.А. Голиков, Е.П. Голубков, Т.П. Данько, П. Дойль, В.Н. Еремин, П.С. Завьялов, Д. Кревенс, Т.Н. Пономарева, Д. Хасби, Дж.Р. Эванс, О.У. Юлдашева и др.

Большой вклад в исследование теоретических основ конкурентоспособности внесли такие исследователи как Г.Л. Багиев, Н.В. Бекетов, И.П. Богомолова, З.А. Васильева, Т.А. Войцеховская, Д.Х. Джакот, Л.В. Донцова, С.В. Емельянов, Н.В. Еремеева, И.А. Кашкирова, Г.В. Коршунова, Е.И. Мазилкина, О.Е. Мансуров, М.Х. Мескон, Э.В. Минько, М.Г. Миронов, Е. Млоток, В. Петров, М. Рове, Ю.Б. Рубин, Д.О. Самодуров, И.В. Сергеев, С.Г. Светульников, Р.А. Фатхутдинов и др.

Конкурентоспособность – понятие разностороннее и распространяется на такие составляющие деятельности организации, как товар или услуга, а также основные характеристики: качество и технология производства. Находясь в рыночных условиях, коммерческие организации

участвуют в конкуренции, то есть ведут состязание с другими организациями за наиболее выгодные сферы приложения капитала, рынки сбыта, источники сырья. Таким образом, организации стараются улучшить конкурентоспособность, получив преимущества по технологическим, управленческим, маркетинговым, финансовым, потенциальным возможностям приобретения ресурсов и совершенствования продукта.

В рамках экономической теории конкуренция рассматривается как неотъемлемый элемент рыночного механизма. А. Смит трактовал конкуренцию как поведенческую категорию, когда индивидуальные продавцы и покупатели соперничают на рынке за более выгодные продажи и покупки соответственно. М. Портер отмечает, что конкуренция – динамичный и развивающийся процесс, непрерывно меняющийся ландшафт, на котором появляются новые товары, новые пути маркетинга, новые производственные процессы и новые рыночные сегменты [2]. Р. Макконел и Л. Брю считают, что обязательными условиями конкуренции являются: «наличие на рынке большого числа покупателей и продавцов любого конкретного продукта или ресурса», а также «свобода для покупателей и продавцов выступать на тех или иных рынках или покинуть их» [2]. В Толковом словаре рыночной экономики указывается: «Конкуренция – это соперничество, соревнование между выступающими на рынке предприятиями, имеющее целью обеспечить лучшие возможности сбыта своей продукции, удовлетворяя разнообразные потребности покупателей [6].

Различные определения конкуренции, как правило, не противоречат, а скорее дополняют друг друга. Рассмотрев изложенные подходы к определению конкуренции, можно сделать вывод о том, что каждый из них учитывает те или иные аспекты этого понятия.

Таким образом, конкуренция может быть определена как соперничество между хозяйствующими субъектами, заинтересованными в достижении одной и той же цели при условии ограниченности ресурсов, способствующих достижению этой цели.

Термин конкурентоспособность разные авторы трактуют по-разному. В результате проведенного анализа работ по данной тематике представим в таблице 1 определения конкурентоспособности организаций.

Таблица 1

**Трактовки понятия «конкурентоспособность организаций»**

№	Автор	Определение
1	2	3
1.	Донцова Л.В.	Конкурентоспособность предприятия – способность предприятия противостоять на рынке другим изготовителям аналогичной продукции (услуги) как по степени удовлетворения своими товарами конкретной общественной потребности, так и по эффективности производственной деятельности.
2.	Рубин Ю.Б.	Конкурентоспособность предприятия – реальная и потенциальная способность компании, а также имеющихся у них возможностей способностей проектировать, изготавливать и сбывать товары, которые по ценовым и неценовым характеристикам в комплексе более привлекательны для потребителей, чем товары конкурентов.
3.	Млоток Е.	Конкурентоспособность предприятия – сравнительное преимущество фирмы по отношению к другим фирмам данной отрасли внутри национальной экономики и за ее пределами.
4.	Джакот Д.Х.	Конкурентоспособность предприятия – способность компании реализовывать свою продукцию по цене, обеспечивающей рост и выполнение обязательств перед третьими лицами (обеспечение определенного уровня рентабельности, формирования основных фондов, возврата инвестиционного капитала).
5.	Багиев Г.Л.	Конкурентоспособность предприятия – важнейший критерий целесообразности выхода предприятия на национальные и мировые товарные рынки.
6.	Фатхутдинов Р.А.	Конкурентоспособность предприятия – свойство объекта, характеризующееся степенью удовлетворения потребности по сравнению с аналогичными объектами, представленными на данном рынке. Конкурентоспособность определяет способность выдерживать конкуренцию в сравнении с аналогичными объектами на данном (внутреннем или внешнем) рынке.
7.	Сергеев И.В.	Под конкурентоспособностью предприятия понимается способность предприятия производить конкурентоспособную продукцию за счет его умения эффективно использовать финансовый, производственный и трудовой потенциал.

## Продолжение таблицы 1

№	Автор	Определение
1	2	3
8.	Светуньков С.Г.	Конкурентоспособность – это свойство объекта, имеющего определенную долю соответствующего рынка, которое характеризует степень соответствия технико-функциональных, экономических, организационных и других характеристик объекта требованиям потребителей, определяет долю рынка, принадлежащую данному объекту, и препятствует перераспределению этого рынка в пользу других объектов.
9.	Рове М.	Конкурентоспособность – это способность страны или фирмы продавать свои товары.
13.	Селезнев А.	Конкурентоспособность – это обусловленное экономическими, социальными, политическими факторами положение товаропроизводителя на внутреннем и внешнем рынках, отражаемое через показатели (индикаторы), адекватно характеризующие такое состояние и его динамику.
14.	Мионов М.Г.	Конкурентоспособность предприятия – это способность изготавливать и сбывать товар с большей конкурентоспособностью, чем у конкурента.
15.	Фигурнов Э.Б., Донец Ю.Ю.	Основная составляющая конкурентоспособности предприятия – это эффективность использования его производственного потенциала (т.е. способность наращивать конкурентоспособность изготавливаемой продукции в более быстром темпе, чем потенциал конкурента).
16.	Коно Т.	Конкурентоспособность предприятия – это совокупность следующих характеристик: захваченная предприятием доля рынка; способность предприятия к производству, сбыту и развитию; способность высшего звена руководства к реализации, поставленной цели.
10.	Мескон М.Х.	Конкурентоспособность предприятия – это относительная характеристика, которая выражает отличия развития данной фирмы от степени удовлетворения своими товарами потребности людей и по эффективности производственной деятельности конкурентоспособность предприятия характеризует возможности и динамику приспособления к условиям рыночной конкуренции.
11.	Самодуров Д.О.	Конкурентоспособность предприятия – это способность предприятия разрабатывать, производить и продавать свою продукцию на рынке по цене, обеспечивающей в полном объеме его финансово-экономических обязательств, а также количественный и качественный рост его потенциала.
12.	Петров В.	Конкурентоспособность – это внутреннее свойство субъекта рыночных отношений, выявляемое в процессе конкуренции и позволяющее занять свою нишу в рыночном хозяйстве капиталистического типа для расширения производства, что предполагает покрытие всех издержек производства и получение прибыли от легальной хозяйственной деятельности.

В результате анализа и сопоставления различных подходов к определению «конкурентоспособность организации» можно сделать следующие выводы:

- проведенный анализ литературных источников показывает неоднозначность в толковании понятий, связанных с конкурентоспособностью организации, наличие различных трактовок в зависимости от освещения поставленных в них вопросов;
- конкурентоспособность организации – категория, зависящая от многих факторов и меняющаяся с течением времени;
- конкурентоспособность организации – это сложная экономическая категория, которая отражает состояние, характеризующее реальную или потенциальную возможность выполнения своих функциональных обязанностей в условиях возможного противодействия соперников.

Итак, учитывая вышесказанное, можно дать следующее определение. Конкурентоспособность организации – это комплексная характеристика организации, характеризующая ее возможность в любой момент времени обеспечивать свои конкурентные преимущества и прибыльность, а также адаптироваться к постоянно изменяющимся условиям внешней среды.

Успех в конкурентной борьбе зависит не столько от производства, сколько от управления, его качества и эффективности в широком смысле.

Высокая конкурентоспособность организации является гарантом получения высокой прибыли в рыночных условиях. При этом организация имеет цель достичь такого уровня конкурентоспособности, который помогал бы ей выживать на достаточно долговременном временном отрезке. В связи с этим перед любой организацией встает проблема стратегического и тактического управления развитием способности предприятия выживать в изменяющихся рыночных условиях.

## Список использованных источников

1. Малхасян А.Е. Конкурентоспособность как внутренний фактор формирования конкурентной политики фирмы / А.Е. Малхасян, Л.В. Федосеева // Экономика и предпринимательство. 2014. № 8. С. 713-717.
2. Мокроносков А.Г., Маврина И.Н. Конкуренция и конкурентоспособность / А.Г. Мокроносков, И.Н. Маврина. 2014. 194 с.
3. Нацубидзе А.С. Внедрение стратегической системы управления конкурентоспособностью в деятельность современных российских предприятий // Аудит и финансовый анализ. 2014. № 1. С. 298-302.
4. Строителева Т.Г., Вукович Г.Г. Особенности организации социально-экономической деятельности в корпоративном секторе промышленности // Экономика устойчивого развития. 2015. № 1 (21). С. 160-164.
5. Шихабахов Т.А. Формирование стратегии как фактора повышения конкурентоспособности предприятия // Экон. науки. 2012. № 1 (86). С. 157-161.
6. Конкуренция (Экономика) [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.slovarus.ru> (дата обращения: 16.12.2015).