

УДК 338.24
ПОНЯТИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ, МЕСТО И РОЛЬ ЕГО В
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

А. П. ТРЕНИХИН, А. Г. БАРАНОВСКИЙ

Государственное учреждение высшего профессионального образования
«БЕЛОРУССКО-РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Могилев, Беларусь

В рыночной экономике конкуренция имеет ключевое теоретическое и практическое значение, так как от уровня конкурентоспособности предприятий зависит их жизнеспособность и качество жизни населения.

В толковом словаре русского языка Ожегова С. И. «конкурент» - тот, кто конкурирует с кем-нибудь; «конкурентоспособный» - способный выдержать соперничество, конкуренцию, противостоять конкурентам; «конкуренция» - соперничество, состязаться, добиваться первенства.

В кратком словаре делового человека [1] «конкуренция» – соперничество между товаропроизводителями за лучшие, экономически более выгодные условия производства и сбыта товаров, а «конкурентоспособность» – способность выдержать конкуренцию в сравнении с аналогичными товарами и услугами других производителей в условиях рынка.

В других справочниках отмечается, что «конкуренция» – это экономическая борьба, соперничество между обособленными производителями за удовлетворение своих интересов, связанных с продажей продукции, оказания услуг одним и тем же потребителям.

В рыночной экономике государство должно обеспечить создание законодательной основы для активизации конкуренции, предусмотреть специальные меры по ее стимулированию с помощью субсидирования, налоговых, кредитных льгот, санкций в случае монополизации рынка и т.п. [2].

В зарубежных источниках рассматриваемым понятиям уделяется важное место. *Конкуренция* – определяется как «соперничество, или борьба, часто между двумя более или менее четко обозначенными соперниками». На понятии конкуренции строятся различные концепции и модели, причем во всех используется понятие конкурентоспособности – и как способность обеспечить лучшее предложение по сравнению с конкурирующей компанией» [3].

Анализ конкуренции по Портеру – рассматривается с позиций теории стратегических игр и направлен на выработку и реализацию стратегии в области бизнеса с учетом пяти сил конкуренции. Задача конкурентной стратегии компании привести ее в такое состояние, чтобы в полной мере использовать свои преимущества.

Концепция конкурентоспособности пришла из анализа сбалансированности бизнес-процессов. «*Конкурентное равновесие* – совокупность цен, планов потребления и производства, в рамках которой:

1) индивид потребляет предпочитаемые товары в пределах своего бюджета;

2) каждая фирма производит и использует исходные компоненты, чтобы максимизировать свою прибыль;

3) совокупное предложение каждого товара равно его совокупному спросу» [4].

Можно согласиться с выводами российских ученых, что в «экономической теории понятие конкурентоспособности пока не удалось ни четко определить, ни встроить в существующие теоретические концепции. Будучи привнесенным в экономическую теорию извне, из области стратегического менеджмента, понятие конкурентоспособности было не вполне правомерно распространено с уровня фирмы на уровень секторов, регионов и национальных экономик в целом» [5].

Конкуренция и конкурентоспособность как движущие силы экономического развития на основе инноваций, которые создают добавленную стоимость для клиента. При маркетинговом подходе цепочки бизнес-процессов совокупности предприятий-партнеров, которые ориентированы на максимальное удовлетворение нужд потребителей.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. **Евдокимова, Т. Г.** Краткий словарь делового человека / Т. Г. Евдокимова. – М. : Финансы и статистика, 1991. – 128 с.
2. Рыночная экономика: Словарь-справочник / Под общ. ред. А. В. Шевчука. – Минск : Выш. шк., 1992. – 254 с.
3. **Карлоф, Б.** Деловая стратегия : пер. с англ. / Б. Карлов. – М. : Экономика, 1991. – 239 с.
4. **Милгром, П.** Экономика, организация и менеджмент : в 2 т. / П. Милгром, Дж. Робертс. – СПб. : Экономическая школа, 2004. – Т. 2. – 422 с.
5. Российская промышленность на этапе роста: факторы конкурентоспособности фирм / Под ред. К. Р. Гончар. – М. : Вершина, 2008. – 480 с.