

**ЭБА БАБАЯН**, *к.э.н., профессор*  
*ведущий научный сотрудник Института*  
*экономики им М.Котаняна НАН РА*

**БЕЛЛА ГАБРИЕЛЯН**, *к.э.н.*  
*старший научный сотрудник*  
*Института экономики им М.Котаняна НАН РА*

## **РОЛЬ КОНКУРЕНЦИИ В ДЕЛЕ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ**

Конкуренция – один из факторов, стимулирующих повышение эффективности экономики. В современных условиях требуется глубокое научное осмысление категории конкурентоспособности, существующих методов и инструментов управления.

Конкуренция является основным базовым элементом рыночной экономики. Не вызывает сомнения, что именно конкуренция заставляет субъектов любого рынка стремиться занять ведущие позиции в целях достижения лидерства, позволяющего получать большую прибыль, которая в свою очередь составляет цель любого бизнеса. В традиционном смысле конкуренцию понимают как соперничество, но каждый из исследовавших это явление дает свое понимание этого рыночного явления. Одни считают конкуренцию особой ситуацией на рынке, другие придают ей только функции обмена.

Конкуренция - не новое явление в экономике. Достаточно широко ее исследовали и дореволюционные отечественные экономисты, считавшие ее необходимым структурным элементом любого рынка. Но в советское время о конкуренции умалчивали, считая ее признаком капитализма, поэтому при социализме особого места ей не уделяли. В то время отрицалась частная собственность, а значит и конкуренция. Но в настоящее время все эти рассуждения не получили подтверждения. Конкуренция существует и с ней надо считаться.

В рамках этой проблемы проводятся многочисленные исследования с целью выявления стандарта, именуемого конкурентоспособность. Однако методология изучения конкурентоспособности окончательно не сложилась, что делает необходимым обоснование конкурентоспособности, как интегрированной экономической категории и определение специфических подходов к формированию конкурентоспособности различных объектов и инструментов, позволяющих реализовать задуманное на практике. В настоящее время термин «конкурентоспособность» стал одним из наиболее употребляемых в научной литературе. Политики, экономисты, представители бизнеса, журналисты также ее используют, когда речь идет о необходимости интеграции экономики страны в систему мирового хозяйства. Среди зарубежных авторов, исследующих различные стороны конкурентоспособности, можно отметить таких ученых, как И. Ансофф, П. Баласса, А. Маршалл, М. Портер, Д. Риккардо, А. Смит, Й. Шумпетер, Ф. Хайек и другие. В современной экономической литературе конкурентоспособность связывается с выигрышем, надежностью, качеством, компетентностью и эффективностью организации. Существует множество трактовок этого понятия. В частности, конкурентоспособность можно определить как «комплекс управленческих и маркетинговых действий, используемых для эффективного достижения целей и задач организации, позволяющих ему занять прочные позиции в борьбе с конкурентами».

Конкурентоспособность – многогранная категория в экономике, которая рассматривается на определенных уровнях: конкурентоспособность товара, производителя товара (товаро-производителя), организации, отраслей и даже стран. Среди данных уровней присутствует довольно тесная внутренняя и внешняя взаимозависимость.

Конкурентоспособность - это обусловленные экономическими, политическими и социа-

льными факторами положения страны или производителя товара на внешнем и внутреннем рынках. В открытой экономической среде ее можно определить и как умение страны противостоять международной конкуренции на рынке своей страны, а также на рынках других стран.

Конкурентоспособность - способность определённого объекта или субъекта превзойти конкурентов в заданных условиях.

Под конкурентоспособностью предприятия *организации* подразумевают возможность выгодной, полезной хозяйственной деятельности и ее прибыльного использования в условиях рынка конкуренции.

Обычно конкурентоспособным можно назвать предприятие, которое долгое время может быть прибыльным в среде открытой экономики.

Традиционные приоритеты прошлого века в мировой экономике – так называемые преимущества, в настоящее время перестали быть эффективными. Мировая тенденция глобализации расставила иные приоритеты – это конкурентные преимущества.

Мир с одной стороны стремится к универсальности, а с другой стороны к инновационности. Это, так называемое противоречие, возможно разрешить с помощью конкуренции. Именно наличие своеобразных, называемых конкурентными преимуществами, отличий и позволяет в нашем сообществе любому предприятию достичь эффективной деятельности, получая прибыль и, следовательно, сохранить интерес к развитию.

Главная цель экономических субъектов – это достижение прибыли за счет удовлетворения выявленной потребности. Цель диктует основной способ действий: обойти механизм конкуренции. Этот способ действий предельно прост и вместе с тем удивительно сложен. Предприятие должно реализовать стратегический алгоритм предпринимательской деятельности, которая состоит в том, что: сделал первым, сделал лучше, значит «обошел» конкурентов и получил монопольную прибыль. Если объем прибыли предприятия начинает снижаться, то этот факт может свидетельствовать о возникновении конкуренции. В этом случае, как это советовал еще Федцов В.Г., следует изымать экономические ресурсы из данного дела и переходить к другому занятию<sup>1</sup>.

Государство, в свою очередь, заинтересовано в правовом существовании конкуренции, поэтому достаточно жестко регулирует проявление монополизма и недобросовестной конкуренции. В этих целях принято достаточно законов и постановлений, регулирующих конкурентную среду в стране.

Основополагающими, исходными мерами, направленными на образование так называемого механизма добросовестного соперничества, является создание равноценных условий для экономического соперничества вообще, что осуществляется посредством законов и иных нормативных актов, закладывающих правовую основу предпринимательства и конкуренции<sup>2</sup>.

Как доказательство того, что конкуренция получила свой легитивный статус, в настоящее время при определении ключевого термина «конкуренция» родовое понятие «сопоставительность» заменено словом «сопериничество», исключен сложно определяемый на практике критерий эффективности самостоятельных действий хозяйствующих субъектов, ограничивающих возможность одностороннего воздействия на общие условия обращения товаров<sup>3</sup>.

Конкуренция свойственна как мировому рынку, так и рынку отдельного государства, и отраслевым рынкам стран, и каждому субъекту определенной отрасли, и потому считаем необходимым рассмотрение такого качества конкурентности, как конкурентоспособность организации.

Следовательно, необходимо рассмотреть такое качество конкурентности как конкурен-

<sup>1</sup> Федцов В.Г. Предпринимательство – сфера сервиса. -М.: «Дашков и К», 2010. -210с.

<sup>2</sup> Тикин В.С. О критерии недобросовестной конкуренции. «Право и экономика», 2009, N 5.

<sup>3</sup> Шайхутдинов Е.М., Комментарий закона «О защите конкуренции». Закон, 2009, N 4. Тотьев К.Ю., Конкурентное право (правовое регулирование конкуренции): Учеб. -М.: «Юристъ», 2010. -295с.

тоспособность организации. Конкурентоспособность организации – это наличие таких факторов, которые делают эту организацию способной выстоять в совершенно непредсказуемых ситуациях внешней среды<sup>1</sup>.

Организация, считающаяся конкурентоспособной, обладает, возможно, целым набором определенных конкурентных преимуществ, а может и одним, которым успешно пользуется и постоянно его развивает.

Конкурентные преимущества могут проявляться через разные критерии. Это могут быть такие преимущества, которые отличаются качеством, инновационностью, технологией, персоналом. Во всяком случае – это тот потенциал организации, что делает его успешным, защищенным в постоянно меняющейся конкурентной среде, благодаря чему организация имеет возможность производить свою продукцию с более низкими затратами, чем на основном рынке, с возможно удачным использованием сбалансированных показателей, и возможно эффективно варьирует портфельными стратегиями. Все это и делает организацию конкурентоспособной. Но каждая организация в свою очередь производит определенный продукт или услугу. Поэтому здесь проявляется прямая зависимость между конкурентоспособностью самой организации и конкурентоспособностью своего товара. Чем выше конкурентоспособность товара, тем выше конкурентоспособность организации. Естественно, наблюдается обратное, если товар станет терять свои конкурентные преимущества.

Конкурентные преимущества товара могут выражаться в цене, качестве, продвижении. Поэтому такие маркетинговые элементы как ценообразование, продвижение, сбыт всегда должны быть под строгим контролем руководства любой организации. От качества анализа оценки этих процессов в значительной степени зависят перспективы развития организации.

Таким образом, позиция организации, имеющей возможность производить и реализовывать свой товар дешевле, чем конкуренты и является показателем конкурентоспособности и самого товара, и самой организации. Для каждой организации важным являются определения ключевых факторов успеха (КФУ), которые являются главными определителями для формирования стратегии-конкурентоспособности<sup>2</sup>.

Назовем основные виды конкурентных (ключевых) факторов успеха:

- инновационность технологий (инновации в наше время – это тот резерв, который можно использовать практически в каждой отрасли. В каждой сфере экономики, сегодня наука и техника использует достижения взаимнообразно, поэтому результаты не заставляют себя ждать, и организации должны быть готовы к применению этих новшеств);
- низкая затратность производства (опыт Японии и США в применении многообразных способов снижения себестоимости, затрат – это и сбалансированность показателей, и расчеты от прибыли, бюджетирование затрат и многое другое);
- развитая система продвижения (маркетинговые стратегии с каждым годом совершенствуются, создаются целые отделы профессиональных специалистов, их потенциал огромен, его использование на предприятиях всегда окупится сторицей);
- стратегический маркетинг (эти направления полностью основываются на тщательном анализе имеющихся ситуаций; методах математических моделей, экспертных методов, сочетание которых и даст реальную оценку для прогноза);
- профессионализм персонала (кадровый потенциал – это базовый резерв организации, эффективная кадровая политика может принести организации баснословные привилегии, которые должны подкрепляться оптимальной социальной политикой);
- современное информационное обеспечение (в наше время важность информации сомнений уже ни у кого не вызывает. Чем современнее информационное обеспечение, чем выше профессиональный в этом отношении уровень персонала, тем выше и производи-

<sup>1</sup> Тотьев К.Ю. Конкурентное право (правовое регулирование конкуренции): Учеб. -М.: Юристъ, 2010. -295с.

<sup>2</sup> Володькина М.В. Стратегический менеджмент. -Киев.: "Знання". 2008. стр. 104.

тельность, качество и скорость изменения, адаптации организации ко всем неожиданным изменениям рынка;

- рейтинг, имидж, бренд, марка и многое другое.

Рейтинг способен как поднять уровень конкурентоспособности, так и снизить его, поэтому надо очень жестко контролировать этот критерий.

Конкурентоспособность предприятия проявляется через конкурентоспособность продукции, так как сообщает ей определенные потребительские свойства.

Нужно отметить, что конкурентоспособность организации не ограничивается теми факторами, которые были перечислены выше. Конкурентоспособность организации проявляется и в возможности захвата большей доли рынка. Но это уже вытекает из наличия перечисленных выше конкурентных преимуществ.

Следует отметить, что основные типы конкурентных факторов успеха следующие: факторы, связанные с технологией, с производством, с распределением, с маркетингом, с квалификацией, с возможностями организации.

Итак, конкурентоспособность организации является залогом успешной деятельности. Это важный фактор для самой организации, партнеров по бизнесу, государства, кредитных организаций, и, конечно же, для самих конкурентов.

В развитии конкуренции заинтересовано государство - доход устойчивых и платежеспособных предприятий является основным источником наполнения государственного бюджета.

К тому же, кредитные организации, в первую очередь, обслуживают стабильных и доходных участников рынка.

Престиж и имидж конкурентного предприятия позволяет формировать профессиональный персонал, который лично заинтересован в процветании организации.

Таким образом, конкуренция, как критерий надежности предприятия и как фактор его перспективного развития - важный элемент рыночной экономики.

На основании всего вышеизложенного можно заключить следующее: а именно, что конкуренцию нужно рассматривать двояко - как ситуацию и как процесс.

Как ситуация - конкуренция характеризуется наличием на рынке множества производителей (потребителей), которые имеют примерно равные условия для производства, реализации (потребления) товаров, работ и услуг.

Как процесс-конкуренция характеризуется противостоянием, состязательностью, столкновением интересов предпринимателей в процессе деятельности по производству и продаже товаров, выполнению работ, оказанию услуг, направленных на систематическое извлечение и осуществление основной цели-достижение прибыли.

ՄՐՅԱԿՅՈՒԹՅԱՆ ԳԵՐԸ ԿԱԶՄԱԿԵՐՊՈՒԹՅԱՆ ՄՐՅՈՒՆԱԿՈՒԹՅԱՆ ԲԱՐՉՐԱՅՄԱՆ ԳՈՐԾՈՒՄ

ԷԲԱ ԲԱԲԱՅԱՆ, *ա.գ.բ., պրոֆեսոր*

ԲԵԼԼԱ ԳԱԲՐԻԵԼՅԱՆ, *տ.գ.բ., դոցենտ*

ՀՀ ԳԱԱ Մ. Գորանյանի անվան տնտեսագիտության  
ինստիտուտի առաջատար գիտաշխատող

ՀՀ ԳԱԱ Մ. Գորանյանի անվան տնտեսագիտության  
ինստիտուտի ավագ գիտաշխատող

Համառոտագիր

Մրցակցությունը՝ շուկայական տնտեսության հիմնական տարրն է: Կասկած չի հարուցում այն փաստը, որ հենց մրցակցությունն է պարտադրում գրավել առաջատար դիրքեր՝ առավել շահույթ ստանալու նպատակով, որը ցանկացած րիզմեսի հիմնական նպատակն է:

Մրցակցունակությունը՝ որոշակի օբյեկտի և սուբյեկտի հնարավորությունն է տրված պայմաններում գերազանցելու մրցակիցներին: Տնտեսական սուբյեկտների գլխավոր նպատակը շահույթի ստացումն է շուկայում առաջացած պահանջարկի բավարարման հաշվին: Մրցակցությունը բնորոշ է ինչպես համաշխարհային, այնպես էլ առանձին երկրների, ոլորտային և առանձին ոլորտի սուբյեկտներին:

**Բանալի բառեր.** մրցակցություն, մրցունակություն, առաջնորդություն, բարձր շահույթ, մրցակից, տնտեսական սուբյեկտ, համաշխարհային շուկա, ճյուղային շուկա

**РОЛЬ КОНКУРЕНЦИИ В ДЕЛЕ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ**

ЭБА БАБАЯН, *к.э.н., профессор*  
*ведущий научный сотрудник Института*  
*экономики им М.Котаяна НАН РА*

БЕЛЛА ГАБРИЕЛЯН, *к.э.н., доцент*  
*старший научный сотрудник Института*  
*экономики им М.Котаяна НАН РА*

Аннотация

**Конкуренция** является основным базовым элементом рыночной экономики. Не вызывает сомнения, что именно конкуренция заставляет субъектов любого рынка стремиться занять ведущие позиции в целях достижения лидерства, позволяющего получать большую прибыль, которая в свою очередь составляет цель любого бизнеса.

**Конкурентоспособность** - способность определённого объекта или субъекта превзойти конкурентов в заданных условиях. Главная цель экономических субъектов – это достижение прибыли за счет удовлетворения выявленной потребности. Конкуренция свойственна как мировому рынку, так и рынку отдельного государства, и отраслевым рынкам стран, и каждому субъекту определенной отрасли.

**Ключевые слова:** конкуренция, конкурентоспособность, лидерство, большая прибыль, соперничество, экономический субъект, мировой рынок, отраслевой рынок.

**THE ROLE OF COMPETITION IN IMPROVING THE COMPETITIVENESS OF ENTERPRISES**

EBA BABAYAN, *Candidate of Sciences (Geography),*  
*Professor*  
*Leading Research Associate, M. Kotanyan Institute of*  
*Economics*  
*National Academy of Sciences, Republic of Armenia*

BELA GABRIELYAN, *Candidate of Sciences (Economics),*  
*Associate Professor*  
*Senior Research Associate, M. Kotanyan Institute of*  
*Economics*  
*National Academy of Sciences, Republic of Armenia*

Abstract

Competition is the main element of a market economy. Without doubt, a competition forces companies to increase market share to make higher profits, which is the main objective of any business is.

Competitiveness is the opportunity of any entity to have advantages over competitors under the given circumstances. The main objective of legal entities in a given market is to make a profit by meeting the demand in a given market. Competitiveness refers to the global market, a single nation, sectors of economy and individual companies.

**Keywords:** Competition, competitiveness, leadership, higher profit, competitor, legal entity, global market, industry market.