

УДК: 338

*Теймуров Р. Н.*

*обучающийся 5 курса;*

*Загоруйко И. Ю.*

*профессор, доктор экономических наук;*

*Пермский ГАТУ им. академика Д.Н. Пряшникова, г. Пермь, Россия*

## **СУЩНОСТЬ УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ОРГАНИЗАЦИИ**

*Аннотация.* Рассмотрены различные подходы к пониманию сущности управления конкурентоспособностью предприятия. Определены основные элементы системы управления и их взаимосвязь.

*Ключевые слова:* цель управления, субъект управления, политика, конкурентоспособность.

**Teymurov R. N.**

**5th year student;**

**Zagoruiko I. Yu .**

**Professor, Doctor of Economics;**

**Perm State Technical University named after Academician D.N.**

**Pryashnikov, Perm, Russia**

## **THE ESSENCE OF THE ORGANIZATION'S COMPETITIVENESS MANAGEMENT**

Annotation. Various approaches to understanding the essence of enterprise competitiveness management are considered. The main elements of the control system and their interrelation are defined.

Keywords: management objective, management subject, policy, competitiveness.

Эффективное управление конкурентоспособностью предприятий - процесс планомерного влияния на функционирование всех систем организации, формирование конкурентной позиции в рыночных условиях. Руководство конкурентоспособностью предприятия сводится к созданию конкурентных преимуществ во всех областях жизнедеятельности, представляя собой комплексное, целенаправленное решение вопросов.

Объект регулирования в системе управления конкурентоспособностью - это потенциал предприятия в части создания конкурентных преимуществ, предоставляющих ему более высокую ценность, чем конкурентам, а также достигаемыми стратегическими и тактическими целями с наилучшим использованием любого рода ресурсов. Из-за недостаточной конкурентоспособности снижаются различные показатели финансово-хозяйственной деятельности.

Так, например, конкурентоспособность предприятия влияет на способность получать доходы. Низкая величина доходов в дальнейшем приводит к снижению прибыли, а, следовательно, и рентабельности. Эффективность принятия решений по управлению конкурентоспособностью предприятия зависит от установленных условий на момент принятия решения во внутренней и внешней среде предприятия, от усилий со стороны лица, принимающего решения, сферы его ответственности, его способности влиять на ресурсы, изменять или корректировать цели.

Экономическая литература пока не имеет единого определения конкуренции, которое может отражать её суть, как экономическую категорию. Не разработаны универсальные методики, применяемые для оценки конкурентоспособности разных экономических объектов и субъектов. В зависимости от экономического содержания понятия «конкуренция», множество авторов открывают понятие «конкуренция», обращая внимание на разные аспекты [5, с. 11].

Всемирно известный авторитет по вопросам конкуренции и стратегическом менеджменте М. Портер в контексте конкурентоспособности

субъекта рынка предлагает понять свойство выступить на рынках наравне с тем, что там присутствуют аналогичные конкурирующие субъекты рынка [3, с. 56].

Конкурентоспособность организации – достаточно многогранное понятие, и складывается из отдельных важных элементов, каждый из которых достоин отдельного рассмотрения. Поскольку в основе любого успешного бизнеса лежит хорошо продуманная и получившая грамотную реализацию идея, понятие конкурентности предпринимательской идеи также очень важно для изучения конкурентоспособности предприятия [4, с. 62].

Управление конкурентоспособностью не может реализовываться исключительно на базе достижения группы показателей, в связи с тем, что в этом случае происходит обеспечение конкурентных преимуществ, которые носят временный характер. В настоящее время приоритетным направлением создания конкурентных преимуществ организации является разработка эффективной стратегии развития.

Управление конкурентоспособностью организации предполагает совокупность мер по систематическому совершенствованию товаров (услуг), постоянному поиску новых каналов сбыта, новых групп потребителей (покупателей), улучшению сервиса и рекламы.

Целью управления конкурентоспособностью предприятия является обеспечение условий его успешного функционирования в конкурентной среде и создание преимуществ относительно других предприятий данной отрасли внутри страны и за ее пределами при любых экономических, политических, социальных и других изменениях. Любая организационная система должна строиться на определяющих принципах (основных правилах) [2, с. 452].

Управлять конкурентоспособностью организации означает:

- повышать качество услуг;
- сокращать издержки и цены;
- совершенствовать качество обслуживания.

Иными словами, управлять конкурентоспособностью организации означает:

- повышать качество услуг;
- сокращать издержки и, соответственно;
- цены на реализуемую продукцию;
- совершенствовать качество обслуживания.

При этом управление конкурентоспособностью коммерческой организации необходимо рассматривать как продолжительный по времени процесс, требующий значительной финансовой поддержки, высокого уровня профессионализма менеджмента и специалистов. Отсюда, в основе управления конкурентоспособностью должен быть заложен именно стратегический подход. [1, с. 47].

Таким образом, управление конкурентоспособностью предприятия представляет собой определенный аспект менеджмента предприятия, что направлено на формирование, развитие и реализацию конкурентных преимуществ и обеспечения жизнеспособности предприятия как субъекта экономической конкуренции. Его целью является обеспечение жизнеспособности и устойчивого функционирования предприятия при любых экономических, политических, социальных и других изменениях в его внешней среде.

#### **Использованные источники:**

1. Воронцова А. М. Инструменты управления конкурентоспособностью коммерческих организаций / А. М. Воронцова // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2019. – № 4-1. – С. 47-50.
2. Кизименко, Д. М. Управление конкурентоспособностью как фактор эффективного функционирования современной организации / Д. М. Кизименко // Современное профессиональное образование: опыт, проблемы, перспективы: Материалы VIII Международной научно-практической конференции. В 2-х частях, Ростов-на-Дону, 22 марта 2021 года. – Ростов-на-Дону: Южный университет (ИУБиП), «Издательство ВВМ», 2021. – С. 452-455.

3. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов/ Майкл Е. Портер; Пер. с англ. - М.: Альпина Бизнес Букс, 2015. – 345с.
4. Корнеева И. В. Маркетинг: учебник и практикум для академического бакалавриата / И. В. Корнеева, В. Е. Хруцкий. - М.: Издательство Юрайт, 2018. – 456с.
5. Шеремет, А. Д., Козельцева, Е. А. Финансовый анализ: Учебно-методическое пособие. - М.: Экономический факультет МГУ имени М.В. Ломоносова, 2020. - 200 с.