ТРАКТОВКА ПОНЯТИЯ "КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ" В НАУЧНЫХ ТРУДАХ ИССЛЕДОВАТЕЛЕЙ

Кущ О.А.
студентка 5 курса
Дальневосточный федеральный университет
(филиал г. Находка),
Заярная И.А.
к.э.н, доцент
Дальневосточный федеральный университет
(филиал г. Находка)

Ключевые слова: конкурентоспособность, факторы, показатели

Проблема конкурентоспособности рассмотрена в работах Абросимова А.Г., Печерской Э.П., Барановского А.И., Горского В.А., Ломака А.Л., Романовой И.Б., Фишмана Л.И., и др.). Однако, решение проблемы конкуренции на рынке образовательных услуг сводится в основном к поиску маркетинговых стратегий.

Вокруг понятия конкурентоспособности ведутся различные исследования, что указывает на определенные аспекты, такие как:

– исследователи, их цели и задачи влияют на модификацию понимания конкурентоспособности, также на неё оказывают влияние потребители конкуренты, инвесторы, а именно субъекты рыночных исследований.

– зачастую, учет только тех факторов, которые отражены в настоящее время, направлены на анализ уровня, на данный момент, не позволяя тем самым учитывать факторы, указывающие на потенциал повышения конкурентоспособности.

– у понятия конкурентоспособность отсутствует строгая иерархия по уровням управления (предприятие, отрасль, регион, государство) за счет того, что нет четкого понимания важности и предопределения конкурентоспособности у субъектов рынка на более высоких уровнях управленческой деятельности для низших уровней при решении важных задач, посвященных усилению своих позиций на внешних рынках.

– не для всех субъектов рынка соответствует оценка и ее методика, что в конечном итоге показывает на несопоставимость параметров и критериев, которые в свою очередь искажают существующий уровень конкурентоспособности, в реальном времени. [1]

Множество самых различных методик ведения изучения конкурентоспособности авторами, у которых подходы к исследованию абсолютно различны, и конечно изолированное рассмотрение того или иного объекта учета его особенностей развития, приводят к тому, что назвать универсальной ту или иную методику становится невозможным

На данный момент экономическая литература богата множеством понятий определяющих конкурентоспособность и способов ее оценки. Мнение авторов склоняется к тому, что предложение А.М. Яновского о делении всех показателей, характеризующих конкурентоспособность продукта, на три группы, вполне объективно:

показатели полезности (качество, эффективность использования и т. п.);

затраты потребителя (цена потребления);

показатели, характеризующие эффективность предложения (способ продвижения, каналы реализации и др.). Иногда их называют нетоварными или маркетинговыми. [2]

Состав показателей каждой группы зависит от характера объекта, конкурентоспособность которого является предметом анализа.

Можно согласиться с авторами, которые считают, что наиболее конкурентоспособными являются те предприятия, где наилучшим образом организована работа всех подразделений и служб. [2] Саму же конкурентоспособность, как экономическую категорию можно трактовать как преимущество над другими производителями.

Литература:

1. Иерархия понятий конкурентоспособности субъектов рынка.

2. Заярная И.А. Теоретические аспекты управления конкурентоспособностью вуза [электронный документ] Режим доступа: http://www.sworld.com.ua/simpoz2/87.pdf

3. Яновский А.М. Конкурентоспособность товара и производителя продукции в системе рыночной экономики // Стандарты и качество. – 1997. - № 2. С. 43-44