


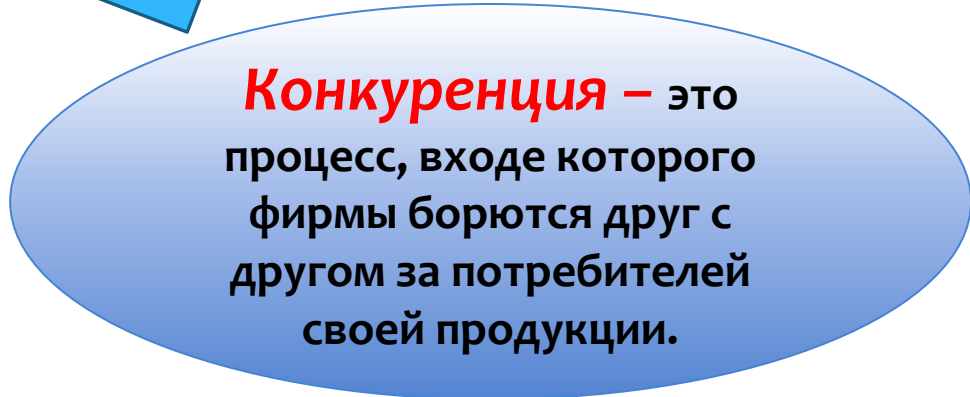


Поведенческий, структурный, функциональный подходы к определению конкурентоспособности

Подготовила: Клеутина С.А.
ДС_01



Конкуренция – ситуация, в которой любой желающий может что-либо купить или продать, может выбирать между различными поставщиками и покупателями.



Конкуренция – это процесс, в ходе которого фирмы борются друг с другом за потребителей своей продукции.

Подходы к определению конкурентоспособности

Поведенческий

П. Хайне(американский экономист)

«Конкуренция есть стремление как можно лучше удовлетворить критериям доступа к редким благам»



Адам Смит (1723 - 1790)

«Конкуренция – честное соперничество между продавцами за более выгодные условия продажи всех товаров»

Подходы к определению конкурентоспособности

Структурный

«Конкуренция – это наличие на рынке большого числа независимых покупателей и продавцов, возможность для покупателей и продавцов свободно выходить на рынок и покидать его»

Функциональный

Смещает рассмотрение экономической сущности конкуренции в сторону изучения ее роли в экономическом развитии.

Конкурентоспособность – способность конкурировать на рынках товаров и услуг.

Конкурентоспособность - это

Способность компаний, отраслей, регионов и наций обеспечить сравнительно высокий уровень дохода и заработной платы, оставаясь открытыми для международной конкуренции.



Некоторые примеры определения термина «Конкурентоспособность»

<i>Автор</i>	<i>Определение</i>
М. Портер	Конкурентоспособность — свойство товара, услуги, субъекта рыночных отношений выступать на рынке наравне с присутствующими там аналогичными товарами, услугами или конкурирующими субъектами рыночных отношений [41]
М. Гельвановский	В самом общем смысле — обладание свойствами, создающими преимущества для субъекта экономического соревнования [14]
Р. Завьялов	Концентрированное выражение экономических, научно-технических, производственных организационно-управленческих, маркетинговых и иных возможностей страны (равно как и любого конкретного товаропроизводителя), которые реализуются в товарах и услугах успешно (или безуспешно) противостоящим конкурирующим аналогам как на внутреннем, так и на внешнем рынке

Р.Ф. Фатхутдинов

Свойство объекта, характеризующееся степенью реального или потенциального удовлетворения конкретной потребности по сравнению с аналогичными объектами, представленными на данном рынке

Е.Дж. Визер

Способность фирмы приобрести, сохранить и увеличить долю на рынке

П.У. Зулькарпаев,
Л.Р. Ильясова

Интегральная конкурентоспособность предприятия — это его способность занимать определенную долю рынка продукции и способность увеличивать/уменьшать данную долю

М. Мескон,
А. Альберт,
Ф. Хедоури

Выраженная компетентность заключается в том, что фирма делает что-то лучше, чем ее конкуренты, т.е. сохраняет конкурентоспособность, позволяющую фирме привлекать и сохранять потребителей

Вопросы:

1. Как трактовал термин «Конкуренция» Адам Смит, П. Хайне?
2. Чем определяется содержание конкуренции согласно структурному подходу?
3. Какая организация определила конкурентоспособность как способность компаний, отраслей, регионов и наций обеспечить сравнительно высокий уровень дохода и з/п, оставаясь открытыми для международной конкуренции.
4. Назовите общий смысл конкурентоспособности?
5. Назовите около трех запомнившихся автором понятия «конкурентоспособности».