

## ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНЦІЄЮ В ОРГАНІЗАЦІЇ

У сучасній економіці прийнято вважати, що конкуренція робить винятково благотворний вплив на ринок. Вона не дає створитися монополії, не дає цінам на товар або послугу перевищити якісь розумні межі, змушує виробника постійно вдосконалювати продукт, не зупинятися на досягнутому, щоб не відстати від конкурентів.

Конкуренція в ринкових умовах господарювання являє собою форму існування підприємств, організацій й окремих робітників. Загальною умовою виникнення конкуренції є перевищення пропозиції над попитом: перевищення потужностей підприємства, організації (її підрозділів та спеціалістів) над потребами споживачів, замовників в розробці інноваційної продукції чи послуг.

Для того щоб нам з вами визначитися конкуренція - це добре чи погано, необхідно визначитися, яку конкуренцію будемо розглядати, або з якої точки зору.

Необхідно зупинитися на значенні слова «конкуренція» в біології - взаємини активного змагання між особами одного або різних видів за засоби існування та умови розмноження. За І. І. Шмальгаузенем - одна з форм боротьби за існування. Інша форма - пасивне змагання - боротьба з несприятливою дією негативних факторів середовища і з загальними ворогами. В економічному розумінні конкуренція - антагоністична боротьба між приватними товаровиробниками за вигідніші умови виробництва, збуту товарів та послуг і за отримання найвищої прибутку, що з точки зору покупця, начебто чудово.

Підприємства та організації, в конкурентній боротьбі, повинні намагатися «заслужити прихильність» споживача через поліпшення якості, зниження ціни на продукцію чи послуги, розширення асортименту, створення нових технологій і нових товарів чи послуг - це одна сторона конкуренції. Інша сторона - війна, де кожен воює проти кожного, де не існує поняття моральності, духовності, моралі як необхідних елементів особистості людини або його діяльності. Існує єдиний критерій - ефективність. Немає друзів і союзників, всі – конкуренти, а значить вороги. Деякі вороги - явні, деякі - таємні або потенційні. Моральність та інші духовні атрибути розглядаються як інструменти, якими ти повинен користуватися у своїх цілях, але не як норми, яким ти зобов'язаний слідувати.

Алфі Кон у своїй книзі «Немає конкурсів: Справа Проти Конкуренції» розвінчує популярні парадигми про конкуренцію: конкуренція невід'ємна частина людської природи; конкуренція більш продуктивна, ніж співпраця, в досягненні успіху. Автор визначає конкуренцію як будь-яку ситуацію, де успіх однієї людини залежить від невдачі іншого. Іншими словами, в конкурсі дві або більше сторін переслідують цілі, які не можуть бути досягнуті усіма. Це наочна демонстрація, що змагання, а в нашому випадку конкуренція, насправді викликає почуття тривоги, себелюбства, сумніви в своїх силах і перешкоджає ефективній комунікації в організації. Всі види конкуренції, побудовані за принципом «виграв-програв» псують взаємовідносини між людьми. Алфі Кон в своїх працях довів висновки про те, що найпростіша співпраця робить людей щасливішими, розвиває відчуття безпеки, сприяє продуктивності. А тому є важливим знайти золотий баланс між конкуренцією і співпрацею, індивідуалізмом і колективізмом.

Едвардс Демінг зазначає: "Ми виростили в умовах конкуренції між людьми, командами, відділами, підрозділами; учнями, школами, університетами. Економісти вчили нас, що конкуренція вирішить наші проблеми. Насправді конкуренція, як ми тепер бачимо, деструктивна. Було б набагато краще, якби всі працювали як єдина система в ім'я перемоги кожного. Для цього потрібні співпраця і новий стиль управління. Трансформація існуючої системи можлива за допомогою глибинних знань".

На стан конкурентної боротьби в середині організації впливає багато факторів, до яких можна віднести (рис.1): вплив організацій-конкурентів; вплив споживачів та замовників товарів та послуг; вплив постачальників сировини та інших ресурсів; вплив нових видів продукції, товарів та послуг. Облік вказаних факторів визначає методи організації внутрішньої конкуренції. Важливими заходами за допомогою яких керівництво організації може впливати на формування внутрішньої конкуренції є: розділ підрозділів та виокремлення груп спеціалістів в самостійні тимчасові трудові колективи; використання нештатних спеціалістів.

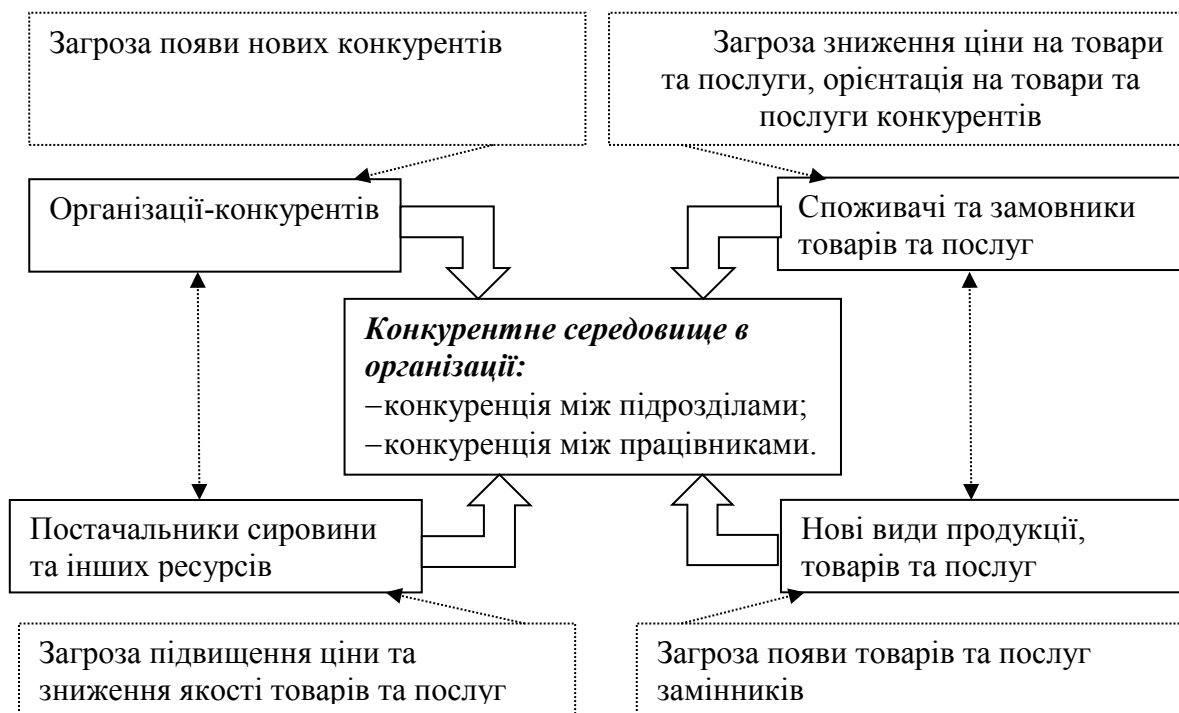


Рис. 1. Зовнішній вплив, що підвищує конкурентну боротьбу в організації

Конкуренція, як і будь-яке явище, має свої позитивні та негативні сторони. Серед позитивних результатів, слід виділити: конкуренція виступає механізмом регулювання пропорцій виробництва, рушійною силою розширення асортименту товарів та послуг, підвищення їх якості, впровадження нової техніки, технології, організації праці та управління, збільшення продуктивності праці, економії ресурсів з метою отримання більшої прибутку. Вона сприяє раціональному перерозподілу ресурсів, забезпечує споживачеві широкий вибір товарів та послуг та береже від встановлення високих цін.

Недоліками конкуренції є:

1. Вкладання значних коштів на невиробничі потреби, на рекламу, що призводить до збільшення ціни товару, так як ці витрати включені в її формування.

2. Конкурентна система не гарантує того, що будуть задоволені потреби тих споживачів, які є найменш захищеними в соціальному плані, а потім потреби більш забезпечених верств населення. В умовах конкуренції розподіл доходів відбувається автоматично, не враховуючи етичні аспекти цього питання.

3. У конкурентному середовищі не враховуються негативні наслідки рішень.

Таким чином, можна сказати, що конкуренція - це однозначно позитивне явище для економіки і країни в цілому, оскільки вона є двигуном вдосконалення виробництва, покращення якості надання послуг, безумовним фактором зниження рівня монополізму та регулятором цін.

Для того, щоб конкуренція приносила плоди позитивного характеру, необхідно дотримуватися певних правил гри і застосовувати їх з урахуванням індивідуальних особливостей компанії і її колективу. Вірно обраний курс допоможе не тільки поліпшити корпоративні показники, але і принесе свої результати на ринку.